PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
ASSESSORIA DE PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA

Estudo Qualitativo *Ad hoc* – TV Brasil (07/2015)

RELATÓRIO FINAL

EMPRESA RESPONSÁVEL:

INSTITUTOANÁLISE

BRASILIA – DF
20/08/2015

Sumário

1 Apresentação 3

2 Escopo da Pesquisa 5

3 Métodos e Técnicas de Pesquisa 9

4 Detalhamento do Roteiro de Pesquisa 11

5 Detalhamento do Plano de Recrutamento 13

6 Detalhamento dos Procedimentos Adotados nos Trabalhos de Campo 14

7 Análise dos Resultados da Pesquisa 15

8 Conclusões / Considerações Finais 57

9 Recomendações 59

Anexo I – Roteiro 62

Anexo II – Cronograma e Perfil – DG's 74

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

1 Apresentação

1.1 *Base Legal*

De acordo com a legislação brasileira em vigor (Lei nº 10.683/2003, art. 2ºB, III), a Secretaria de Comunicação Social (SECOM) tem entre suas missões institucionais a atribuição de organizar e desenvolver um sistema de informação e pesquisa de opinião pública, cujos principais objetivos devem ser monitorar as demandas da sociedade por políticas e serviços públicos bem como a avaliação que a sociedade faz dessa oferta de políticas e serviços públicos.

Nesse sentido, o Decreto nº 6.555/2008 sugere alguns objetivos para esse sistema de informação e pesquisa de opinião pública. Com base nos incisos I, II e IV do artigo 1º e nos incisos VIII e XI do artigo 2º do referido decreto, podem ser indicados como objetivos do sistema de informação e pesquisa de opinião pública a realização de atividades destinadas a:

I. Avaliar o conhecimento da sociedade sobre políticas e programas federais;

II. Avaliar o conhecimento do cidadão sobre direitos e serviços colocados à sua disposição;

III. Identificar assuntos de interesse público que orientem o conteúdo das informações a serem disseminadas;

IV. Avaliar a adequação de mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

V. Avaliar a eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos.

No campo da avaliação de programas e ações governamentais, a pesquisa de opinião pública é uma forma amplamente aceita de conhecer como os cidadãos percebem os efeitos das políticas públicas em suas vidas. Além disso, oferece aos tomadores de decisão subsídios importantes para sua atuação e permite fazer com que as ações governamentais sejam responsivas às prioridades e expectativas da população.

Por isso, a SECOM realiza uma série de levantamentos e análises que objetivam compreender a percepção da população sobre as ações governamentais e, por conseguinte, contribuir para a tomada de decisão no âmbito do Governo Federal e, principalmente, para o planejamento das ações de formulação e articulação das iniciativas de comunicação do Poder Executivo Federal.

Essas pesquisas constituem importante instrumento de gestão e maximização de recursos, pois, ao aplicarem métodos e técnicas cientificamente válidas, permitem a construção de parâmetros para campanhas de comunicação institucional e de utilidade pública com foco e meios mais precisos, proporcionando assim a realização de resultados mais tangíveis e maior efetividade em relação aos objetivos propostos na política pública de comunicação.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Além disso, as pesquisas realizadas pela SECOM oferecem um canal adicional de manifestação cidadã, pois oferecem à população a oportunidade de se expressar sobre o desempenho do Poder Executivo e sobre suas demandas mais prementes, o que confere uma aplicação vertical da noção de prestação de contas política (*accountability*), essencial ao funcionamento da democracia.

A Legislação pertinente e informações adicionais podem ser consultadas na página da SECOM na Internet: www.secom.gov.br

1.2 *Contrato da Pesquisa*

Contrato nº 001/2013.

1.3 *Ordem de Serviço da Pesquisa*

Ordem de serviço 014/2015.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

2 Escopo da Pesquisa

2.1 *Contexto*

A <u>Comunicação Pública</u> no Brasil

No Brasil, o assunto comunicação pública não desperta amplo interesse. Isso ocorre devido ao fato de o debate sobre o tema ter sido apagado durante quase todo o século XX. Não por acaso, o país desenvolveu um sistema de comunicação de perfil majoritariamente comercial – principalmente sob o incentivo do regime militar após os anos 1960 – e relegou o projeto de um sistema público de comunicação ao esquecimento, subsistindo apenas em algumas experiências isoladas.

A sociedade brasileira convive com o modelo comercial achando que ele é único, o que impede qualquer reivindicação transformadora. As iniciativas de radiodifusão pública que surgem a partir do final da década de 1960 no Brasil são tímidas e sem forças para concorrer com o modelo hegemônico estabelecido.

A consolidação da democracia no Brasil passa pelo desenvolvimento de um sistema público de comunicação.

A Importância da Comunicação Pública para a Sociedade

A comunicação pública pode ser entendida como um processo de comunicação indispensável à democracia, como maneira de garantir a liberdade, a diversidade e a autonomia da sociedade. A Comunicação Pública é, portanto, a comunicação que acontece no espaço público e pretende ser um meio de negociação, debate e interesse geral, envolvendo a Sociedade Civil, o Estado e o Governo.

A Comunicação Pública não deve ser confundida com Comunicação Governamental.

Os Princípios da Comunicação Pública

a) O cidadão tem direito à informação, como base para o exercício da cidadania;

b) É dever do Estado de informar;

c) Deve haver zelo pelo conteúdo informativo, educativo e de orientação social;

d) A Comunicação Pública não deve estar centrada na promoção pessoal dos agentes;

e) A Comunicação Pública deve promover o diálogo e a interatividade;

f) A Comunicação Pública deve estimular o envolvimento do cidadão com as políticas públicas;

g) Os serviços públicos precisam ser oferecidos com qualidade comunicativa;

h) A Comunicação Pública deve se basear na ética, transparência e verdade.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Esses princípios, apontados pelo ex-ministro Luiz Gushiken reforçam a importância de se estabelecer uma relação de diálogo entre o público e as instituições, de forma a democratizar, otimizar e qualificar a prestação de serviços.

A Criação da EBC e **seu Principal Desafio de Comunicação**

Em outubro de 2007, com a edição da Medida Provisória 398, depois convertida pelo Congresso na Lei nº 11.652/2008, foi autorizada a criação da Empresa Brasil de Comunicação S/A – EBC.

Ao herdar os canais de rádio e TV geridos pela estatal Radiobrás e pela TVE do Rio de Janeiro, a EBC ficou encarregada de unificar e gerir, sob controle social, as emissoras federais já existentes, instituindo o Sistema Público de Comunicação, absorvendo diversos veículos, com histórias, direcionamentos e públicos diferentes. Dessa forma, o maior desafio da Empresa como instrumento de convergência destes canais é comunicar a sua missão de forma unificada, dar relevância e reconhecimento à marca EBC sem descaracterizar ou subjugar as personalidades de seus veículos.

Fator agravante nesse cenário é que a lacuna criada pela ausência de ações de comunicação que levassem à sociedade a real missão da EBC e seus veículos foi preenchida pela especulação da imprensa e, muitas vezes, por críticas daqueles que se opunham à criação da Empresa e contestavam sua natureza pública.

Essas questões somadas ao fato de o conceito da Comunicação Pública ainda não ser totalmente compreendido no Brasil, delimitam o panorama do desafio de comunicação enfrentado pela EBC.

Os veículos EBC priorizam, em suas programações, conteúdos de utilidade pública que, promovidos e difundidos para a população, têm muito a acrescentar na formação do cidadão. A comunicação deve focar esses conteúdos como um serviço à população, destacando seu valor como contribuição à sociedade.

A EBC é composta pelos seguintes veículos: Televisão (TV Brasil e TV Brasil Internacional); Rádio (Rádio Nacional de Brasília AM, Rádio Nacional FM Brasília, Rádio Nacional do Rio de Janeiro, MEC AM Rio de Janeiro, Rádio MEC FM Rio de Janeiro, Rádio MEC AM Brasília, Rádio Nacional da Amazônia e Rádio Nacional do Alto Solimões); e Web (Agência Brasil, Radioagência Nacional e Portal EBC)

A **TV Brasil**, que é objeto desta pesquisa, é líder da Rede Nacional de Comunicação Pública, divide sua grade em cinco faixas: informação, esporte, arte, conhecimento e infantil. Por meio de seus programas, informa, provoca reflexões e traz temas de interesse público como saúde, políticas públicas, análises do papel da imprensa, além de reportagens que valorizam a diversidade regional e os vários aspectos da cultura brasileira. A programação infantil é qualificada e educativa, tratando a criança como cidadã. A sua faixa de diversidade religiosa, lançada no final de 2014, explora uma enorme gama de temas religiosos para a população, sem julgamento de valor.

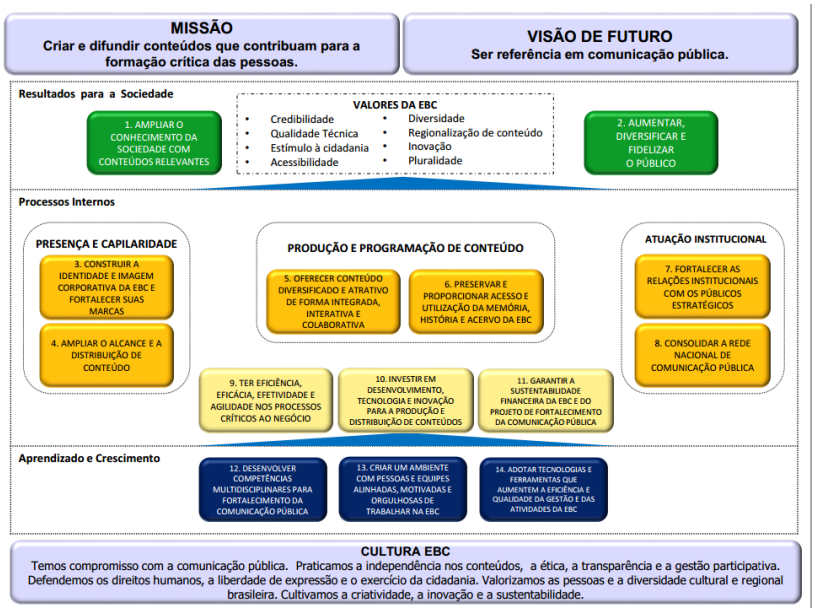
Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

A TV Brasil surgiu em 2007 e sua grade foi baseada na grade da antiga TVE do Rio de Janeiro. A TV Brasil é transmitida no Rio de Janeiro, São Paulo, Maranhão e Distrito Federal. Entretanto, a emissora atinge os demais estados do país através de parceria com as TVs Públicas estaduais, por meio da Rede Pública de TVs que tem a EBC como cabeça de rede.

A importância da Pesquisa

Os resultados desta pesquisa serão utilizados na definição da estratégia futura da marca. A EBC está redesenhando sua estratégia e construindo o posicionamento da empresa e de seus veículos. Para tal construção, os insumos que esta pesquisa trará são importantes e farão parte do diagnóstico de imagem que será realizado nos próximos meses. Também servirá de referência para a tomada de decisão do corpo diretivo da Empresa.

Um dos objetivos estratégicos da EBC é ***Construir a Identidade e a Imagem Corporativa da EBC e fortalecer suas Marcas***. A partir desta pesquisa será possível identificar como a imagem da EBC, seus veículos e produtos são percebidos pela população. Além disso, se os ***Valores da EBC,*** descritos no mapa estratégico, são identificados na programação da TV Brasil. Com isso, teremos insumos para avaliar e propor estratégias para atingir os objetivos de ***ampliar o conhecimento da sociedade com conteúdos relevantes e aumentar, diversificar e fidelizar o público.***



2.2 *Indicador de referência*

Não há.

2.3 *Objetivo Geral*

Avaliar o nível de conhecimento dos participantes acerca da EBC e seus veículos e, por meio da apresentação da grade da TV Brasil, entender como os nossos conteúdos e a nossa imagem corporativa são percebidos.

2.4 *Objetivos Específicos*

- Avaliar o grau de conhecimento acerca da EBC e seus veículos;
- Avaliar se os "valores da EBC", descritos no mapa estratégico, são identificados dentro da programação;
- Avaliar como os conteúdos oferecidos na TV Brasil (considerar site da TV Brasil e Redes Sociais da emissora) são percebidos, levando em consideração o formato, o cenário, o horário, a linguagem, a temática, o enfoque e os apresentadores;
- Avaliar as faixas de programação (infantil, informativa - programas jornalísticos e informativos - e noturna) da TV Brasil;
- Entender o conhecimento que os participantes têm sobre "comunicação pública";
- Saber se e como os participantes diferenciam as emissoras públicas das emissoras comerciais e se essa diferenciação pesa na hora da escolha ou recomendação a terceiros;
- Explorar quais características são percebidas como atraentes e quais como indiferentes, bem como as que causam rejeição;
- Avaliar o quanto as questões relacionadas a sinal interferem na percepção do público acerca da TV Brasil.

2.5 *Público Alvo*

- Pessoas com mais de 18 anos;
- Ambos os sexos;
- Composição multirracial;
- Todas as classes econômicas (ABCDE);
- Localidades: Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro, São Luís, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, Belém, Salvador.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

3 Métodos e Técnicas de Pesquisa

3.1 *Técnicas de Pesquisa*

Pesquisa Qualitativa com grupos de discussão.

Os grupos de discussão, mediados por um especialista, buscam estimular a livre manifestação associativa e a troca de opiniões de indivíduos que apresentam características relativamente homogêneas. O objetivo central do grupo focal é identificar percepções, sentimentos, atitudes e ideias dos participantes a respeito de um determinado assunto.

3.2 *Plano Amostral*

A proposta de desenho metodológico foi a seguinte:

Realização de 36 grupos focais nas cidades de Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro, São Luís, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, Belém e Salvador com cerca de 6 participantes de perfis similares e orientados por um moderador, seguindo um roteiro não diretivo previamente discutido e aprovado pelo cliente.

CIDADE	FAIXA ETÁRIA	CLASSE ECONÔMICA	CONHECIMENTO SOBRE A TV BRASIL	NºGRUPOS
RECIFE	25 a 34	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
	35 a 50	CD/E	CONHECE E ASSISTE	1
BRASÍLIA	18 a 24	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	25 a 34	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	25 a 34	AB	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
SÃO PAULO	35 a 50	AB	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	25 a 34	CD/E	CONHECE E ASSISTE	1
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
	35 a 50	CD/E	CONHECE E ASSISTE	1
	25 a 34	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
RIO DE JANEIRO	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	18 a 24	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
	25 a 34	CD/E	CONHECE E ASSISTE	1
	25 a 34	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
SÃO LUIS	18 a 24	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	25 a 34	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	1

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

PORTO ALEGRE	18 a 24	CD/E	CONHECE E ASSISTE	1
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	25 a 34	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
BELÉM	18 a 24	AB	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
	25 a 34	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	1
SALVADOR	25 a 34	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
	18 a 24	AB	CONHECE E ASSISTE	1
	35 a 50	CD/E	CONHECE E ASSISTE	1
BELO HORIZONTE	25 a 34	CD/E	CONHECE E ASSISTE	1
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	1
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	1
TOTAL				**36**

**O recrutamento priorizou duas listagens fornecidas pela EBC, uma formada por pessoas que entraram em contato com a Ouvidoria entre os anos de 2014 e 2015, outra por pessoas que se interessaram em participar da pesquisa através de um convite postado nas redes sociais da TV Brasil. Diante do perfil da maioria das pessoas que constava nas listagens, e da dificuldade em encontrar a combinação exata de praça, faixa etária e classe social no recrutamento sem listagem, o plano amostral sofreu alterações entre o planejamento da pesquisa e a execução da mesma, conforme quadro acima.*

A composição dos grupos considerou as variáveis: classificação econômica, faixa etária e grau de envolvimento com a TV Brasil (perfis "Conhece e Assiste" e "Conhece e Não Assiste"). Para que os grupos fossem homogêneos e a dinâmica fluísse da melhor maneira possível, foram definidas faixas etárias em diferentes momentos de vida. Os níveis econômicos estão separados com o mesmo objetivo.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

4 Detalhamento do Roteiro de Pesquisa

O roteiro de pesquisa foi elaborado pela equipe técnica do Instituto Análise em diálogo com os representantes da SECOM para troca de conhecimento e experiências. Buscou-se desenvolver um roteiro que pudesse responder às questões levantadas durante a descrição do problema.

O roteiro foi preparado a partir de uma lista de questões a serem respondidas, as quais foram organizadas em grupos de tópicos e ordenadas em uma sequência lógica, e conforme apresentado a seguir.

- Introdução: apresentação do(a) moderador(a) e dos participantes e explicação da dinâmica.

- Hábito de consumo de mídia: como se informam; quais meios utilizam quando buscam entretenimento e diversão, o que levam em conta na hora escolha;

    - Para o perfil “Conhece e Não Assiste”:

        - Internet: programas daTV que assistem pela internet, canais que utilizam (Youtube, Netflix, etc.); rádios que escutam pela internet;

        - Sobre a TV: percepção sobre o modo como as pessoas interagem com a TV atualmente; uso de 2ª tela enquanto assistem à TV; tipos de programas e canais preferidos.

- TV Brasil:

    - Para o perfil “Conhece e Não Assiste”: como ficaram sabendo sobrea TV Brasil; razões para não assistirem ao canal; sugestões para a emissora se tornar mais conhecida, mais popular;

    - Para o perfil “Conhece e Assiste”: programas que assistem na TV Brasil, frequência com que assistem; pontos fortes e fracos da emissora; opinião sobre a programação e a estética do canal;avaliação do quanto as questões relacionadas ao sinal da TV interferem na percepção do público acerca da emissora; acessoao site e redes sociais da TV Brasil; imagem da emissora; sugestões para a emissora se tornar mais conhecida, mais popular.

- Grade de programação infantil, informativa e noturna: avaliação das faixas de programação através de vídeos apresentados aos entrevistados, levando em consideração o formato, o cenário, o horário, a linguagem, a temática, o enfoque e os apresentadores; intenção de recomendação da programação; imagem da TV Brasil após assistirem a mostra de programas; avaliação decomo os entrevistados enxergam os valores da EBC, descritos no mapa estratégico, na programação.

- Comunicação Pública:avaliação do conhecimento que os participantes têm sobre “comunicação pública”; grau de conhecimento acerca da EBC e seus veículos;diferenciação entre emissoras públicas e comerciais e se essa

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

diferenciação pesa na hora da escolha ou recomendação a terceiros;características percebidas como atraentes e como indiferentes, bem como as que causam rejeição.

As primeiras versões do roteiro foram apresentadas pela equipe da SECOM, depois de discutidas internamente com os setores interessados. O teste para a aprovação do roteiro se deu no primeiro grupo de discussão e esse teste avaliou:

- Compreensão técnica;
- Tempo necessário para aplicação;
- Adequação das perguntas/provocações.

O roteiro mostrou-se adequado aos objetivos pretendidos pela pesquisa.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

5 Detalhamento do Plano de Recrutamento

O recrutamento dos grupos de discussão foi realizado mediante aplicação de um questionário estruturado contendo os filtros da pesquisa. Não foram recrutadas pessoas que tivessem participado de pesquisa qualitativa no último ano.

O recrutamento foi realizado utilizando três métodos: 1) Mediante banco de dados fornecido pela EBC formado por pessoas que entraram em contato com a Ouvidoria entre os anos de 2014 e 2015 (essas pessoas foram consideradas preferenciais); 2) Através da internet: anúncio da pesquisa no Facebook, Twiter e Google + da TV Brasil convidando os seguidores a participarem da pesquisa; e 3) Pessoal em pontos de fluxo nas cidades de Brasília, São Paulo, Rio de Janeiro, São Luís, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife, Belém e Salvadorcom equipes de profissionais experientes e qualificados. O Instituto Análise realiza regularmente pesquisas qualitativas nessas praças, utilizando-se de equipes de recrutadores e supervisores locais acompanhados por um supervisor do Instituto Análise para garantir que a metodologia da pesquisa seja aplicada uniformemente em todas as praças.

Foram recrutados 9 participantes a fim de garantir a presença de no mínimo 6 pesquisados por discussão.

Osgrupos aconteceram em locais equipados para este fim, com salas de espelho a fim de permitirem o acompanhamento do trabalho pelo cliente.

Todas as reuniões foram gravadas em DVD, sendo que o recrutamento dos participantes esteve sob a responsabilidade do Instituto Análise.

5.1 *Definição dos Participantes da Pesquisa*

O universo de estudo e composição dos grupos de discussão foram descritos no Briefing e confirmados no projeto de pesquisa apresentado à SECOM que requeria um mínimo de 36 grupos de discussão.

Tabela 1 – Distribuição do total de grupos por região e classificação socioeconômica

Região	Grupos	Classe AB	Classe CD	Perfil
Sudeste	15	6	9	Grupos segmentados por faixa etária, classificação econômicae grau de envolvimento com a TV Brasil (“conhece e assiste” e “conhece e não assiste”)
Nordeste	9	5	4	
Sul	3	1	2	
Centro- oeste	6	5	1	
Norte	3	3	-	
Brasil	**36**	**20**	**16**	

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

6 Detalhamento dos Procedimentos Adotados nos Trabalhos de Campo

Os trabalhos de campo iniciaram após a aprovação do roteiro e perfil dos entrevistados.

6.1 *Estrutura de Campo e Equipe Técnica*

Profissional	Função	Perfil	Quantidade
Recrutador	Recrutar os participantes.	Profissionais com conhecimento, experiência, sensibilidade e critério.	8
Coordenador de campo	Realizar treinamento e supervisionar todo o trabalho de campo.		2
Verificador	Avaliar meta de produção e checagem do perfil dos participantes. Fazer o CRQ – Controle de Qualidade no Recrutamento junto a ABEP.		2

6.2 *Conclusões dos Trabalhos de Campo*

A logística do projeto levou em consideração equipes de recrutadores e supervisores locais acompanhados por um supervisor do Instituto Análise para garantir que a metodologia da pesquisa fosse aplicada uniformemente em todas as cidades.

O recrutamento e a seleção dos entrevistados foi um processo cuidadoso e rigoroso.

Para garantir a qualidade do recrutamento, antes da realização dos grupos foram adotados os seguintes procedimentos:

- Consulta do participante no CRQ – Controle de Qualidade no Recrutamento;
- Conferência do documento de identidade original com foto (RG, Carteira Nacional de Habilitação) do participante;
- Logo após a realização dos grupos, as informações do CRQ foram completadas, assim como o *status* de participação do candidato.

No dia da realização dos grupos, os participantes passaram por uma nova checagem dos filtros para confirmação do perfil.

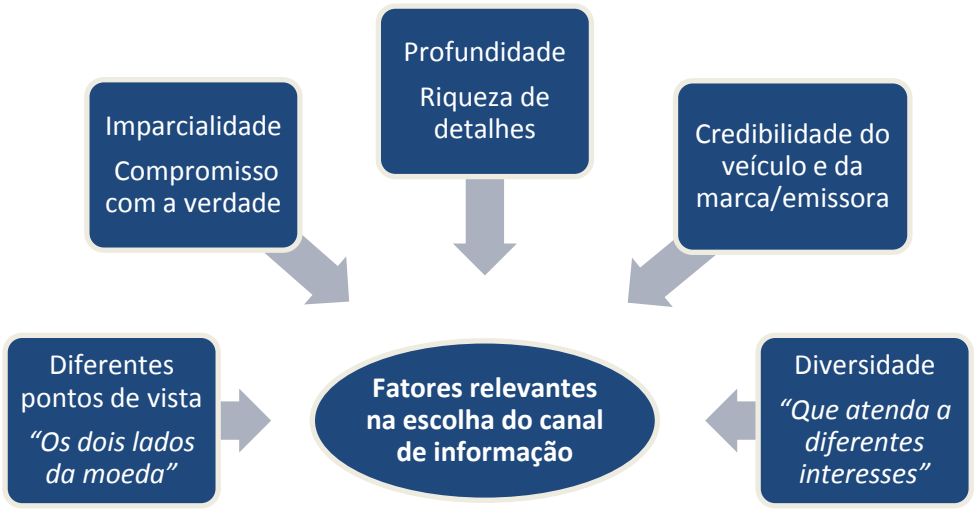
O processo de recrutamento transcorreu sem prejuízo ao objetivo final da pesquisa.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

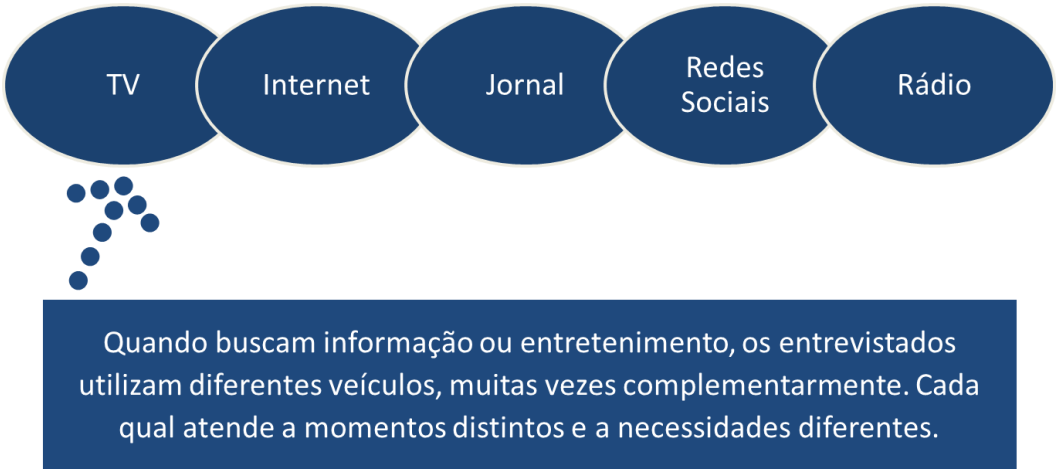
7 Análise dos Resultados da Pesquisa

7.1 A Relação com a Informação: Universo Perceptual e Hábitos

Entre o público investigado das diferentes praças, os principais fatores considerados na escolha pelo canal de informação são:



Observa-se que os meios de comunicação utilizados se mesclam e se complementam:



Os veículos utilizados cumprem, muitas vezes, funções distintas, pois cada um possui algumas particularidades:

- TV:
  - Informação diária, abrangente e diversificada;
  - Informação sonora e visual;
  - Alguns programas com conteúdo mais completo e aprofundado;
  - Seletividade: acesso aos canais/programas de interesse;

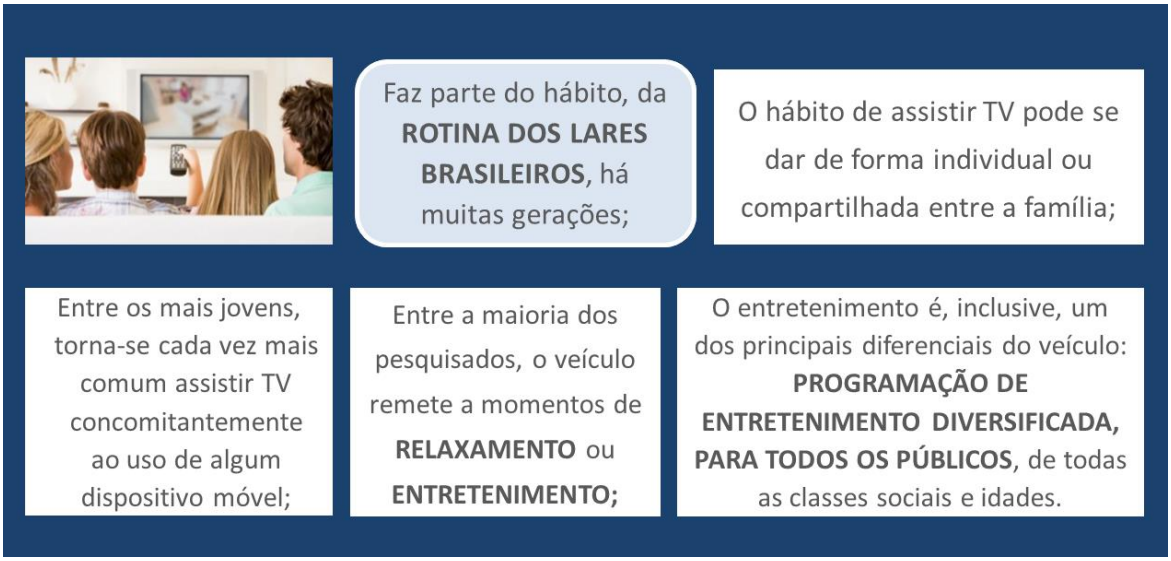
- Telejornais regionais;
- Presença de opiniões, comentários, diferentes pontos de vista;
- Algumas emissoras possuem viés tendencioso e “manipulador”.

- Internet:
  - Praticidade e agilidade na aquisição da informação;
  - Atualizações constantes;
  - Agenda cultural mais rica e detalhada (o meio preferido para obter informações sobre a agenda cultural);
  - Seletividade: acesso direcionado aos assuntos de interesse;
  - Notícias regionais;
  - Informações em tempo real;
  - Possibilidade de interação, através do espaço para comentários, críticas e sugestões.
- Jornal / Revista
  - Conteúdo mais aprofundado e detalhado;
  - Diferentes opiniões: colunistas, comentaristas e convidados;
  - Opiniões mais críticas;
  - Em geral, veículos tendenciosos, pouco ou nada imparciais.
- Redes Sociais
  - Informações breves, sucintas, superficiais;
  - Baixa confiabilidade;
  - Possibilidade de interação (através do espaço para os comentários);
  - Funciona como um chamariz para ser aprofundado ou averiguado em outros veículos de comunicação.
- Rádio
  - Possibilidade de atrelar o consumo da informação à outra atividade, simultaneamente;

- Meio prático e ágil, porém menor aprofundamento e detalhamento da informação;

- Alguns programas com bons comentaristas e convidados.

O universo associativo da televisão revela sua inserção em momentos de prazer:



> *"Acho maravilhoso chegar, colocar o café, um pão de queijo e ligar a TV. Às 4 da tarde em ponto o programa está lá. Essa tradição é interessante."* (Conhece e Assiste, 30 a 55 anos, AB, Belo Horizonte)

➡ O Ideal Projetado em um Telejornal

Em se tratando do telejornalismo, há uma série de atributos relevantes para que um telejornal atenda ao ideal projetado de qualidade e satisfação:

- Relevância da informação:peso e tempo destinados às informações mais relevantes;

- Imparcialidade: ausência de partidarismos ou mensagens tendenciosas;

- Ampla cobertura:o que acontece em todo o Brasil (*"não só no eixo Rio-São Paulo*") e no mundo;

- Opiniões/comentários:de especialistas, convidados, ou mesmo do público telespectador (através do Twitter);

- Diversidade de assuntos/temas:informações que percorram assuntos variados, como economia, política, pesquisas, cidades, variedades, etc.

> *"Para um jornal ser bom de assistir ele deve ter informações atuais e assuntos que sejam relevantes, que não são só noticiar por noticiar. Tem que ter um motivo daquela notícia estar ali ocupando um espaço."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Porto Alegre)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Procuro ver a importância dada à determinada notícia, porque às vezes o jornal quer te prender numa coisa e acaba esquecendo de outras coisas mais importantes." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

"Ser atual, mostrar o que está acontecendo no momento. Não ser tendencioso." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

"Que tenha diversidade, que não seja só focado em alguma coisa. Que mostre, por exemplo, pesquisas, ciências. Não como a Globo, que a gente sabe que não mostra a realidade, que existe algo por trás." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

"O bom jornal tem que saber informar, passar o conteúdo da forma mais clara possível e ter variedade, mostrar o que acontece no mundo, o que acontece no Brasil em si e toda sua extensão." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

"Eu acho que o comentário é muito importante, porque é como se fosse um complemento da notícia. É bom quando tem uma pessoa dando aquele comentário separado dos outros jornalistas que estão apresentando na bancada." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, Recife)

"Não mostrar apenas violência, esporte, mas de tudo um pouco." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Salvador)

"Agora existem programas que as pessoas interagem, você pode votar na hora.Também existem programas que você manda um Twitter e aparece." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Belo Horizonte)

Considerando as faixas de idade investigadas, foram apreendidos comportamentos distintos:

Entre os públicos de 18 a 24 anos e 25 a 34 anos

- A informação digital tomou conta do dia-a-dia, representando praticidade, agilidade, conveniência e mobilidade;
- A TV continua tendo papel de destaque, mas divide espaço com os meios digitais e, em alguns casos, vem sendo substituída por estes;
- Torna-se cada vez mais comum a esse segmento:
  - ✓ Acessar noticiários apenas por sites de notícias;
  - ✓ Assistir pelo Youtube programas televisivos, seja por costume ou porque perderam a transmissão na TV (inclusive programas da TV Brasil);
  - ✓ Em qualquer mídia, adotar buscas mais particularizadas: foco apenas nos assuntos de interesse.

Entre o público de 35 a 50 anos

- Também inseridos no universo das mídias digitais, contudo essa inserção não exclui o gosto/prazer pela televisão. Ambas as mídias são complementares e não excludentes;
- Em sua maioria, não têm o costume de acessar o site das emissoras, assim como não aderiram ao hábito de assistir programas televisivos pela internet. Dessa forma, a própria TV é o meio de se informarem acerca da programação das emissoras;
- Para esse segmento, a TV cumpre o papel de informar, entreter, atualizar e manter-se sintonizado com o que acontece no próprio veículo.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Eu gosto de ver notícia pela televisão. Você está vendo, ouvindo. Na internet você vê a manchete, abre, dá uma lida, mas é meio frio. É uma coisa distante." (Conhece e Não Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"A TV Brasil mesmo, muita coisa que quero assistir e está passando e não estou em casa, deixo rolar e assisto no Youtube. A TV Brasil é muito culta, muito rica em alguns assuntos, nos debates, então eu acompanho também pelo Youtube." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

"Eu prefiro a internet, porque direciona o que eu quero ver. Se eu quero ver coisa de saúde, vou noFacebook, vejo a notícia, direciono o que eu quero ver." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Salvador)

"Eu vejo muito Facebook, notícias que amigos estão compartilhando. Procuro por temas de interesse, que estão discutidos no momento, o que as pessoas estão achando, falando, comentando." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Brasília)

"Acompanho as notícias pela internet, mal assisto telejornal. Quando assisto alguma coisa é o Jornal da Cultura ou o Repórter Brasil. Gosto da internet porque ela consegue dar a notícia na hora que acontece." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

"Eu tenho o pé atrás com a internet, eu uso pouco. Eu acho que tem sempre uma mentira por traz da notícia, eu nem sempre acredito." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

"A internet ampliou nossas opções de escolha. Antes você ficava limitado ao que a TV escolhia para você. Na internet você escolhe o que vai ver. Você comanda. Dá para ver filmes, séries, você escolhe. Além das coisas da internet, você consegue acessar as coisas da TV. Ela amplia demais." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Belo Horizonte)

"Na internet você vai sempre buscar algo específico, você já vai sabendo o que quer ver. A TV traz variedade de notícia para você." (Conhece e Não Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

7.2 TV Brasil: Grau de Envolvimento

Foram observadas diferenças entre os segmentos investigados, conforme o maior ou menor envolvimento com a TV Brasil:





Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Conhece e Assiste:
    - Entre a maioria, a TV Brasil faz parte dos hábitos de consumo televisivo, há alguns anos;
    - A TV Brasil já está incorporada aos seus hábitos, mas não possuem uma frequência de audiência definida, podendo variar entre diária, duas, três ou 4 vezes por semana, ou apenas aos finais de semana;
    - O horário de audiência da TV Brasil também é variável, condicionado à disponibilidade de tempo e à preferência por programas que compõem a grade da emissora;
    - A TV Brasil é sinônimo de conteúdo de qualidade e confiabilidade.
- Conhece e Não Assiste:
    - Os pesquisados desse segmento transitam entre diversas emissoras e têm um consumo televisivo diversificado:
        - Programas: novelas, noticiários, filmes, seriados, desenhos animados, documentários, esportes, programas de entrevistas, programas de variedades etc.
        - Assuntos: esportes, culinária, música, moda, etc.
    - Também não possuem um padrão de audiência definido, variando conforme a disponibilidade de tempo em casa;
    - Não rejeitam a TV Brasil, apenas têm baixo conhecimento acerca da sua programação e, em alguns casos, uma imagem equivocada da emissora (como veremos no bloco posterior).
    - Desconhecem completamente o site e as páginas em redes sociais da emissora.
- Conhece e Assiste – Classes C, D e E:
    - Embora tenha sido apreendida uma audiência diversificada da TV Brasil, alguns programas parecem se destacar em termos de ATRATIVIDADE e PREFERÊNCIA, bem como parecem ter funcionado como PORTA DE ENTRADA para a emissora:
        - Samba da Gamboa;
        - Sem Censura;
        - Programação infantil.
- Conhece e Não Assiste – Classes C, D e E:

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- No rol de preferências desse segmento, destacam-se os seguintes tipos de programas:
  - Novelas;
  - Programas humorísticos (Citados: Tomara que Caia, Chaves);
  - Programas esportivos / Futebol / Mesas redondas sobre futebol;
  - Programas musicais;
  - Programas de variedades (Citados: Vídeo Show, Encontro com Fátima Bernardes, Bem Estar);
  - Programas de auditório (Citados: Esquenta, Silvio Santos, Pânico na TV);
  - Reality shows.



Entre o público que **Conhece e Assiste**, apreendeu-se, sob estímulo, uma audiência da emissora rica e diversificada: (Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, as menções que se seguem são aleatórias, destituídas de qualquer hierarquia.)

São Paulo	Rio de Janeiro	Belo Horizonte
• Repórter Brasil e Repórter SP	• Sem Censura	• Sem Censura
• Sem Censura	• Repórter Brasil e Repórter Rio	• Ser Saudável
• Novela Windeck	• Samba da Gamboa	• Arte do Artista
• Samba da Gamboa	• Observatório da Imprensa	• Brasilianas
• Programação infantil: Barney, Thomas e seus Amigos, Pequeno Einstein, Peixonauta	• Café Filosófico	• Observatório da Imprensa
	• Estúdio Móvel	• Retratos de Fé
• Brasilianas	• Ser Saudável	• Sintonia Fina
• Espaço Público	• Série C do Brasileirão	• Festival Mazzaropi
• Observatório da Imprensa	• Festival Mazzaropi	• Viola, Minha Viola
• Entre o Céu e a Terra	• Arte com Sérgio Brito	• Copa do Mundo Sub 20
• Arte do Artista	• Partituras	• Meu Lugar
• Ser Saudável	• Caminhos da Reportagem	• Camarote 21
• Caminhos da Reportagem	• No Mundo da Bola	• Futurando
• Papo de Mãe	• ABZ do Ziraldo	• Curta os Curtas
• Telecurso	• Curta Brasil	• Série C do Brasileirão
	• Revista do Cinema Brasileiro	• Conexão
	• Programação infantil	• Ser Saudável
		• ABZ do Ziraldo

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Recife

- Repórter Brasil
- Samba da Gamboa / Samba da Garoa
- Série C do Brasileirão
- Sem Censura
- Ver TV
- Entre o Céu e a Terra
- Brasilianas
- Observatório da Imprensa
- Nova Amazônia
- Programação infantil: Barney, Thomas, Angelina Ballerina, Pingu
- Viola, Minha Viola
- Festival de Cinema
- Curta Brasil
- Festival Mazzaropi

Brasília

- Repórter Brasil
- Espaço Público
- Tela Rural
- Samba da Gamboa
- Sem Censura
- Estúdio Móvel
- Brasilianas
- Caminhos da Reportagem
- Café Filosófico
- Retratos de Fé
- Papo de Mãe
- Arte do Artista
- Observatório da Imprensa
- Futebol: Série C do Brasileirão, Campeonato Sub 20, Mundial Sub 20, Copa do Mundo Feminina
- Programação infantil: "programa de fantoches", Peixonauta, Barney

Porto Alegre

- Repórter Brasil
- Sem Censura
- Samba da Gamboa
- Ver TV
- Programação infantil
- Ser Saudável
- 3 a 1
- Paratodos
- Caminhos da Reportagem

Salvador

- Repórter Brasil
- Sem Censura
- Samba da Gamboa
- Retratos de Fé
- Entre o Céu e a Terra
- Festival Mazzaropi
- Bola de Neve
- Ver TV
- Tecendo o Saber
- Programação infantil
- Telecurso

São Luís

- Repórter Brasil
- Samba da Gamboa
- Caminhos da Reportagem
- Sem Censura
- No Mundo da Bola
- Viola, Minha Viola
- Entre o Céu e a Terra
- Filmes nacionais
- Programação infantil

Belém

- Sem Censura (nacional e do Pará)
- Repórter Brasil
- Telejornal local
- No Mundo da Bola
- Programação infantil
- Nova Amazônia
- Observatório da Imprensa
- Caminhos da Reportagem
- Brasilianas
- Samba da Gamboa
- Ser Saudável
- Filmes nacionais
- Série C do Brasileirão
- Telecurso

"Eu assisto o jornal da TV Brasil, o Repórter Brasil, porque eu acredito que a notícia não está vinculada nem ao domínio do governo, nem atrelada a esse poder econômico. Eu acho que a notícia é mais verdadeira, ou menos tendenciosa." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"O Sem Censura já vejo há bastante tempo. Há outros programas que eu gosto muito. O Estúdio Móvel, voltado mais para a questão cultural. Gosto demais." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Acompanho o Ser Saudável, hoje vai falar sobre apneia do sono, tabagismo. São tópicos de saúde que são muito bons para quem gosta de acompanhar. Eu sou da área da saúde e gosto de estar sempre me informando de alguma novidade." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belém)

"Assisto na segunda-feira o Luiz Nassif, Brasilianas, na terça, o do Alberto Dines, Observatório da Imprensa e os telejornais. Sou professor e me atualizo com essas informações. São programas técnicos, com informações específicas, muito bem elaboradas. São programas de qualidade." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belém)

"Retratos de fé e Entre o Céu e a Terra são os meus preferidos, são muito bons. Eu não sigo nenhuma religião, mas os acho bons porque respeitam todas as religiões." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

"Tem aquele Caminhos da Reportagem que eu gosto porque valoriza o povo brasileiro, valoriza a cultura. Uma coisa que você não vê em outra televisão. Fala de algumas coisas da história do povo brasileiro. Então ali eu acredito que é uma informação que te leva a ter uma compreensão melhor da tua identidade, da tua história." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

7.2.1 *Hábitos de Mídia: segmento "Conhece e Não Assiste"*



Entre o público que **Conhece e Não Assiste**, a audiência televisiva transita por diversas emissoras, abertas e fechadas, com diferentes teores e linhas de programação: (Por se tratar de uma pesquisa qualitativa, as menções que se seguem são aleatórias, destituídas de qualquer hierarquia.)

São Paulo	Rio de Janeiro	Belo Horizonte
• Globo	• Globo	• Globo
• Record	• SBT	• Record
• SBT	• Record	• SBT
• Band	• BandNews	• Discovery
• TV Cultura	• GloboNews	• Telecine
• Globo News	• Discovery	• Animal Planet
• Multishow	• Multishow	• HBO
• Cartoon Network	• GNT	• Multishow
• MixTV	• Fox	• SporTV
• Discovery Kids	• SporTV	• FOX
• Disney Channel	• Programas citados: Bom Dia Brasil, Bom Dia Rio, RJTV, Encontro (Fátima Bernardes), seriado Verdades Secretas, novela Os Dez Mandamentos	• Cinemax
• History Channel		• Space
• Telecine		• History Channel
• Programas citados: Jornal Nacional, SPTV, Chaves, novelas Os Dez Mandamentos, Jornal da Globo		• Programas citados: novelas, Jornal Nacional, MGTV, Balanço Geral, Silvio Santos

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Salvador

- Globo
- SBT
- Band
- Record
- TV Cultura
- Multishow
- Globo News
- Space
- TNT
- Universal
- HBO
- Telecine
- Discovery
- Canal Off
- Programas citados: Bem-Estar, Encontro, Programa do Jô, Peppa Pig, novela Carrossel

Brasília

- Globo
- Band
- SBT
- Record
- GNT
- Fox
- TNT
- Telecine
- HBO
- Megapix
- Sportv
- Combat
- Animal Planet

Porto Alegre

- Globo
- Record
- Band
- SBT
- Discovery
- Sport TV
- Telecine
- Fox Sports
- RBS TV
- Programas citados: Vídeo Show, Domingo Espetacular, Malhação, Balanço Geral, novelas, Rodrigo Faro

Recife

- Globo
- SBT
- Record
- Band
- Programas citados: Jornal Nacional, Malhação, Esquenta, novelas, Pânico, Tomara que Caia

Belém

- Globo
- Re cord
- Band
- SBT
- TV Cultura
- Programas citados: A Praça é Nossa, Jornal Nacional, Jornal da Globo, Jornal Hoje, Programa do Jô, Esquenta

"Eu vejo todo mundo falando mal da Globo, mas eu gosto. Tenho hábito de assistir o Jornal Nacional, no SBT eu vejo a novela Usurpadora." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

"Geralmente ponho na Globo, quando eu vejo que o programa não está legal, vou trocando. Eu gosto bastante de humor, filmes e esportes, para ser mais específico MMA." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, São Paulo)

"Eu não tenho preferência de canal, mas assisto a Globo pelo fato dos jornais da tarde e da noite. Querendo ou não, ainda é o jornal mais qualificado." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

"No Multishow tem uma programação boa.Um que eu passei a assistir é a GNT, tem programas muito legais que eu nem fazia ideia." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Curto mais programas de entrevista, coisas direcionadas à música. Esporte eu acabo vendo no fim de semana." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Salvador)

"A minha preferência é por programa de esporte, mas acho que depende muito do momento. À noite, não tem esportes, vou ver um filme. Antes tinha aquele humor dos Trapalhões, um humor mais sadio, que a galera gostava. Depois veio um humor mais pesado, que deu uma cortada. Foi uma perda grande." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

"Gosto de documentários do Discovery Chanel, gosto do Globo News quando tem algumas reportagens que passam alguma coisa do mundo inteiro." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, São Paulo)

7.3 TV Brasil: Imagem da Emissora

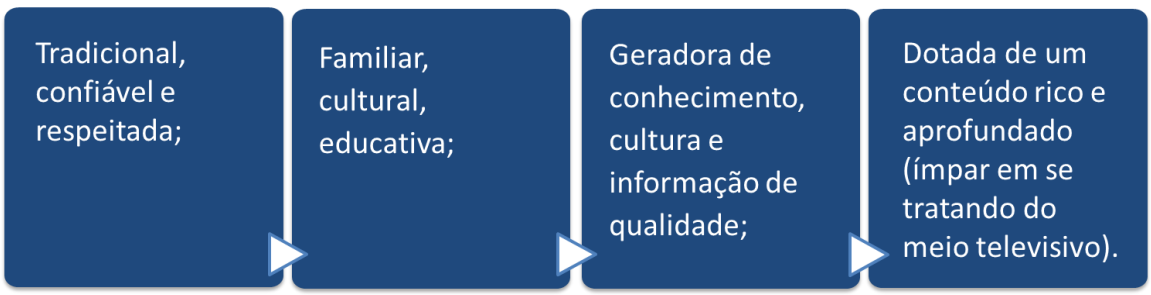
A avaliação da imagem da emissora será retratada em dois momentos distintos, tendo em vista a segmentação do estudo:

- Primeiramente, serão descritos os resultados do segmento Conhece e Assisteà TV Brasil;
- Na sequência, seguirão os resultados do segmento Conhece e Não Assiste à TV Brasil.

7.3.1 *Imagem da TV Brasil: segmento "Conhece e Assiste"*

Em todas as praças pesquisadas, independente de um maior ou menor vínculo com a TV Brasil, a sua imagem é muito positiva.

É considerada uma emissora:



"Ela educa, ela informa educando." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, Recife)

"Acho que a TV Brasil tem um leque de cultura muito diferenciado das outras." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"É aquela coisa bem livre é a verdade de uma forma bem isenta, excelente." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, Recife)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

> *"É uma TV que você pode deixar a criança sem preocupação, entendeu? É uma linha educativa."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, São Paulo)
>
> *"Uma TV educativa, que só acrescenta. Uma TV didática. Ela me informa."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, Recife)
>
> *"Todas as outras querem nos convencer de alguma coisa, fazer comprar. Acho a TV Brasil livre."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belo Horizonte)
>
> *"Ela oferece diversas formas de obter conhecimento e cultura e eles passam a informação de verdade, não é aquela coisa que é moda e todo mundo está passando, eles passam tudo. Os temas são abrangentes."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Salvador)
>
> *"Eu acho que é uma TV instrutiva, ela traz educação, tem diversidade, apresenta a cultura brasileira de norte a sul. Eu acho que isso é muito bom. Ela passa uma confiança que você pode deixar uma criança assistindo."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)
>
> *"Eu diria que a TV Brasil é cultura, te enriquece em cultura."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

Além disso, a TV Brasil atende vários requisitos relevantes na busca pela informação e conhecimento. Há uma série de aspectos valorizados na TV Brasil:

- Séria e Familiar:
  - Programação infantil com caráter educativo;
  - Ausência de reportagens policiais "apelativas";
  - Ausência de sensacionalismo;
  - Teor mais "puro": não incita a violência, o consumismo ou a sexualidade exacerbada.

> *"Os outros canais eles incitam uma violência absurda em todos os sentidos, é uma violência enquanto pessoa, é uma violência enquanto comunidade, é uma violência musical, violência cultural. Muita baixaria. E na TV Brasil você sabe que o que vai aparecer ali, você pode estar com sua família o tempo todo que não é nada que ninguém não possa ver, você não precisa tirar as crianças da sala. Acho isso muito bacana."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)
>
> *"Eu acho que ela é uma TV muito séria, ela não é sensacionalista. O foco dela é a qualidade da informação, não é jogar qualquer coisa."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Hoje você pode colocar o seu filho para assistir a TV Brasil o dia todo, porque você sente segurança, não tem nada que faça mal para o seu filho assistir." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

- Conteúdo rico e diferenciado:
  - Abordagem de temas que a "grande mídia" não explora;
  - Reportagens, matérias e documentários que fogem ao padrão habitual da TV brasileira, na medida em que o seu foco está na educação, cultura e disseminação do conhecimento.

"Você não vê em nenhuma outra mídia tratando da ideia de inclusão, você tem programas que mostram variedades. Se você pegar a Globo, ela tem uma programação só e cada programa é uma faceta da mesma programação. É sempre a mesma coisa." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

"A TV Brasil é cultura, inteligência, uma coisa de um nível cultural elevado. Tem um lado que eu acho muito importante que é a questão da educação. Eu acho que é uma TV educativa, tem esse papel de formação, de reforço da cultura." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

"Os outros canais têm tratado as notícias de uma maneira muito fútil, vazia. Eu acho que a TV Brasil traz mais conteúdo, mais perspectivas. Tem muita coisa que a gente não fica sabendo se não acompanhar em um canal como a TV Brasil." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Porto Alegre)

- Profundidade:
  - Maior aprofundamento e detalhamento das notícias;
  - Elaboração e cuidado na disseminação dos fatos;
  - Condução ao debate de ideias e à reflexão.

"Gosto porque são programas que trazem reflexões. É outra forma que você reflete, chama você para refletir." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"Outra coisa é o aprofundamento da notícia, não é só aquela coisa rápida, você tem um debate, tem a questão econômica, tem uma análise de uma pessoa séria." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

"Eu acho que eles conseguem cobrir o que é mais importante, conseguem trazer também notícias que não são tão do dia, mas que são importantes para entender o contexto, não é só aquela coisa factual, separada de todo o resto." (Conhece e Assiste, 18 a 24anos, CD/E, Porto Alegre)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Imparcialidade:
  - Compromisso com um jornalismo sério e não tendencioso;
  - Abertura para exposição de diferentes pontos de vista e opiniões.

> *"Têm vários pontos de vista em discussão, você não tem aquela visão limitada sobre determinado assunto, eles abrem mais para opiniões diferentes. Gosto da diversidade de opiniões."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

> *"A imagem que eu tenho da TV Brasil é uma imagem de credibilidade. Quando eu vejo uma informação na TV Brasil, eu fico mais calmo quanto à imparcialidade do que eu estou ouvindo. Para mim é um referencial, para mim a TV Brasil é isso."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

> *"A gente acaba vendo que as outras emissoras são quase um partido político. Elas sempre vão puxar para o lado que vai melhor para elas. O que eu vejo da TV Brasil é a imparcialidade."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

- Pluralidade cultural e Respeito à diversidade (regional, cultural, ideológica):
  - Reportagens e documentários que dão valor e transmitem ensinamentos sobre a diversidade do país (nas suas mais variadas formas de expressão).

> *"Na TV Brasil, vi que tem representados os negros, indígenas, todos os tipos de religiões, pessoas de várias correntes ideológicas. Você tem temas sobre tudo, não tem aquele grupo que é marginalizado. É uma coisa que percebo que tem na TV Brasil tem todos os grupos representados."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

> *"Uma TV que busca ser mais plural possível, porque ela traz programações locais que não teriam espaço em outras emissoras. Os telejornais dela têm sempre as inserções das afiliadas, ela dá espaço para produções daqui do Rio Grande do Sul, do nordeste, do centro-oeste. Coisa que a gente não vê. Ela tenta ser uma voz do Brasil mesmo."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Porto Alegre)

> *"Acho que é o único canal que fala um pouco mais da nossa região. É um canal cultural e educativo e que abre um pouco mais da nossa realidade daqui."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

- Profissionais competentes e respeitados:
  - Jornalistas e apresentadores sérios e conceituados;
  - Comentaristas e convidados qualificados e conhecedores a fundo do tema em pauta;

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Os citados: Leda Nagle, Luís Nassif, Guilherme Menezes, Alberto Dines, Roberto D'Ávilla, Diogo Nogueira, Paulo Moreira, Florestan Fernandes eSérgio Du Bocage.

> *"Tem pessoas como o Nassif que fazem comentários que a gente respeita. Porque nos outros canais, a Globo manipula tudo."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

> *"Pessoas que vão divulgar o assunto são estudiosos da área, isso acaba dando uma credibilidade. Os comentaristas também são pessoas que tem conhecimento na área. Os apresentadores te passam essa confiança, credibilidade."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

> *"A Leda Nagle é competente, culta, sabe abordar. Não é como o Faustão: a pessoa mal termina de falar e ele já interrompe. Gosto muito do Alberto Dines, sabe entrevistar, faz a pergunta certa. Tem algo a acrescentar."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

- Linguagem acessível:
  - Percepção de que a emissora preconiza a adoção de uma linguagem de fácil entendimento, acessível a todos os públicos, sem distinção.

> *"A forma como eles passam a informação é para qualquer um entender. É interessante porque é uma forma fácil pela qual os temas são abordados."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

> *"É uma forma didática de passar a mensagem."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, Recife)

> *"Acho que é uma linguagem bem fácil de comunicar com o telespectador, fácil de entender. Passa a notícia de forma que a gente entenda o que foi exposto."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília)

> *"Uma linguagem acessível, você assiste e compreende."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

Prevalece uma imagem da emissora bastante favorável, contudo são levantados alguns pontos passíveis de melhorias em sua programação:

- Abrangência de públicos:
  - Carência de conteúdos direcionados ao público adolescente e jovem;
  - Entre uma parcela do público de 18 a 24 anos, surge a demanda por apresentadores mais jovens;
  - Entre algumas mães, aparece a demanda pela ampliação na programação infantil destinada a crianças na faixa de 7 a 10 anos.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Falta uma programação mais voltada ao adolescente. Tem o Auto Falante de sábado, mas é um só." (Conhece eAssiste, 25 a 34 anos, AB, São Paulo)

"Falta uma programação mais construtivista para as crianças, mas que chegue mais para um menino de 7, 8 anos. Hoje o que tem é mais para menininho pequeno, de 4 anos." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, Recife)

"A gente gosta da programação da TV Brasil, mas acredito que para a gente gostar mais, a gente tem que se sentir representado também e eu acho que faltam jovens na TV Brasil para representar a gente." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Salvador)

- Programação de entretenimento:
  - Percepção de haver espaço para ampliação do conteúdo de entretenimento com:

  - *Mais citados:*
    - Telenovelas, filmes e seriados de produção nacional;
    - Programas humorísticos;
    - Programas musicais;
    - Programas esportivos.
  - *Citados, em menor intensidade:*
    - Programas gastronômicos;
    - Programas sobre viagens;
    - Retorno do Castelo Rá-Tim-Bum;
    - Reality show respeitando a identidade da emissora.

"Eu acho que informação é bom, mas um momento de entretenimento é legal." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Salvador)

"Falta programa de humor, entretenimento. Deveria passar mais esportes, outras séries, outras modalidades de esporte." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belém)

"Eles poderiam fazer outro programa, além do Samba da Gamboa, que tivesse outros estilos musicais." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Ela tem que inovar na programação, por exemplo, quando passava o Windeck era uma novelinha que tinha um pouquinho de humor.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Substituíram o Windeck por cinema iraniano, eu gosto, mas não é toda noite que estou a fim de assistir um drama. Então seria bom se tivesse uma coisinha mais leve." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

- Jornalismo internacional e produções documentais sobre a cultura de diferentes países:
  - Percepção de que a cobertura jornalística internacional é escassa, demandando maior exploração do que classificam como "um giro pelo que acontece pelo mundo";
  - Sensação de haver espaço para inclusão de programas/documentários abordando traços culturais de outros países.

"Poderia ter uma sessão de notícias mundiais, eu acharia bem interessante. Mostrar o que está acontecendo no mundo." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Porto Alegre)

"É mais focado na população brasileira, nas coisas daqui. Não fala do exterior... Eu acho que poderiam inserir." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Conhecer outra cultura é cultura também." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília)

"Falta a notícia internacional. No jornal da TV Brasil, deveria dar um enfoque maior a coisas que acontecem no mundo." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

- Sugestões de alterações no horário da programação:
  - Sem Censura → noturno, em horário nobre;
  - Filmes → noturno (e não na madrugada);
  - Jornalismo → inserção de alguma edição matinal e mudança do Repórter Brasil para um horário um pouco mais cedo (objetivando não disputar com as novelas das 21:00 da Rede Globo e da Record);
  - Aos domingos → reprise dos programas *"mais assistidos*".

"O Sem Censura é um programa que poderia ser à noite, porque ele é bem variado e geralmente se aprofunda mais nos temas." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Porto Alegre)

"As mostras de cinema são meia-noite, você quer aguentar, mas não dá." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Porto Alegre)

"Só acho ruim o horário do Sem Censura, que é um programa muito legal que é 4 da tarde e não dá para ver. Acho que deveria ser num horário

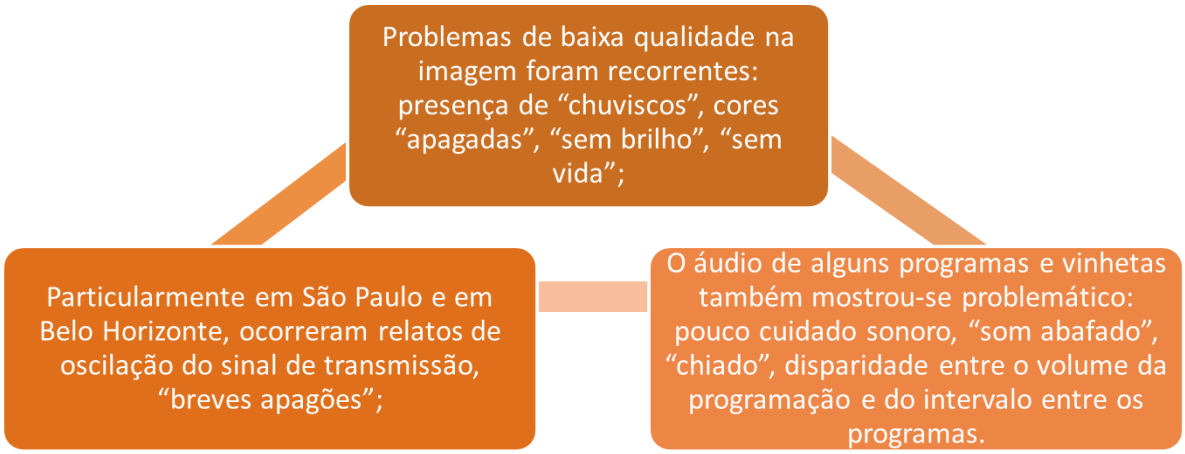
Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

mais nobre ou se desse em dois horários." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

"Eu acho que poderia colocar o horário do Repórter Brasil mais cedo, porque essa questão de novela é pesada no Brasil, ele vai encostar perto dos horários das novelas. isso é cultural, nós temos uma cultura de novela muito forte." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, Recife)

Torna-se importante observar que as sugestões de melhorias, quando surgem, não incidem na reputação da emissora. Tratam-se de pontos a serem otimizados ou aprimorados na busca de uma programação mais abrangente, completa e diversificada.

Em todas as praças pesquisadas, problemas técnicos, às vezes decorrentes do sinal analógico, contribuem para a existência de uma imagem de baixa qualidade tecnológica:



Fator comprometedor da satisfação com a emissora na medida em que, efetivamente, o telespectador se vê diante da perda do conteúdo em função de deficiências decorrentes da baixa atualização tecnológica.

"O que vejo é a falta de investimento na área de tecnologia. Hoje a grande maioria das emissoras transmite o sinal digital, a gente coloca na TV aberta do canal Brasil, não tem sinal na maioria das vezes. Não sei se é a região que eu moro, mas está sempre sem sinal." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"Eu assisto esporadicamente porque o meu problema maior com ela é o sinal. A qualidade de imagem é muito ruim, então isso daí é uma das coisas que faz com que eu não assista mais." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"A qualidade da imagem pode melhorar na TV Brasil. Pode melhorar o layout, apresentação, a imagem e a qualidade da imagem." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília)

"Às vezes eles entrevistam em uma sala, o áudio fica reduzido. Quando a entrevista é externa o áudio aumenta muito. Acho ruim." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

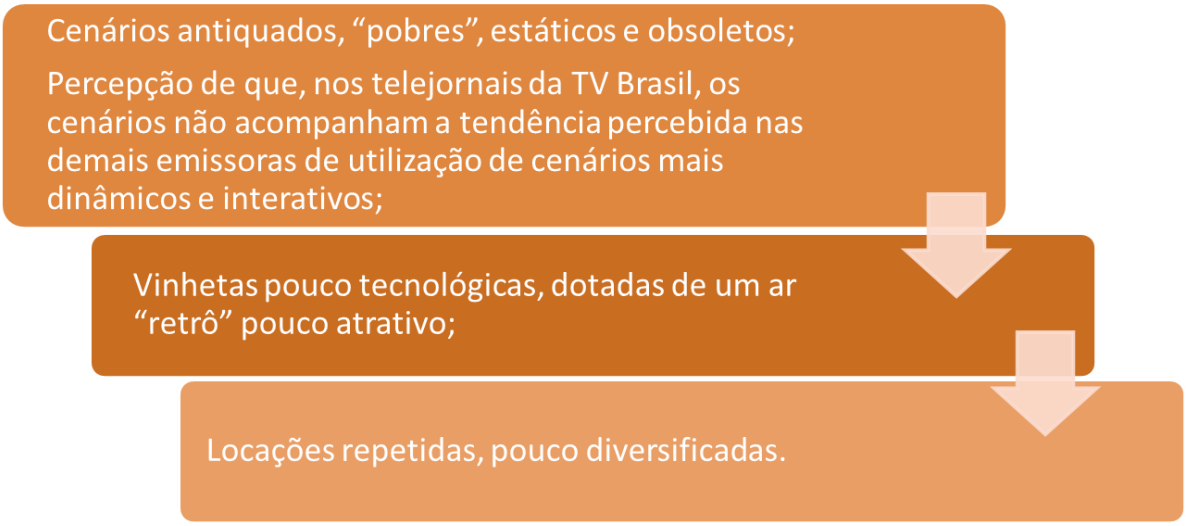
"Acho que ela está engatinhando ainda perto dos outros canais em termos de tecnologia e de qualidade. A gente percebe que está num processo de maturação ainda, não é um canal que está pronto, que você fala que é redondinho. Tem muitos problemas técnicos." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"Para ela poder concorrer com as demais abertas, deveria começar a investir forte na digitalização. Qualidade ela tem, precisa resolver o problema de sinal." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

"Durante um período o sinal sumiu. Eu tenho uma dificuldade muito grande com o sinal da TV Brasil. Os outros canais pegam muito bem aqui em Santa Teresa, a TV Brasil pega muito mal." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belo Horizonte)

"O jornal do nada você está assistindo apaga, fica preto e volta do nada. A programação inteira acontece, dá um apagão e depois volta." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

Ademais, foi apreendida uma grande fragilidade no que diz respeito à composição visual e estética da emissora:



Nesse quesito, tem-se uma visão mais crítica em que prevalece a percepção de um empobrecimento da qualidade da emissora, em função de sua deficiência estética.

"Acho a estética da TV Brasil meio primária, parece que falta profissionais especializados. A sensação é de profissionais que têm poucos conhecimentos de tecnologia, de arte, de designer." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"Faltam cores mais vivas, a imagem é muito opaca. Precisaria de umas cores mais alegres. Quer ver um cenário de um programa que assisto que é horroroso? É o Sem Censura, o mesmo há 300 anos e parece mesa de escritório. Aquele cenário ali era para ser mais dinâmico, mais moderno." (Conhece e Assiste, 25 a 35 anos, AB, Recife)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"É um cenário bem simples, as imagens são simples com uma qualidade menor." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Porto Alegre)

"Os programas jornalísticos precisam fazer cenários que chamem a atenção. É um negócio apagado, sem vida." (Conhece eAssiste, 35 a 50 anos, CD/E, Recife)

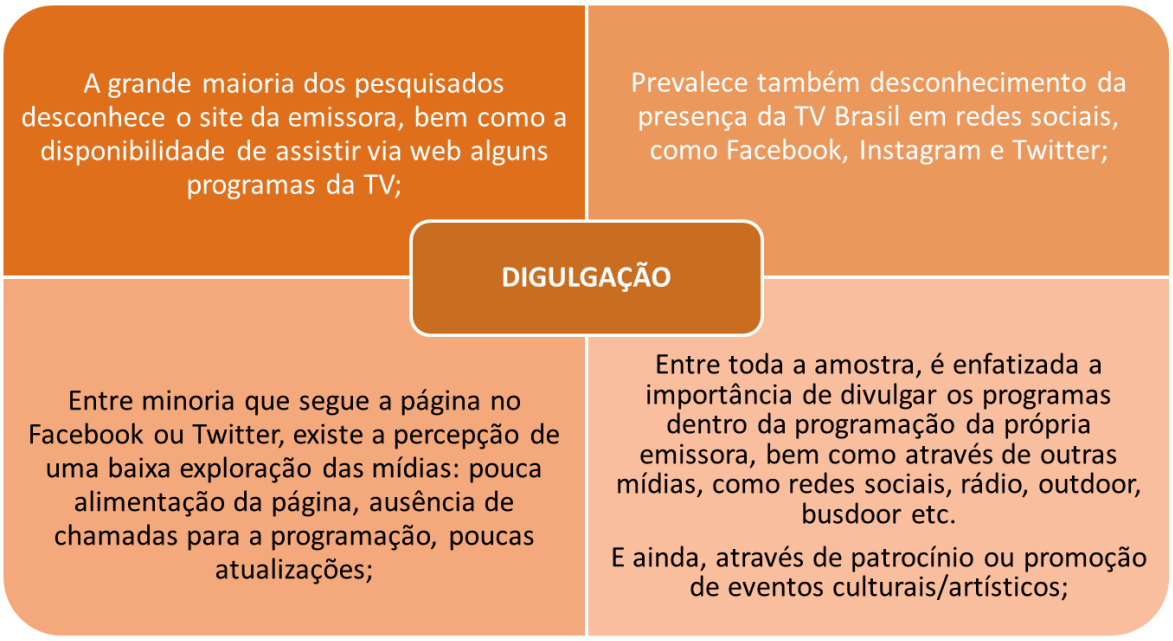
"Sempre as entrevistas são em Brasília e sempre é no mesmo local, na porta do conjunto Nacional. Eu acho que isso eles precisam diversificar." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

"O cenário ali está muito franciscano, muito simples. Eles estão lá com uma televisãozinha que parece de 32 polegadas. Deveria ser um telão, uma tecnologia que pode melhorar bastante o cenário." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

"A vinheta de abertura do programa Papo de Mãe, que é uma música bonita, uma música de roda, vem com um som estridente que não é gostoso. Essa mesma TV te oferece programação saudável, bacana, precisa pensar nesses aspectos porque às vezes você muda de canal porque isso te irrita." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"As outras emissoras têm uns efeitos melhores. Acho a chamada do Repórter Brasil muito fraca. Às vezes o efeito visual, o efeito sonoro são fracos." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

Entre o público que Conhece e Assiste, apreendeu-se uma enorme demanda por maior divulgação da TV Brasil:



"Nunca acessei o site do canal, não sei se tem algum acesso na internet." (Conhece e Assiste, 18 a 24, AB, Rio de Janeiro)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Poderiam divulgar pedacinhos do programa pelo Facebook mesmo. No Samba na Gamboa aparecem artistas conhecidos, se eles divulgarem uma parte pequena, uns pedaços de entrevista, as pessoas compartilhariam naturalmente." (Conhece e Assiste, 18 a 24, AB, Rio de Janeiro)

"Eu percebi que a página da TV Brasil no Facebook não compartilha muita coisa. Eu acho que não está bem assessorada." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

"Eu acho que deveria promover alguns eventos nas escolas, eventos mais populares, veicular concursos culturais, musicais, envolvendo esses programas tão ricos que ela tem." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

"Falta investir em divulgação, jogar bem nas redes sociais e nas mídias, muitas chamadas e colocar qualidade de imagem digital." (Conhece e Assiste, 25 a 34, AB, Belém)

"Eu acho que poderia melhorar as chamadas dos programas, porque elas são sem graça. Poderia ter algo a mais para você estar mais atento aos programas que vão acontecer depois. Se for uma chamada boa, você imagina que seja um programa bom, então te dá vontade de assistir." (Conhece e Assiste,35 a 50 anos, AB, São Luís)

"A TV Brasil tem que fazer mais divulgação. Mostrar mais os horários dos programas na própria programação. Divulgar o canal em redes sociais." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belém)

"Divulgar através das redes sociais, vai começar um programa que trata disso, disso e disso. As pessoas vão ficar curiosas e vão querer assistir. Coloca uma prévia do que vai ser o programa e faz uma chamada bacana. Acho que seria válido." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

Entre a minoria conhecedora do site da TV Brasil, surgem como demandas:



Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Observação: Parcela minoritária conhecedora do site avaliou positivamente a sua organização e navegabilidade.

> *"O site da EBC é como se fosse um portal, aí você clica em outros sites que são os programas. Ele agrega a NBR, a rádio Nacional... O Governo pegou e jogou tudo em um site só, mas para cada mídia deveria ter um site especializado."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

> *"Eu acho o site muito organizado, ele diz toda a programação. Você escolhe um dia e aparece toda a programação daquele dia. É muito bem organizado, não é uma bagunça."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

> *"Às vezes o redirecionamento de links não é bom, aquela lista de informações que tem abaixo, acho que vai sempre para uma informação abrangente em vez de afunilar. Com essa expansão você desiste de procurar a informação."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belo Horizonte)

> *"A TV Brasil peca nisso, você vai procurar o programa na internet, no site oficial, você não acha, não tem."* (Conhece e Assiste, 18 a 24, AB, Salvador)

> *"Uma vez eu acessei e não tive complicação. Abriu rápido e me deixou informado."* (Conhece e Assiste, 35 a 50, AB, Belém)

> *"Acho que é interessante, já que estamos neste período com a internet mais do que florescendo, que os programas sejam disponibilizados na internet para visualização posterior."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

> *"Acho que poderia aumentar a quantidade de programas, de programação da TV Brasil disponível na internet. Talvez até pegar um trecho muito interessante do Sem Censura e de outros programas, por exemplo, um trecho de um minuto e meio e disponibilizar em redes sociais."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

7.3.1.1 *Técnica Projetiva: Personificação*

- Procedimento: os participantes foram convidados a imaginar e descrever a 'pessoa TV Brasil':Como ela seria? Qual a sua profissão, traços de personalidade, hábitos de lazer, estilo de vestir etc.

Se a TV Brasil fosse uma pessoa, seria...

- **Uma pessoa (homem ou mulher) madura**, entre 40 e 55 anos;
- **Conservadora, culta, formal**, consciente, focada, inteligente, intelectual, idônea, interessada, antenada, autêntica, questionadora, **tímida, escondida, "não ousa", "não inova","sem sal";**

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- **Professora, socióloga**, filósofa, cientista política, jornalista, historiador;
- No lazer, **gosta de ler, estudar**, ficar com a família, contar histórias, gosta de literatura, gosta de ouvir MPB, ir ao teatro, "gosta de compartilhar experiências de vida";
- Veste-se no **estilo clássico, sóbrio, discreto**, terno e gravata, estilo hippie, "calça, chinelo, camisa e bolsa a tiracolo".

A imagem projetada é, predominantemente, de uma pessoa formal, séria e intelectualizada, com traços marcantes de conservadorismo e tradicionalismo.

Tem-se uma imagem beirando o envelhecimento → Há espaço para renovação e rejuvenescimento da personalidade da marca.

> *"Acredito que a TV Brasil tem que inovar de alguma forma para chamar a atenção."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Salvador)
>
> *"Vejo uma mulher de uns cinquenta anos. Acontecem tantas inovações na sociedade, mas ela tenta ser tradicional, não muda o objetivo dela."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília)
>
> *"É uma coisa mais formal, conservadora. Não é incômodo,mas poderia ser um pouco mais alegre. É bem sério."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, Salvador)
>
> *"É tradicional. Não que o tradicional não seja bom, mas eles poderiam ousar um pouco."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, São Luís)
>
> *"Poderia mudar o cenário de uma forma que ele possa ser mais dinâmico. Talvez se mudasse, chamaria mais atenção, chamaria mais audiência."* (Conhece e Assiste,25 a 34 anos, AB, São Luís)
>
> *"As outras emissoras parece que têm mais vivacidade que a TV Brasil. Ela deveria trabalhar essa coisa de muitas cores. Nada berrante, mas alguma coisa que chamasse mais atenção, que se fizesse notar, que ficasse mais viva."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, São Paulo)
>
> *"Eu acho que ela não pode perder a característica dela, mas ela pode ser mais dinâmica, mudar os cenários. Ser mais inovadora, mas não pode ser apelativa, você pode mudar sem perder a sua característica."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, São Luís)

7.3.2 *Imagem da TV Brasil: segmento "Conhece e Não Assiste à TV Brasil"*

Como já mencionado, entre o público que Conhece e Não Assiste, não existe rejeição frente à TV Brasil; o baixo conhecimento da sua programação é a principal razão para o distanciamento;entre uma parcela dos entrevistados, o desinteresse se dá em virtude da

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

falta de qualidade decorrente da transmissão analógica; contudo, existem também outros fatores...

Existem alguns vieses na imagem da emissora que funcionam como barreiras para um maior interesse ou motivação em conhecê-la mais a fundo. São eles:

TV do Governo Federal, que, supostamente, não teria autonomia editorial ou programática e sim um viés político ou ideológico;

Imagem de ser uma emissora ultrapassada, "antiquada", desatualizada. Essa percepção se dá, exclusivamente, em virtude da qualidade da imagem e do áudio e provoca uma desmotivação para continuar assistindo;

Imagem de que seria uma emissora similar às TVs Câmara e TV Senado, por estarem todas sequenciadas na numeração de canais. E, nessa perspectiva, todas teriam uma programação exclusivamente focada em política e não atrativa;

"Eu acho que ela não é atraente, é uma televisão do governo." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

"A exibição deles parece que filmaram em 1980. Parece antigo. Sei lá. Parece as novelas do SBT. É antigo. As cores são antigas. Me passa que é um canal antigo." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Porto Alegre)

"Acho que o motivo para não assistir é por falta de conhecer os programas." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

"A TV Brasil é mais visada para cultura e educação. Pelo o que meu pai assiste, são comentários mais de governo, sobre educação. Nos outros programas puxa mais a atenção para o público jovem, essas novelas de adolescente, tem baixaria, o povo gosta. E cultura e educação, fica de lado." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24, CD/E, Recife)

"Parece que elas são todas iguais: TV Senado, TV Escola, TV Brasil, TV Justiça, são todas juntas. Na grade dos canais, elas são sequenciais. O ritmo delas deve ser igual, o perfil. Só muda o tema." (Conhece e Não Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"A qualidade da imagem não é a mesma, parece que o material que eles usam para filmar é antigo. Parece tudo muito arcaico." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24, CD/E, Rio de Janeiro)

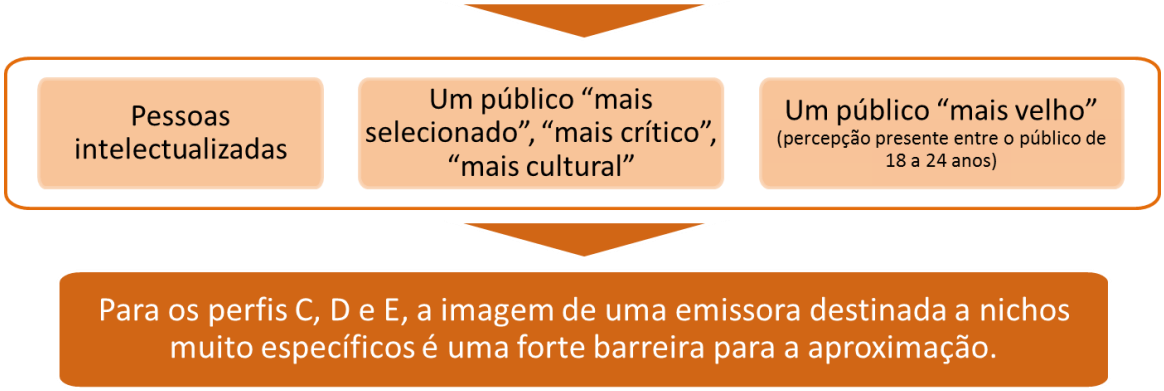
"Sempre achei que só passava política. A imagem que eu tenho da TV Brasil é a mesma que eu tenho da TV Senado." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

"Eu achava que falava muito de política, tipo um horário político permanente. Achei que fosse isso." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, São Paulo)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Entre os pesquisados das classes C, D e E, há também um enorme distanciamento da emissora ocasionado pela imagem de que a sua programação é direcionada a um público-alvo de outro "nível".

Prevalece, entre esse segmento, a opinião de que a TV Brasil tem como público-alvo:



Os pesquisados que Conhecem e Não Assistemcompartilham com os que Conhecem e Assistem a opinião de que a TV Brasil necessita de algumas ações para se tornar mais popular:

Divulgação

- Mostrar-se mais presente e atuante nas redes sociais e através do site, bem como com mais chamadas dentro da própria programação;
- Particularmente em São Paulo, surgiram sugestões de divulgação em mobiliários urbanos, mídias eletrônicas dentro dos trens/metrôs e também inserções publicitárias em vídeos do Youtube.

Entretenimento

- Introdução de programas de entretenimento voltados para todas as faixas de idade;

➔ Exemplos citados: programas humorísticos, programas ao vivo, desenhos animados aos finais de semana, programas para o público adolescente etc.

Popularização

- Introdução de programas de apelo popular, menos *"intelectualizados"* e mais acessíveis ao grande público;

➔ Exemplos citados: MasterChef, novelas, série B do Brasileirão, programas de entrevista (de apelo mais popular), programas esportivos e programas de culinária.

"Falta um programa com a cara do povo." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

"Eles poderiam comprar a transmissão da série B do futebol e no comercial fazer propaganda dos outros programas. Aí o próprio marido já vai comentar com a mulher, com o filho sobre a programação." (Conhece e Não Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"Poderia divulgar naquela tela do Youtube você clica e vem o 'comercialzinho' antes, que fala daqui a cinco segundos você pode ir para frente. Eu já procurei muita coisa quando vi aquele

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

'comercialzinho'." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, São Paulo)

"Eu acho que um adolescente não assistiria a maioria desses programas. Porque adolescente quer mais é entretenimento." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

"Tem que colocar coisas mais atuais, mais novas. Tipo novela, jogos, tipo um Sai de Baixo." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Porto Alegre)

"É pouco divulgado. A TV Brasil eu ouvi falar poucas vezes, passando no controle, pouquíssimas. Acho que faltam chamadas, tipo: "venham conferir tal programa!"A gente nem sabe o que passa. Conheço o canal, mas nunca vi nada." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24, CD/E, Belo Horizonte)

"Poderia colocar outdoor na rua, fazer uma divulgação externa. Fazer um anúncio nas rádios. Divulgação online também. Pode ter a página deles nas redes sociais." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

"Tem que chamar atenção de algum jeito. Fazer um comercial na TV Minuto que passa no metrô, em ponto de ônibus na Paulista. Uma coisa que muita gente começa a ver, se interessa e assiste." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24, CD/E, São Paulo)

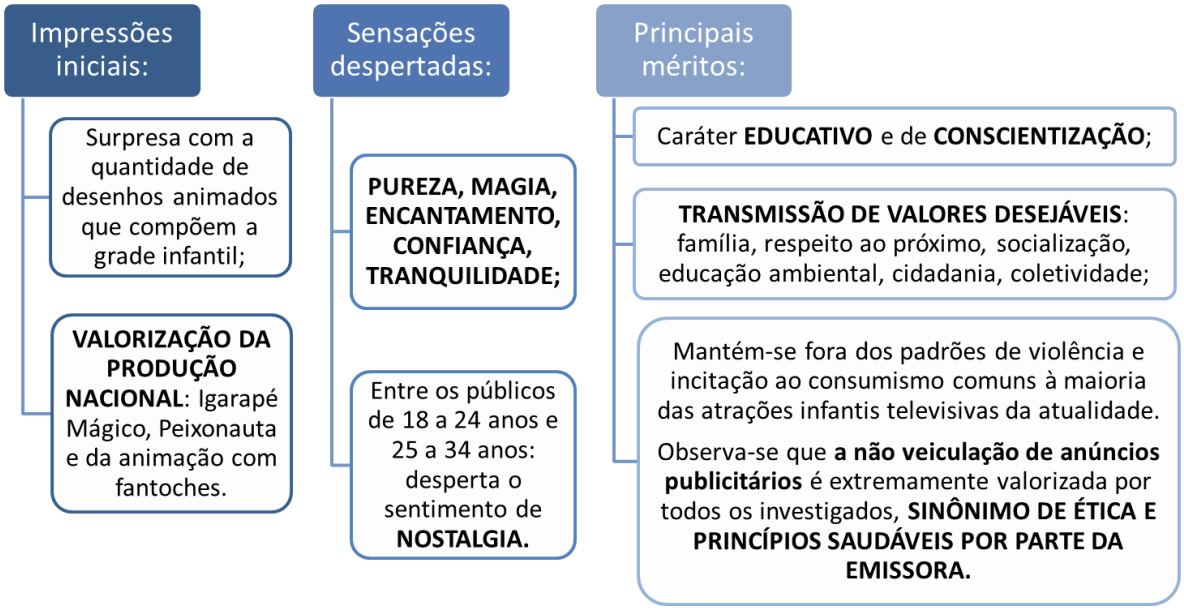
7.4 Avaliação da Programação da Emissora

7.4.1 *Avaliação da Programação Infantil*



Entre os dois segmentos de público investigados, a mostra de conteúdo apresentada obteve avaliação extremamente positiva:

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa



"A mensagem que a TV Brasil passa é bem essa da linha educacional mesmo, dos valores. Ela não está tão preocupada com o consumo, de vender Minions ou vender alguma coisa assim." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"Mostra valores: cidadania, educação mesmo, tentar conscientizar a parte ecológica, não assisto todos, é mais passando rápido, pelo que deu a entender é que vai tentar formar pessoas que tem mais consciência." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

"É educativo, acho que é essa a palavra-chave da programação dos desenhos da TV Brasil. Porque não tem violência, não tem aquele negócio de armas de fogo, é simples e educativo." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Belo Horizonte)

"O positivo é a educação, eles ainda têm aquele lance de família, eles se preocupam com a formação da criança e da sociedade." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, São Luís)

"São desenhos bem lúdicos, acho muito interessante comparado aos desenhos que tem hoje... Passa valores de amizade, de coletividade, de respeito." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Porto Alegre)

"É uma coisa bem pura, traz para a inocência da criança. Até a consciência ecológica também, controle para não gastar tanta água." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

"Tem de todo tipo. Alguns têm a interface mais nova, tem fantoche, alguns são informativos. Há grande variedade, o conteúdo é variado." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"É educacional. O desenho sobre a água, a criança desde pequena absorve tudo. Então, eu acho que é muito interessante esse tipo de

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

desenho, não é fútil, é algo que a pessoa vai levar para a vida." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Salvador)

"Essa programação infantil diferente dos outros canais porque tem o lado educativo, o lado da conscientização. Se você pegar os desenhos da Globo só mostra pessoas se transformando em monstros para lutar." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

"Hoje em dia os desenhos não são adequados para as crianças, esse tipo de desenho é mais adequado, mais educativo." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

"Ajuda a construir um cidadão consciente, a conscientizar que não deve desperdiçar água, que nosso planeta, nosso país, todos vivem com a escassez de água. A criança vai crescer com essa consciência de preservação." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34anos, CD/E, Salvador)

"Os desenhos são legais, educativos, prende a atenção das crianças, mas não assisto, porque não tenho tempo. É bem para criança mesmo.Estes são bem infantis, é bom isso." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Porto Alegre)

"O conteúdo é bem legal. Ele vai enriquecer a pessoa, não vai desfazer os costumes da família. Vai passar uma mensagem para educar a pessoa. É educativo, legal." (Conhece Não e Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Salvador)

"Eu acho que não ter propaganda é interessante pelo fato do consumismo, porque a criança quer tudo que ela vê. Qualquer propaganda que passava a minha filha queria, principalmente aquela Barbie." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

7.4.2 *Avaliação da Programação Jornalística Regional*



O conteúdo, em geral, foi predominantemente bem avaliado. Contudo, apreendeu-se a percepção de fragilidades em algumas praças no que diz a alguns aspectos específicos, como se segue:

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Conteúdo:

- Em todas as praças, houve a percepção de um **CONTEÚDO RICO, APROFUNDADO E DESTITUÍDO DE SENSACIONALISMO**;
- Em Brasília, houve destaque para:
  - ✓ **CONTEÚDO DE UTILIDADE PÚBLICA, "LEVE", INFORMATIVO** e **IMPARCIAL**;
- Em São Luís, surgiram como pontos críticos:
  - ✓ Jornal "**COMPACTO", "RÁPIDO", POUCO APROFUNDADO**;
  - ✓ **NOTICIÁRIO FOCADO NA CAPITAL**, negligenciando o restante do estado;
- No Rio de Janeiro, particularmente entre o segmento que Conhece e Não Assiste, foi apreendida demanda por:
  - ✓ Maior enfoque ao jornalismo policial;
  - ✓ Reportagens ao vivo, como trânsito e notícias diversas.

Formato:

- Cenário *"pobre", "antigo", "ultrapassado"* → Transmitindo a sensação de amadorismo;
- Embora os âncoras demonstrem uma postura mais dinâmica em Brasília, São Paulo e no Rio de Janeiro (em pé, em movimento), o formato de um único âncora é considerado defasado;

  Em São Luís, a postura do âncora sentado soa ultrapassada;
- Em Brasília, São Luís e no Rio de Janeiro, as informações meteorológicas geram incômodo pelo formato considerado "frio", obsoleto e por não contar com *"a moça do tempo"*.

"O formato que eles usaram no estúdio me dá a sensação de sufoco. Me deu uma sensação de sufoco mesmo você ficar olhando para aquele mesmo cenário o tempo todo." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)

"Ele dá mais enfoque à capital, ele não dá enfoque ao Maranhão." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"Pelo que vi ele apresenta esse jornal sozinho na bancada. Poderia ter mais gente para apresentar a previsão do tempo, coisas assim. Até para

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

não ficar com o foco só nele." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Eu acho que ele vai buscar mais coisas que os outros não buscam, ele tem mais reportagens. Está melhor do que os outros regionais, porque eles se aprofundam mais na cultura, eles mostram, falam quem é, se aprofundam mais na notícia sobre a pessoa." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"Parece da década de 90. Parece um jornal antigo... até os equipamentos: microfone, câmera parecem ultrapassados." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Trouxe na minha mente coisas que posso fazer dentro da minha cidade, mas eu não sabia. Coisas culturais que posso trazer. É informativo que vai agregar na minha diversão, no meu entretenimento." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília)

"Passa uma informação mais branda. Não é escrachado como o RJTV que você liga a TV e ele está cuspindo sangue." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Eles escolhem a reportagem diferente das outras emissoras. Aquilo que foi escolhido é feita uma boa cobertura, eles conseguem retratar tudo que aquilo tem para passar." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília)

"Acho que na hora que a menina foi falar da previsão do tempo, eu achei o cenário um pouco simples, bem precário." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, São Paulo)

"Quando é para falar do tempo, geralmente em outros canais é uma mulher bonita. Nesse, já não. Estava sentada mesmo, pegou o computadorzinho e mostrou: vai acontecer isso, isso e isso." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, São Paulo)

"Foi mais voltado às coisas que acontecem no Distrito Federal. Parece que os outros jornais só focam na violência, morte." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Brasília)

*"No cenário, poderia haver uma otimização. Eu acho legal esse cuidado com conteúdo, com a verdade factual, mas acho que não deve deixar de cuidar também da forma." (*Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Brasília)

"O estúdio está um pouco vazio. Simples demais. Parece um jornal de internet, só tem a câmera. O Jornal da Globo tem a Lagoa de fundo, uma mesa bem arquitetada, uma estrutura melhor. Mais moderno." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

"Eu achei que na hora da entrevista, ficou atrás uma coisa muito branca, uma coisa muito palco mesmo. Poderia ser uma coisa mais moderna, e

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

não que aparecesse um tapume atrás." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, São Paulo)

"Eu acho que faltaram coisas do dia a dia, as coisas que acontecem no centro do Rio, a violência. Poderia seguir a linha da Record, mostrar mais reportagens policiais, mostrar o helicóptero sobrevoando a cidade, notícias ao vivo, trânsito ao vivo." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

7.4.3 *Avaliação do Repórter Brasil*

Para as praças Belo Horizonte, Porto Alegre, Salvador, Recife e Belém, foi apresentada uma mesma edição noturna do Repórter Brasil.



A avaliação do telejornal foi, substancialmente, positiva, havendo algumas ressalvas no que diz respeito ao formato:

Conteúdo:

- **APROFUNDADO, ATUAL** e **DIVERSIFICADO**;
- **DIFERENCIADO** dos demais telejornais por seu teor não sensacionalista e não tendencioso politicamente (opinião não compartilhada por uma minoria que enxerga, ainda que sutilmente, um viés favorável ao Governo Federal);
- Apresentado por **ÂNCORAS QUE TRANSMITEM SERIEDADE** e **CREDIBILIDADE**;
- Presença de **CONVIDADOS QUE AGREGAM ENRIQUECIMENTO E MAIOR PROFUNDIDADE** sobre o tema em questão.

Formato:

- Âncoras muito formais, sérios e *"engessados"* no noticiamento da informação;
- Sugestão: Postura mais *"solta"*, descontraída e, eventualmente, acompanhada por certa autonomia para emissão de breves comentários.
- Cenário desatualizado, *"vazio"*, sem movimento, sem tecnologia, "sem vida".

"Eu não gosto dos apresentadores do jornal, eu acho que eles estão fazendo uma coisa forçada. O que me atrai são as notícias, mas eles como apresentadores não, eles são muito estáticos." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"Eu acho que tem que evoluir mais a questão da informalidade. Eles passam informação de uma forma clara, mas eu acho que tem que ter

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

mais jogo de cintura, aquela coisa não tão séria." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Salvador)

"Tem um pedaço que é de entrevista, eles pegam um profissional de primeira categoria e colocam para falar lá." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Eu assisto muito o Repórter Brasil, para mim é o melhor: o modo que eles passam, a linguagem, os temas que são abordados." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Salvador)

"Está acontecendo uma mudança, vamos acompanhar essa mudança, o William Bonner agora anda no estúdio, as outras TVs tem a garota do tempo, vamos acompanhar." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Salvador)

"É diferente, porque os outros jornais só ficam falando o tempo todo em roubalheira. Esse fala de tudo." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, Salvador)

"O Repórter Brasil é diferente, ele é mais leve, ele consegue transmitir as notícias principais, sem ser agressivo. Ele transmite as notícias principais, as coisas ruins que estão acontecendo, ele não se omite, tem um equilíbrio." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

"Não é sensacionalista, porque a maioria dos jornais começa com o som alto, aquela coisa de assalto, bandidos... Os jornais da TV Brasil me trazem credibilidade do inicio ao fim." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

"Achei mais aquela coisa executiva, por assim dizer. A pegada do Jornal Nacional é mais legal: os apresentadores estão ali, mas o pessoal atrás está trabalhando. Tem a parede de vidro, você está vendo o que tem dentro do jornal. Esse é excessivamente formal, não precisa de tanta formalidade." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Salvador)

"O que é bom no jornal é a diversidade de assuntos. Na mesma noite, você assiste a vários tipos de assuntos. Não fica preso só a crimes, ou só morte ou só trânsito." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

"Tem que manter um padrão. Praticamente todos têm um balcão, os dois âncoras, às vezes vem um convidado." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

"Estamos acostumados a olhar o da Globo com a redação atrás. Com a redação parece mais vivo, parece mais natural. Sem redação, achei opaco, meio morto." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Porto Alegre)

"O William Bonner se levanta para falar com a Maju, que é a Maria Júlia. Forma já uma conversa. Já é diferente. Nesse jornal aí não, é bem mais sério." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"A seriedade nem sempre é positiva. Lógico que a reportagem tem que passar credibilidade, mas se tiver um sorriso do apresentador, talvez fique mais confortável para assistir. Não fica aquela coisa maçante, mais chata." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Belo Horizonte)

"O cenário é bem antigo. Falta modernidade, falta tecnologia." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

7.4.4 *Avaliação da Programação Jornalística Geral*











Para todos os participantes, a programação jornalística obteve avaliação positiva:

Maiores destaques:

- Caminhos da Reportagem, com a reportagem sobre homossexualismo;
- Observatório da Imprensa, com a reportagem sobre o golpe militar de 1964;
- Jornalistas e convidados sérios e bem conceituados;
- Para o público de 35 a 50 anos, valorização do fato de conferir oportunidade para alguns jornalistas da "velha guarda";
- Ressalte-se que esse é um ponto causador de incômodo entre o público de 18 a 34 anos, que defende a necessidade de uma "repaginada" da emissora com rostos mais jovens na programação.

Principais méritos:

- Disseminação de **INFORMAÇÃO** e **CONHECIMENTO** / Convite à **REFLEXÃO;**
- Conteúdo jornalístico **DIVERSIFICADO,** abrangendo **ASSUNTOS ATUAIS, HISTÓRICOS, POLÊMICOS, TABUS** etc.;
- **FORMA DE ABORDAGEM E CONTEÚDOS DIFERENCIADOS**: abordagem de temáticas que não são exploradas pelas outras emissoras ou, quando são, não possuem o mesmo olhar imparcial e não sensacionalista apresentado pela TV Brasil;
- **LINGUAGEM CLARA**, acessível a todos os públicos

Especificamente em relação ao formato do programa Sem Censura, foram levantados pontos críticos:

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Formato Sem Censura:

Formato da bancada faz com que a apresentadora Leda Nagle fique de costas para os convidados, o que gera profundo incômodo entre alguns pesquisados;

Além disso, há sensação de se tratar de um mesmo layout há muitos anos, demandando uma renovação.

"Gosto da diversidade, por conta de você ter várias vozes formando a pluralidade." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

"O Ver TV é muito bom, fala dos bastidores da TV de uma maneira bem crítica, bem legal." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

"Acho que o serviço é ótimo, a embalagem que pode melhorar." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Há muito tempo é a mesma coisa. Não gosto do cenário, como a Leda fica no meio, tem horas que ela está de costas para alguém." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"O programa Sem Censura tem um formado antiquado, obsoleto para o que estamos vivendo agora. Ele poderia ser algo mais modernizado, uma bancada, um layout melhor." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília)

"O Observatório também acho muito bom. Ele fala de vários assuntos, ele domina, é atual, informativo, bem interessante." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

"Valoriza aqueles profissionais que já foram descartados da mídia, talvez por não ter mais aquela beleza da juventude, e que estão lá trabalhando e mostrando para as pessoas o seu valor." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"Eu assisto o Sem Censura há muito tempo e esse programa está há muitos anos é o mesmo formato. Tem horas que bagunça a minha mente quando está em um debate, porque a câmera não frisa naquele quem está falando. Eu acho que não há uma integração, o programa é bom, a apresentadora é boa, mas a estética de roda eu não gosto." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"Poderia melhorar o cenário. A Leda do Sem Censura parece que dá as costas, ela fica girando, incomoda quem está assistindo." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belém)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Esse Observatório é legal porque é informativo, é uma forma legal de se abordar o assunto. Eles não querem adotar o assunto como as outras emissoras, que querem que a sociedade aceite de qualquer forma." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

"Tem conteúdo. E teve algo diferente, falando da AIDS: nunca passou essa informação na TV. Falando sobre o crescimento da AIDS, que as pessoas não se curam. A questão de saúde pública, achei legal." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Salvador)

"Eles mostram coisas que eu gostaria de assistir. Achei interessante o último que fala de confinamento. São pessoas que realmente entendem o assunto porque já passaram por isso. Gostei da coisa de ter mais de uma opinião a respeito do assunto." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Brasília)

"É bom que eles abordam os dois lados. Se eles vão falar de homossexualismo, vão falar do lado A e do lado B e você consegue enxergar os dois lados." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

"O que eu observei em toda a programação é que só tem pessoas de idade, não tenho nada contra, mas podia dar uma repaginada. Sem preconceito, de dez programas, todos são velhinhos, não tenho nada contra." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, São Paulo)

"Eles foram bem diretos. Essa forma de falar, foi bem mais clara e direta. Chega a todos os níveis. Chega do mesmo jeito para todo mundo." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

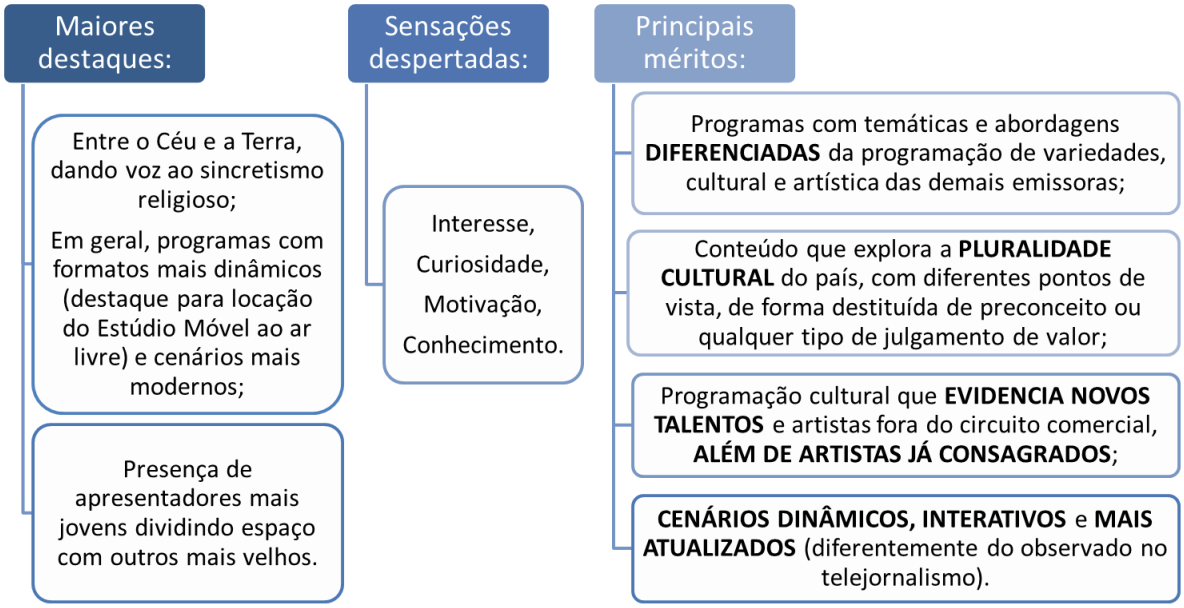
"A diversidade mostrada de uma forma correta. Falou sobre racismo, cultura, saúde. Abordou tudo." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

7.4.5 *Avaliação do Prime Time*



Entre todo o público investigado, a programação noturna foi muito bem avaliada em seu formato e em seu conteúdo:

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa



"O Estúdio Móvel pega a turma underground, pega os atores, cantores, pega artistas plásticos, todos underground, gente que nós nunca ouvimos falar. Gente boa que não tem espaço em outros veículos." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Recife)

"É diferente a forma como fazem o programa Samba da Gamboa: eles cantam, conversam, não é aquela coisa formal que fica pergunta e resposta. Não é um debate, é uma conversa." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Os cenários são muito diversificados. O Samba da Gamboa, por exemplo, você vê a qualidade, você vê ele ao vivo, não tem playback, você vê a musica." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Gosto desse programa do Diogo Nogueira. Ele é muito autêntico. É um jovem que cultiva a raiz. Passa conhecimento. O legal é que não é só o samba, é a história do samba." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"Uma coisa muito interessante são a pessoas que estão no anonimato como eles trazem os artistas. Valorizam os nossos artistas isso é muito legal. Trazem todos os gêneros musicais do Pará, do Mato Grosso, de vários lugares." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

"Ela trabalha mais a nossa cultura, dá um valor ao nosso país." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, CD/E, São Paulo)

"Falar da cultura brasileira, sempre com conteúdos brasileiros. Isso é muito interessante." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Entre o Céu e a Terra chamou minha atenção. É uma ideia diferente, reúne todas as opiniões. Até a pessoa que não conhece a religião da

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

outra passa conhecer." (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

"Gostei desse Samba da Gamboa, eu sou fã do Diogo Nogueira, com certeza vou assistir." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

"Eu gosto destas coisas de diferentes culturas, porque é mais jovem. E não é por nada, não é preconceito, os repórteres eram todos mais novos." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, São Paulo)

"Achei interessante aquele programa em que a mulher estava entrevistando uma cantora, para saber o dia a dia, como foi para a pessoa começar a cantar e tal." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

"É ao ar livre com o artista, é legal! Passou um artista que eu não conheço, não sei se eles pegam só esses artistas ou se eles pegam os artistas mais populares. É legal para conhecer." (Conhece eAssiste, 25 a 34 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

"Achei legal esse Entre o Céu e a Terra, não conhecia. Parece interessante. Me interessei para ver o que é." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Salvador)

"É o ar livre, então não é uma coisa fechada, é uma coisa que está passando a realidade, muito legal. Chama a atenção." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, São Paulo)

"Esse que fala da religião é bacana, porque ele vai falando um pouquinho de cada coisa. É tipo um debate. Apesar de não gostar de discutir sobre religião, eu gosto de saber. Pelo menos, eu formo minha opinião." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

"Entre o Céu e a Terra é bem legal, você conhece outras religiões, isso abre a cabeça. Eu não me lembro de nenhum outro programa em outras emissoras abordando religiões dessa forma." (Conhece eAssiste, 25 a 34 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

7.4.6 *Balanço Geral*

Após exibição da mostra de programas diversos da TV Brasil, foram despertadas as seguintes impressões e sensações:

- Conhece e Assiste:
    - Fortalecimento das percepções positivas frente à qualidade do conteúdo da emissora;
    - Consolidação da imagem de emissora diferenciada no que diz respeito ao seu comprometimento com o conhecimento e com a educação da sociedade;

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Reforço das críticas quanto à necessidade de se modernizar alguns formatos, cenários e de se investir na tecnologia digital.

> *"A TV Brasil tem um leque muito grande, é recheada. São mais de trinta tópicos de programas infantis, são mais não sei quantos de conhecimento. É abrangente o leque. Não é igual a certos canais que dá nojo, as novelas de hoje em dia que são ruins."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belém)

> *"Acho que toda programação da TV Brasil é diferenciada. Porque é uma programação que te agrega alguma coisa. É mais educativa."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

> *"O olhar político é interessante. A questão de colocar as opiniões de todos os lados, isso é muito interessante."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belo Horizonte)

- Conhece e Não Assiste:

  - Surpresa perante o teor e a diversidade da programação exibida e, entre alguns, perante a ausência de conotação política;

  - Curiosidade em conhecer mais programas que compõem a grade da emissora;

  - Ativação do interesse em se familiarizar com a proposta educativa/cultural da emissora;

  - Entre o público C, D e E, minimização da imagem de que se destinaria apenas para o público intelectualizado ou de maior idade. Formação da opinião de que, pela diversidade da programação, fala com todos os públicos, com ressalvas para o público adolescente/jovem que parece demandar maior direcionamento;

  - Entre minoria daqueles que Conhecem e Não Assistem, pertencente às classes C, D e E, desinteresse em virtude de uma falta de identificação com a proposta apresentada.

> *"Fiquei surpreso, não sabia que tinha jornal e informação de cultura."* (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Porto Alegre)

> *"Eu não assisto, mas pelo que eu vi aqui é um canal mais atrativo do que muitos canais. Não vi nenhuma tragédia, não tem sensacionalismo, tem muita informação interessante, eles abordam de tudo."* (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

> *"Eu acho que a única coisa que falta para as pessoas assistirem TV Brasil é divulgação, porque eles têm programa infantil, noticiário. É como as outras emissoras."* (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

> *"Fica a imagem de Uma TV com conteúdo. Ela tem programas de boa qualidade, mas ela tem pouca divulgação."* (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Rio de Janeiro)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

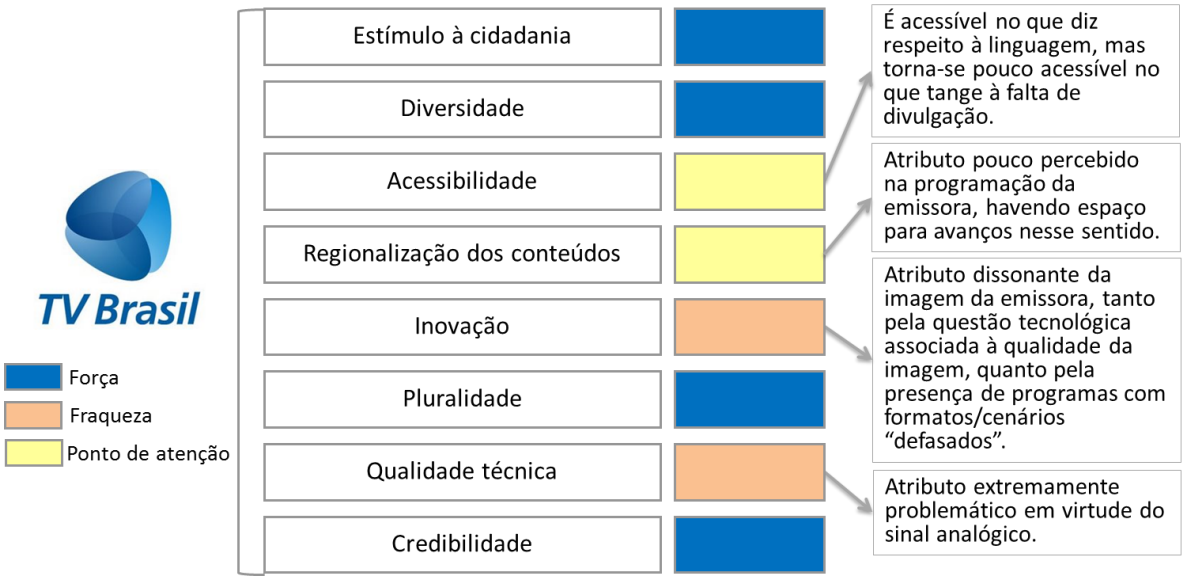
"Eu não vou deixar de ver a Globo para ver esse canal. Eu acho que se tornou um hábito ver certos programas, você acaba não abrindo mão do velho para ver algo novo. Pode ser que uma vez ou outra o assunto ajude, mas não sempre." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD, Rio de Janeiro)

"Eu acho que o problema não é o apresentador e sim o tema, artes plásticas não é um tema que me atrai." (Conhece e Não Assiste, 25 a 34 anos, CD, Rio de Janeiro)

"Não tem muita coisa agradável. Ela tem que deixar a cultura de lado um pouquinho. Muita cultura deixa o programa mixuruca. Precisa ter mais diversão, mais colorido e mais esporte." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD, Recife)

"Não é para qualquer um, é mais para pessoas interessadas pelo assunto. se você pegar uma pessoa agitada que gosta de sangue e ação, não rola." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD, Belo Horizonte)

No cômputo final, os atributos de imagem associados a TV Brasil adquirem contornos nítidos:



7.5 A TV Pública no Brasil

A discussão em torno do significado da TV pública no país revela ser este um tema envolto em um alto grau de desinformação. As informações nesse sentido, quando se dão, ocorrem de forma fragmentada, muito mais ancoradas no que as pessoas "imaginam ser" do que no que, efetivamente, possuem de conhecimento preciso.

Em geral, as conceituações expressas pelos pesquisados se mostraram diversificadas e, muitas vezes, acertadas:

- Concessão do Estado para emissoras de TV;

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Uma emissora sem fins lucrativos;
- TV mantida pelo Estado;
- Comunicação destinada a toda sociedade, sem restrições;
- Pluralidade na transmissão do conteúdo e no público a ser atingido;
- TV que visa à informação de utilidade pública;
- TV que preconiza valores como cidadania, respeito, educação e cultura.

> *"Acho que a TV pública não se volta somente para um público, mas para vários, para criança, adolescente. No caso da TV Brasil, ela tem desenhos educativos, tem jornalismo, entretenimento."* (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)
>
> *"Uma TV pública vai se pautar pelo interesse público, não vai se pautar simplesmente assim: isso aqui vai dar mais lucro."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, Porto Alegre)
>
> *"TV pública significa não ter o capital como mais importante. Eu acho que o objetivo não é só vender, eu acho que é informar."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Salvador)
>
> *"Significa abranger todos os tipos de público, todos os níveis, classes sociais. Todos entendem."* (Conhece e Não Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Paulo)
>
> *"Comunicação pública seria abordar temas de interesse público, que todos os cidadãos têm interesse naquele assunto. Uma comunicação que seria de fácil entendimento a todos."*
>
> *"A TV Brasil quer informar, não comercializar. Tem emissoras que querem comercializar seja o que for. Essa é a diferença."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília*)*
>
> *"Passar a informação comum a todos, de forma correta e bem fácil de entender."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, São Luís)
>
> *"TV pública é estar comprometido com a verdade e criando esses valores que a gente viu aí na TV Brasil: cidadania, educação... Éessa a TV que me atrai."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

Saber que uma TV é pública parece não fazer diferença na escolha por uma emissora, mas algumas características tidas como intrínsecas a essa categoria de TV parecem sim ter papel relevante na audiência.

Nesse sentido, a TV Brasil e a TV Cultura são as mais lembradas como prováveis TVs públicas e ambas parecem convergir na proposta de um conteúdo de qualidade, focado

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

para a produção e difusão de conhecimento de qualidade, com caráter educativo e de enriquecimento cultural.

> *"Para mim, não faz diferença pelo fato de ser pública, mas pelo conteúdo. Isso faz a diferença."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília)

> *"Não escolheria a TV Brasil só por ser pública. Escolheria pelo conteúdo. Acho que é o que ela mais te oferece."* (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, AB, Belém)

> *"É uma TV tradicional, ela se preocupa com a família, com a parte educativa. Os debates são relacionados ao nosso dia a dia, as situações que nós vivenciamos, e isso faz dela uma TV diferente das outras."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, São Luís)

Em maior número em Brasília, particularmente no grupo de 35 a 50 anos, Rio de Janeiro e, muito pontualmente, em São Paulo e em Belo Horizonte, apreendeu-se maior conhecimento da TV Brasil ser parte integrante da EBC, juntamente com a rádio Nacional, o programa de rádio A Voz do Brasil, a rádio MEC (menção pontual no Rio de Janeiro) e a NBR e a TV Brasil Internacional (essas duas últimas, menção pontual em Belo Horizonte).

Entre o público que Conhece e Não Assiste a TV Brasil, apreendeu-se um conhecimento praticamente nulo acerca da EBC. Muitos participantes sequer haviam ouvido falar no nome, outros possuíam a remota impressão de ser a empresa da Voz do Brasil, mas sem muita convicção.

A totalidade dos pesquisados entende que a TV Brasil é uma TV pública, muito embora a grande maioria desconheça a que esfera governamental pertença. Acreditam ser uma TV pública considerando algumas características determinantes na personalidade da emissora:

- Perfil da sua linha programática: foco na produção e disseminação de conhecimento, cultura e informação;
- Caráter não comercial;
- Pluralidade na programação;
- Presença de valores como ética, compromisso com a verdade, respeito, cidadania e responsabilidade social;
- Disseminação da diversidade cultural brasileira.

> *"A TV Brasil passa ética, respeito, comprometimento com a verdade."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

> *"A finalidade da TV Brasil é passar cultura e informação, não obter lucro."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Rio de Janeiro)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Não é uma televisão maliciosa como as outras que tem malícia, que tem seu ponto a atingir. A TV Cultura e TV Brasil não são tendenciosas. Passam a informação, a arte, cinema, paisagem, sem malícia. São confiáveis." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Belém)

"Acho que a TV Brasil faz comunicação pública, pela linha de informação dela, o conteúdo a respeito da cultura, a respeito de informar o cidadão. Os próprios programas infantis dela são na linha de informar, de conscientizar uma criança." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

"A TV Brasil valoriza a história, a cultura, o povo brasileiro. Eu vejo a TV Brasil com essa simplicidade, autenticidade e o comprometimento com a nossa cultura." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, São Luís)

"É um canal sério. Ele não busca audiência a qualquer custo." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, CD/E, Belo Horizonte)

"A TV Brasil é pública até pelo meio de se comunicar, qualquer pessoa consegue entender e compreender o que eles estão passando." (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Belém)

"O conteúdo diz várias coisas importantes para a sociedade. A partir do momento em que tivemos contato, mesmo que seja o mínimo, criou uma certa expectativa de terminar de assistir e ter aquele conhecimento para si." (Conhece e Não Assiste, 18 a 24 anos, CD/E, São Paulo)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

8 Conclusões / Considerações Finais

➡ TENDÊNCIAS DO UNIVERSO DA COMUNICAÇÃO

Os resultados obtidos revelam algumas tendências de comportamento dos cidadãos, bem como tendências pelas quais o público investigado vem observando caminhar o universo das mídias de comunicação. Tendências essas capazes de elucidar oportunidades de melhorias da TV Brasil:

Migração para as mídias virtuais

- Um comportamento presente entre os jovens, mas também crescente entre alguns adultos, diz respeito à tendência de assistir programas televisivos pela web, seja através do site da própria emissora ou via Youtube.

↓

DAÍ A IMPORTÂNCIA DA TV BRASIL DISPONIBILIZAR TODA A SUA PROGRAMAÇÃO ONLINE.

Movimento em cena/ Dinamismo

- No telejornalismo, o formato "dupla de âncoras" parece ter se estabelecido;
- Além disso, os apresentadores passaram a caminhar em cena e a interagir mais entre si.

↓

A TV BRASIL SE MOSTRA ALINHADA COM ESSA TENDÊNCIA AINDA DE FORMA MUITO PONTUAL.

Maior informalidade

- A postura dos âncoras dos telejornais passou a ser menos formal;
- Hoje, observa-se haver maior liberdade para que os âncoras, sucintamente, exponham comentários sobre o tema em pauta.

↓

REVELA-SE HAVER ESPAÇO PARA O JONALISMO DA TV BRASIL ADOTAR UMA DOSE DE INFORMALIDADE.

Interatividade

- Possibilidade dos telespectadores interagirem com o programa, enviando comentários via Twitter ou deixando seus comentários, críticas e sugestões no site da emissora.

↓

ESPAÇO OPORTUNO PARA A TV BRASIL SE RENOVAR MOSTRANDO UMA FACE MAIS ATUALIZADA.

➡ IMAGEM DA TV BRASIL

Entre os conhecedores da TV Brasil, a emissora construiu sólida reputação ancorada em valores emocionais e racionais:

- Confiável;

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Séria;
- Diferenciada das demais;
- Conteúdo de qualidade;
- Jornalismo sério, não tendencioso;
- Transmissora de educação, cultura e conhecimento.

Contudo, esses valores parecem estáticos e revestidos por uma aura de conservadorismo e desatualização.

Além disso, entre os não telespectadores da emissora, seus atributos de valor parecem não estar sendo acessados, devido a barreiras tais como a qualidade da transmissão e a imagem enviesada sobre a proposta da emissora, tais como "TV do Governo Federal sem autonomia editorial", "igual a TV Câmara e a TV Senado" no que diz respeito a um direcionamento estritamente político.

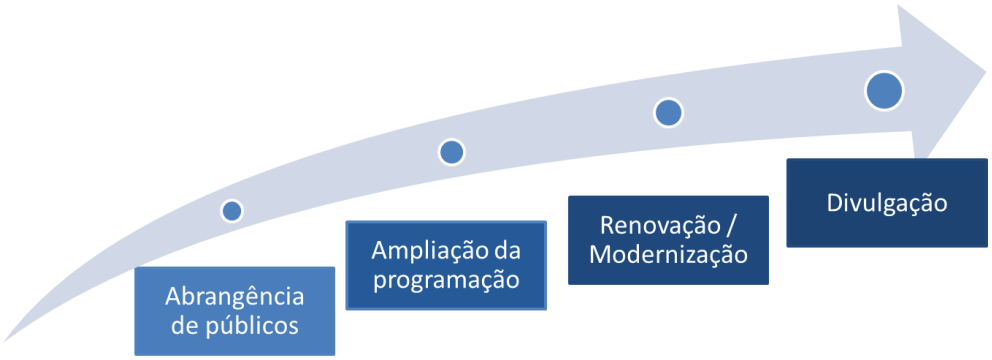
Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

9 Recomendações

➡ **CAMINHOS OPORTUNOS PARA A TV BRASIL SE TORNAR MAIS ATRATIVA:**

Dessa forma, para todos os segmentos (telespectadores e não telespectadores), revela-se necessário, tanto no posicionamento quanto na comunicação da emissora, mostrar que a TV Brasil não parou numa zona de conforto, ESTÁ SE MOVIMENTANDO, SE ATUALIZANDO E SE MODERNIZANDO.

Em todas as praças epúblicosestudados, os caminhosapontadospara melhoriasou aprimoramento da emissora envolvem quatro ações básicas:



- Abrangência de públicos:
  - Inclusão de programas direcionados ao público-jovem;
  - Na programação infantil, inclusão de atrações/desenhos voltados para o público infantil de 7 a 10 anos;
  - Presença de apresentadores mais jovens, dividindo espaço com os nomes já reconhecidos e respeitados.
- Ampliação da programação de entretenimento:
  - Programas com gêneros musicais diversos;
  - Programas humorísticos;
  - Filmes e seriados de produção nacional;
  - Programas sobre viagens (na linha “mochilão” visando alcançar também o público jovem);
  - Programas esportivos;
  - Programas de culinária;
  - Reality Show alinhado com a essência cultural e educacional da emissora (demanda mais pontual, presente entre o público de 18 a 24 anos).

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Renovação / Modernização:
  - Introdução de novos programas → tem-se o potencial de transmitir a percepção de renovação, mudança, dinamismo;
  - Mudança no layout de alguns programas, cenários e vinhetas → buscando imprimir um tom mais atual, moderno, tecnológico e sintonizado com as tendências contemporâneas (anteriormente apontadas) da mídia televisiva;
  - Adoção de maior interatividade em alguns de seus programas: espaço para exibição de comentários e Twitter dos telespectadores.
- Divulgação:
  - Chamadas para os seus programas:
    - Dentro da própria grade de programação;
    - Em outros veículos: redes sociais, mídias urbanas, rádio e outdoor;
  - Presença mais ativa em suas plataformas digitais:
    - Disponibilização de toda a programação no site (para ser assistida);
    - Alimentação maior e mais constante de conteúdos nas redes sociais;
  - Presença, através de patrocínio, em eventos culturais e artísticos consonantes com a essência da emissora;
  - Desenvolvimento de campanhas de educação ambiental, cidadania ou temas afins, dentro das escolas, através de projetos de cooperação/parceria entre as instituições de ensino e a TV Brasil.

Torna-se importante ressaltar que a demanda por RENOVAÇÃO/ MODERNIZAÇÃO da emissora, invariavelmente, tem como pressuposto básico e imprescindível a PRESERVAÇÃO DO SEU DNA, DA SUA ESSÊNCIA ANCORADA NA DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO, DIFUSÃO DA CULTURA E DA DIVERSIDADE CULTURAL DO PAÍS.

> *"Acho que tem que dar uma repaginada mesmo, deixar o canal com cara de novo. O novo chama atenção. Algo mais moderno."* (Conhece e Assiste, 18 a 24 anos, AB, Brasília)
>
> *"Se você não mudar, não tiver um diferencial, não acompanhar, não estou dizendo mudar a programação, mas colocar atrativos para que essa nova geração chegue até você."* (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Rio de Janeiro)
>
> *"Ela não deve virar um canal comercial que vai brigar pela audiência, mas se tornar algo mais atrativo."* (Conhece e Assiste, 25 a 34 anos, AB, Brasília)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

"Ainda tenho uma imagem dela muito tímida, muito encolhida. Como se estivesse se contentando em ficar num papel secundário. Escondida. Eu acho que ela tem que se mostrar mais e dizer: 'olha, eu sou muito boa e sou melhor que as outras'." (Conhece e Assiste, 35 a 50 anos, AB, Brasília)

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Anexo I – Roteiro

Roteiro – Perfil "CONHECE E ASSISTE"

1. INTRODUÇÃO – 05 MINUTOS

- Apresentação da dinâmica, importância da participação, papel do moderador.
- Breve apresentação dos participantes: nome, idade, estado civil/ se tem filhos (as), profissão/ o que faz.

(Moderador: ficar atento para solicitar a resposta de todos os participantes quando o enunciado da pergunta especificar em negrito "**cada um de vocês**").

2. HÁBITO DE CONSUMO DE MÍDIAS – 05 MIN

Gente, eu gostaria primeiro de conhecer um pouquinho de como vocês consomem conteúdos dos mais variados tipos. Pensando que hoje em dia a gente tem internet, TV, jornal impresso, revista e rádio...

- Por quais desses meiosvocês costumam se informar mais? O que levam em conta para fazer essa escolha?
- E quando estão em busca de entretenimento/diversão, quais desses meios vocêscostumam escolher? O que levam em conta para fazer essa escolha?

3. TV BRASIL – 20 MIN

Agora vamos falar especificamente sobre a TV Brasil...

(PORTO ALEGRE):*Aqui em Porto Alegre a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TVE RS. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TVE.*

(BELO HORIZONTE):*Aqui em Belo Horizonte a TV Brasil tem uma emissora parceira: a Rede Minas. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a Rede Minas.*

(SALVADOR):*Aqui em Salvador a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TVE BA. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TVE BA.*

(RECIFE):*Aqui em Recife a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TV Pernambuco. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TV Pernambuco.*

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

(BELÉM):*Aqui em Belém a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TV Cultura do Pará (FUNTELPA). Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TV Cultura do Pará.*

(SÃO PAULO):*Aqui em São Paulo a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TV Tupi Paulista/SP. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TV Tupi Paulista/SP.*

- O que **cada um de vocês** costuma assistir na TV Brasil? O que levam em conta para fazer essa escolha? (Moderador: explorar razões das escolhas).

- Quais os pontos fortes da TV Brasil? (Moderador: explorar as qualidades e diferenças em relação a outros canais).

- E fracos? (Moderador: explorar os defeitos ficando atento a menções a outros canais que eventualmente supram esses defeitos).

- O que acham da programação da emissora?

- Em que a programação precisa melhorar?

- Com que frequência **cada um de vocês** assiste à TV Brasil?

- Qual o horário que **cada um de vocês** tem o hábito de assistir à TV Brasil?

- Tem algum(ns) programa(s) que vocês gostariam que fosse(m) ao ar num horário diferente? Qual(is)?

- Quando vocês perdem um programa que gostam, o que costumam fazer? (Moderador: explorar se lançam mão de reprises, internet, gravação programada, etc).

- O que vocês acham do visual, da estética do canal?

- Como vocês avaliam o sinal da emissora TV Brasil? É satisfatório ou ocorrem problemas? O quanto isso atrapalha?

- Vocês costumam acessar o site da TV Brasil? E as redes sociais? (Moderador: se for o caso, explorar o que acharam de cada um deles, os pontos de agrado e de desagrado e eventuais sugestões de melhorias).

- Qual a imagem que **cada um de vocês** tem da TV Brasil? (Moderador: explorar os adjetivos e atributos).

- (Moderador: utilizar técnica projetiva de personificação) Agora vamos imaginar que a TV Brasil virou uma pessoa: Como ela é? Homem ou mulher? Quantos anos ela tem? Qual a sua profissão? Como ela se veste? O que ela gosta de fazer?

- E, na opinião de **cada um de vocês**, o que falta para a TV Brasil se tornar mais conhecida, mais popular? (Moderador: explorar em profundidade as respostas).

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

4. GRADE DE PROGRAMAÇÃO: INFANTIS – 20 MIN

Agora a gente vai explorar um pouco mais a grade de programação da TV Brasil. A sistemática será a seguinte, eu vou colocar uns trechos curtos para a gente assistir e conversar depois. Vamos começar pelos programas infantis, mas antes eu queria saber...

(Moderador: Aplicar as perguntas 2 e 3 somente para os que tiverem filhos. Caso não haja ninguém, vá direto para a pergunta 4)

- 2. Os filhos de vocês assistem à TV? Quantas horas por dia, em média?
- 3. Vocês costumam assistir à TV junto com eles?
- 4. Conhecem a programação infantil da TV Brasil? O que conhecem?

Vamos ao vídeo então. Peço que prestem a atenção....

COLOCAR O CLIPE INFANTIL

- O que acharam dos programas?
- Alguma coisa chamou a atenção de vocês? O que?
- Quais imagens, sensações, sentimentos vieram à mente?
- Quais valores/princípios vocês acham que a TV Brasil quer passar para o seu público infantil?
- E nesses valores que vocês falaram, vocês sentem que há diferença em relação a outros canais? Por que acham isso?
- A programação infantil da TV Brasil não exibe nenhum anúncio comercial. O que vocês acham disso?
- Vocês recomendariam estes programas que vocês assistiram para alguém que tenha filhos? E os que são pais e conheciam pouco, vocês colocariam seus filhos para assistir?

5. GRADE DE PROGRAMAÇÃO: INFORMATIVOS – 30 MIN

Agora vamos mudar para os programas informativos. Vou exibir primeiro o trecho que mostra parte do jornal da TV Brasil e não interesse o assunto que vai passar, é um trecho qualquer para exemplificar o jornal...(Moderador: evitar que a discussão se perca no conteúdo mostrado)

COLOCAR O CLIPE DO JORNAL

- O que vocês acharam? Quais imagens, sensações, sentimentos vieram à mente quando assistiram?

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Acham o jornalismo da TV Brasil parecido ou diferente daquele feito por outras emissoras?No que é parecido? E diferente?

- O que faz um jornal na TV ser bom de assistir, na opinião de **cada um de vocês**? (Moderador: explorar em profundidade as respostas).

- Como vocês avaliam a cobertura jornalística da TV Brasil? Por que acham isso?

- O apresentador transmite credibilidade? Por quê?O que tem no programa que faz com que vocês acreditem nele?

- O que acham da maneira como o jornal é montado? (Moderador: explorar formato, linguagem, enfoque e pontos de agrado e de desagrado).

- **SOMENTE PARA AS PRAÇAS SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO, BRASÍLIA E SÃO LUÍS:**Se assistem ao jornal, vocês consideram que os assuntos da região de vocês estão sendo mostrados? (Se não) Sentem falta?

Vamos ver mais um trecho, com uma breve seleção de outros programas informativos da TV Brasil...

COLOCAR O CLIPE DOS INFORMATIVOS

- 1. Vocês conhecem algum(ns) desses programas? (Moderador: se ninguém conhecer, pular para a pergunta 3)

- 2. Qual(is)? Assistem com qual frequência?

- 3. Tiveram curiosidade para ver algum(ns) dele(s)? Qual(is)?

- Conhecem algum(ns) dos apresentadores ou comentaristas da TV Brasil? Qual(is)? O que acham?

- De modo geral, o que acham da cobertura desse tipo de programa pela TV Brasil? (Moderador: explorar qualidades e defeitos)

- E a escolha dos assuntos, como vocês avaliam?

- Tem algo que vocês tiveram dificuldade em entender? O quê? (Moderador: explorar possíveis problemas de entendimento).

- Esses programas dizem algo importante para vocês? Por quê? Em que sentido?

- Quais imagens, sensações, sentimentos vieram à mente quando assistiram?

- Eles dizem algo importante para a sociedade? (Moderador: explorar razões).

- Para quem vocês acham que é feito esse tipo de programa? Para que público?

- É feito para vocês? Por quê?

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- O que tem no programa que faz com que vocês acreditem nele?
- O que acham da maneira como o programa foi montado? (Moderador: explorar formato, linguagem, enfoque e pontos de agrado e de desagrado)

6. GRADE DE PROGRAMAÇÃO: NOTURNA/VARIEDADES – 20 MIN

Agora vamos tratar de alguns trechos de programas da TV Brasil. A maior parte deles é exibido depois das 20h. Vamos exibir uma amostra do que vai ao ar...

COLOCAR O CLIPE DO NOTURNO

- 1. Vocês conhecem ou já viram algum(ns) desses programas? (Moderador: se ninguém conhecer, pular para a pergunta 3)
- 2. Qual(is)? E assistem com qual frequência?
- 3. Tiveram curiosidade para ver algum(ns) dele(s)? Qual(is)?
- Conhecem algum(ns) dos apresentadores? Qual/Quais?
- O que acharam da qualidade dos programas? (Moderador: explorar se os programas são considerados como fáceis ou difíceis, divertidos ou entediantes, com cara de jovem ou de velho)
- Quais pontos consideram positivos? E negativos?
- Vocês acham esta programação diferente da ofertada em outros canais da TV aberta? Em que sentido? O que ela tem de diferente? E de parecido?
- O que acharam do conteúdo dos programas?
- Vocês recomendariam algum desses programas? Qual? Por que sim/não?
- Que imagem fica para vocês da TV Brasil depois de assistirem a essa mostra de programas? Por quê? (Moderador: explorar razões).
- Qual a imagem que vocês têm sobre quem assiste à TV Brasil, isto é, na opinião de vocês, quem é essa pessoa que assiste à TV Brasil?
- Dos atributos abaixo, quais **cada um de vocês** consideram presentes na programação da TV Brasil? (USAR FLIPCHART/VISÍVEL PARA OS PARTICIPANTES)
- Estímulo à cidadania;
- Diversidade;
- Acessibilidade;
- Regionalização dos conteúdos;

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Inovação;
- Pluralidade;
- Qualidade técnica;
- Credibilidade.

7. COMUNICAÇÃO PÚBLICA – 20 MIN

- Na opinião de vocês, o que significa a comunicação pública?
- E como vocês relacionam isso com a TV Brasil? A TV Brasil faz Comunicação Pública? Se ela não faz, o que ela faz? (Moderador: avaliar as comparações feitas com TVs comerciais ou governamental).
- Saber que a TV é de Comunicação Pública, faz diferença no momento de escolher um canal para assistir? Por que sim/não?
- Vocês sabem que a TV Brasil faz parte da Empresa Brasil de Comunicação, a EBC?
- Vocês já ouviram falar da EBC? (Se sim) O que sabem sobre ela?

A EBC possui diversos veículos de comunicação pública. Sobre isto, eu queria perguntar para vocês...

- Vocês conhecem outros veículos da EBC, além da TV Brasil? (Se sim) Acompanham algum desses veículos? Qual?

AGRADECIMENTO E ENCERRAMENTO

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Roteiro – Perfil "CONHECE E NÃO ASSISTE"

1. INTRODUÇÃO – 05 MINUTOS

- Apresentação da dinâmica, importância da participação, papel do moderador.
- Breve apresentação dos participantes: nome, idade, estado civil/ se tem filhos(as), profissão/ o que faz.

(Moderador: ficar atento para solicitar a resposta de todos os participantes quando o enunciado da pergunta especificar em negrito "**cada um de vocês**").

2. HÁBITO DE CONSUMO DE MÍDIAS – 20 MIN

Gente, eu gostaria primeiro de conhecer um pouquinho de como vocês consomem conteúdos dos mais variados tipos. Pensando que hoje em dia a gente tem internet, TV, jornal impresso, revista e rádio...

- Por quais desses meiosvocês costumam se informar mais? O que levam em conta para fazer essa escolha?
- E quando estão em busca de entretenimento/diversão, quais desses meios vocêscostumam escolher?O que levam em conta para fazer essa escolha?

E agora falando só de internet...

- Vocês acham que a internet substitui os demais meios: TV, rádio, jornal impresso e revista? Por que sim/não?
- Vocês têm o hábito de assistir a programas de TV pela internet? (Moderador: aos que responderem positivamente, esclarecer se isto ocorre quando assistem aos programas pela primeira vez ou quando querem revê-los).
- E quais são os canais preferenciais na internet que vocês usam para fazer isto? (Moderador: caso necessário exemplificar, mencione Youtube, Netflix, por download, etc.).
- E ouvir rádio pela web? Quais canais? (Moderador: explorar se na página das emissoras ou via aplicativos como Deezer, Spotify, etc.).

Agora falando de televisão...

- Vocês acham que mudou o modo como as pessoas interagem com a televisão? A TV está mais estimulante, proporciona vários usos (interatividade)?
- Enquanto assistem à TV, utilizam segunda tela (*smartphone, tablet*, etc.)? (Se sim) Isso é um hábito ou ocorre só de vez em quando?

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Vocês continuam descobrindo novos programas e novos canais para assistir?

- Quais tipos de programa vocês preferem? (Humor, esportes, novela, filme, telejornal, etc.).

- E quais são os canais de televisão preferidos de vocês?

3. TV BRASIL – 05 MIN

Agora vamos falar especificamente sobre a TV Brasil...

(PORTO ALEGRE):*Aqui em Porto Alegre a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TVE RS. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TVE RS.*

(BELO HORIZONTE):*Aqui em Belo Horizonte a TV Brasil tem uma emissora parceira: a Rede Minas. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a Rede Minas.*

(SALVADOR):*Aqui em Salvador a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TVE BA. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TVE BA.*

(RECIFE):*Aqui em Recife a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TV Pernambuco. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TV Pernambuco.*

(BELÉM):*Aqui em Belém a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TV Cultura do Pará (FUNTELPA). Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TV Cultura do Pará.*

(SÃO PAULO):*Aqui em São Paulo a TV Brasil tem uma emissora parceira: a TV Tupi Paulista/SP. Saliento que nossa pesquisa é focada especificamente na TV Brasil, não vamos falar sobre a TV Tupi Paulista/SP.*

- Lembram como foi que **cada um de vocês** tomou conhecimento da TV Brasil?

- Por que vocês não assistem à TV Brasil? (Moderador: explorar as possíveis razões para a baixa atratividade da emissora).

- Na opinião de **cada um de vocês**, o que a TV Brasil poderia fazer para se tornar mais conhecida, mais popular?(Moderador: explorar em profundidade as respostas).

- Vocês já acessaram o site da TV Brasil? E as redes sociais? (Moderador: se for o caso, explorar o que acharam de cada um deles, os pontos de agrado e de desagrado e eventuais sugestões de melhorias).

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

4. GRADE DE PROGRAMAÇÃO: INFANTIS – 20 MIN

Agora a gente vai explorar um pouco mais a grade de programação da TV Brasil. A sistemática será a seguinte, eu vou colocar uns trechos curtos para a gente assistir e conversar depois. Vamos começar pelos programas infantis, mas antes eu queria saber...

(Moderador: Aplicar as perguntas 2 e 3 somente para os que tiverem filhos. Caso não haja ninguém, vá direto para a pergunta 4)

- 2. Os filhos de vocês assistem à TV? Quantas horas por dia, em média?
- 3. Vocês costumam assistir à TV junto com eles?
- 4. Conhecem a programação infantil da TV Brasil? O que conhecem?

Vamos ao vídeo então. Peço que prestem a atenção....

COLOCAR O CLIPE INFANTIL

- O que acharam dos programas?
- Alguma coisa chamou a atenção de vocês? O que?
- Quais imagens, sensações, sentimentos vieram à mente?
- Quais valores/princípios vocês acham que a TV Brasil quer passar para o seu público infantil?
- E nesses valores que vocês falaram, vocês sentem que há diferença em relação a outros canais? Por que acham isso?
- A programação infantil da TV Brasil não exibe nenhum anúncio comercial. O que vocês acham disso?
- Vocês recomendariam estes programas que vocês assistiram para alguém que tenha filhos? E os que são pais e conheciam pouco, vocês colocariam seus filhos para assistir?

5. GRADE DE PROGRAMAÇÃO: INFORMATIVOS – 30 MIN

Agora vamos mudar para os programas informativos. Vou exibir primeiro o trecho que mostra parte do jornal da TV Brasil e não interesse o assunto que vai passar, é um trecho qualquer para exemplificar o jornal...(Moderador: evitar que a discussão se perca no conteúdo mostrado)

COLOCAR O CLIPE DO JORNAL

- O que vocês acharam? Quais imagens, sensações, sentimentos vieram à mente quando assistiram?

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

- Acham o jornalismo da TV Brasil parecido ou diferente daquele feito por outras emissoras?No que é parecido? E diferente?

- O que faz um jornal na TV ser bom de assistir, na opinião de **cada um de vocês**? (Moderador: explorar em profundidade as respostas).

- O apresentador transmite credibilidade? Por quê?O que tem no programa que faz com que vocês acreditem nele?

- O que acham da maneira como o jornal é montado? (Moderador: explorar formato, linguagem, enfoque e pontos de agrado e de desagrado).

Vamos ver mais um trecho, com uma breve seleção de outros programas informativos da TV Brasil...

COLOCAR O CLIPE DOS INFORMATIVOS

- 1. Vocês conhecem algum(ns) desses programas? (Moderador: se ninguém conhecer, pular para a pergunta 3)

- 2. Qual(is)? Assistem com qual frequência?

- 3. Tiveram curiosidade para ver algum(ns) dele(s)? Qual(is)?

- Conhecem algum(ns) dos apresentadores ou comentaristas da TV Brasil? Qual/Quais? O que acham?

- Tem algo que vocês tiveram dificuldade em entender? O quê? (Moderador: explorar possíveis problemas de entendimento).

- Esse programa diz algo importante para vocês? Por quê? Em que sentido?

- Quais imagens, sensações, sentimentos vieram à mente quando assistiram?

- Ele diz algo importante para a sociedade? (Moderador: explorar razões).

- Para quem vocês acham que é feito esse tipo de programa? Para que público?

- É feito para vocês? Por quê?

- O que tem no programa que faz com que vocês acreditem nele?

- O que acham da maneira como o programa foi montado? (Moderador: explorar formato, linguagem, enfoque e pontos de agrado e de desagrado)

6. GRADE DE PROGRAMAÇÃO: NOTURNA/VARIEDADES – 20 MIN

Agora vamos tratar de alguns trechos de programas da TV Brasil. A maior parte deles é exibido depois das 20h. Vamos exibir uma amostra do que vai ao ar...

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

COLOCAR O CLIPE DO NOTURNO

- 1. Vocês conhecem ou já viram algum(ns) desses programas? (Moderador: se ninguém conhecer, pular para a pergunta 3)
- 2. Qual(is)? E assistem com qual frequência?
- 3. Tiveram curiosidade para ver algum(ns) dele(s)? Qual(is)?
- Conhecem algum(ns) dos apresentadores? Qual/Quais?
- O que acharam da qualidade dos programas? (Moderador: explorar se os programas são considerados como fáceis ou difíceis, divertidos ou entediantes, com cara de jovem ou de velho)
- Quais pontos consideram positivos? E negativos?
- Vocês acham esta programação diferente da ofertada em outros canais da TV aberta? Em que sentido? O que ela tem de diferente? E de parecido?
- O que acharam do conteúdo dos programas?
- Vocês recomendariam algum desses programas? Qual? Por que sim/não?
- Que imagem fica para vocês da TV Brasil depois de assistirem a essa mostra de programas? Por quê? (Moderador: explorar razões).
- Qual a imagem que vocês têm sobre quem assiste à TV Brasil, isto é, na opinião de vocês, quem é essa pessoa que assiste à TV Brasil?
- Dos atributos abaixo, quais**cada um de vocês** consideram presentes na programação da TV Brasil?(USAR FLIPCHART/VISÍVEL PARA OS PARTICIPANTES)
    - Estímulo à cidadania;
    - Diversidade;
    - Acessibilidade;
    - Regionalização dos conteúdos;
    - Inovação;
    - Pluralidade;
    - Qualidade técnica;
    - Credibilidade.

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

7. COMUNICAÇÃO PÚBLICA – 20 MIN

- Na opinião de vocês, o que significa a comunicação pública?
- E como vocês relacionam isso com a TV Brasil? A TV Brasil faz Comunicação Pública? Se ela não faz, o que ela faz? (Moderador: avaliar as comparações feitas com TVs comerciais ou governamental).
- Saber que a TV é de Comunicação Pública, faz diferença no momento de escolher um canal para assistir? Por que sim/não?
- Vocês sabem que a TV Brasil faz parte da Empresa Brasil de Comunicação, a EBC?
- Vocês já ouviram falar da EBC? (Se sim) O que sabem sobre ela?

A EBC possui diversos veículos de comunicação pública. Sobre isto, eu queria perguntar para vocês...

- Vocês conhecem outros veículos da EBC, além da TV Brasil? (Se sim) Acompanham algum desses veículos? Qual?

AGRADECIMENTO E ENCERRAMENTO

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa

Anexo II – Cronograma e Perfil – DG's

CIDADE	IDADE	CLASSE	CONHECIMENTO SOBRE A TV BRASIL	DATA	HORA
BRASÍLIA	18 a 24	AB	CONHECE E ASSISTE	20/jul	18:00
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	20/jul	20:30
	35 a 50	A/B	CONHECE E ASSISTE	21/jul	18:30
	35 a 50	A/B	CONHECE E ASSISTE	21/jul	20:30
	25 a 34	A/B	CONHECE E ASSISTE	22/jul	18:30
	25 a 34	A/B	CONHECE E NÃO ASSISTE	22/jul	20:30
RIO DE JANEIRO	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	21/jul	18:00
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	21/jul	20:30
	18 a 24	AB	CONHECE E ASSISTE	22/jul	18:30
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	22/jul	20:30
	25 a 34	CD/E	CONHECE E ASSISTE	23/jul	18:30
	25 a 34	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	23/jul	20:30
PORTO ALEGRE	18 a 24	CD/E	CONHECE E ASSISTE	22/jul	19:00
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	23/jul	18:30
	25 a 34	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	23/jul	20:30
BELO HORIZONTE	25 a 34	CD/E	CONHECE E ASSISTE	22/jul	19:00
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	23/jul	18:30
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	23/jul	20:30
SÃO PAULO	35 a 50	AB	CONHECE E NÃO ASSISTE	27/jul	18:00
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	27/jul	20:30
	25 a 34	CD/E	CONHECE E ASSISTE	28/jul	18:30
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	28/jul	20:30
	35 a 50	CD/E	CONHECE E ASSISTE	29/jul	18:30
	25 a 34	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	29/jul	20:30
SALVADOR	25 a 34	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	28/jul	16:00
	18 a 24	AB	CONHECE E ASSISTE	28/jul	18:30
	35 a 50	CD/E	CONHECE E ASSISTE	28/jul	20:30
RECIFE	25 a 34	AB	CONHECE E ASSISTE	29/jul	16:00
	18 a 24	CD/E	CONHECE E NÃO ASSISTE	29/jul	18:30
	35 a 50	CD/E	CONHECE E ASSISTE	29/jul	20:30
SÃO LUÍS	18 a 24	AB	CONHECE E ASSISTE	29/jul	16:00
	25 a 34	AB	CONHECE E ASSISTE	29/jul	18:30
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	29/jul	20:30
BELÉM	18 a 24	AB	CONHECE E NÃO ASSISTE	29/jul	16:00
	25 a 34	AB	CONHECE E ASSISTE	29/jul	18:30
	35 a 50	AB	CONHECE E ASSISTE	29/jul	20:30

Obs.: as opiniões e julgamentos expressos neste documento são de exclusiva responsabilidade do Instituto de Pesquisa