ENTRE DENÚNCIAS E SILÊNCIOS:
A COBERTURA DO CASO PASADENA EM EMISSORAS DE TV COMERCIAL E PÚBLICA[1]

GT16: Estudos sobre Jornalismo

José Tarcísio da Silva OLIVEIRA FILHO[2]
(Universidade Federal de Juiz de Fora)

Iluska Maria da Silva COUTINHO[3]
(Universidade Federal de Juiz de Fora)

Resumo

O artigo tem o objetivo de analisar a cobertura de noticiários em emissoras de TV de exploração comercial (Jornal Nacional - TV Globo) e pública (Repórter Brasil - TV Brasil) no caso Pasadena, em que a petrolífera brasileira Petrobrás teve um prejuízo milionário após adquirir a refinaria de Pasadena, nos Estados Unidos. O estudo foi feito através da análise qualitativa e de conteúdo das noticias divulgadas pelos dois telejornais, pertencentes à Rede Globo e a TV Brasil, respectivamente. O episódio obteve grande repercussão na mídia e na sociedade por envolver a atual presidente do Brasil, Dilma Rousseff. Em 2006, época em que

---

[1] Trabalho submetido ao GT de 16 Estudos de Periodismo do XII Congresso da Associação Latinoamericana de Investigadores da Comunicação - ALAIC.

[2] José Tarcísio da Silva Oliveira Filho é jornalista pela UFV e mestrando em Comunicação e Sociedade (UFJF). É especialista em Jornalismo Político e pesquisador no grupo de Jornalismo, Imagem e Representação. E-mail: jtarcisiofilho@gmail.com

[3] Iluska Coutinho é jornalista pela UFES, mestre em Comunicação e Cultura (UnB) e doutora em Comunicação Social (Umesp), com estágio na Columbia University (NYC). Atualmente é professora associada doa Faculdade de Comunicação e do Programa de Pós Graduação em Comunicação (UFJF), atuando como líder do grupo de pesquisa Jornalismo, Imagem e Representação. E-mail: iluskac@globo.com

aconteceu a aquisição da refinaria, Rousseff ocupava o cargo de ex-ministra da Casa Civil e presidente do conselho administrativo da Estatal brasileira. Neste contexto, a cobertura da TV Brasil, emissora pública, se tornou objeto de análise comparada.

Introdução - O caso Pasadena

No mês de março de 2014 um fato, em caráter de denúncia, ganhou centralidade na mídia brasileira, e se impôs como pauta para a reflexão sobre o telejornalismo em emissoras de naturezas distintas quanto a financiamento. Trata-se do caso Pasadena, que será apresentado brevemente aqui.

A Petrobrás é uma empresa de capital aberto na qual o Governo Brasileiro é considerado o sócio majoritário. Ela é líder do setor petrolífero no Brasil e está presente em 25 países, de acordo com informações divulgadas pela mesma. A polêmica, intensificada em março de 2014, envolve a compra em 2006 de 50% da refinaria de Pasadena, Estado do Texas, nos Estados Unidos. A transação é analisada pela imprensa do Brasil e por políticos da oposição, como um dos piores negócios da história da Estatal.

De acordo com informações veiculadas no dia 27/03/2014 pelo Jornal Nacional, em 2005 a empresa Belga Astra Oil comprou a refinaria de Pasadena por US$ 126 milhões, entre valor de aquisição e investimentos. No ano seguinte, a Astra Oil vendeu metade da empresa para a Petrobrás, que desembolsou de imediato US$ 416 milhões. Assim, incialmente, a conta superava em mais de três vezes o que a Astra Oil gastou comprando 100% da refinaria em 2005.

Mas os gastos da Estatal de economia mista ficaram maiores. Em 2008 a empresa belga entrou em confronto com a Petrobrás, obrigando-a a comprar a parte dela

da refinaria. O procedimento estava previsto em uma cláusula contratual, que em caso de desacordo, uma parte deveria comprar a da outra. Depois de acionar a justiça, a empresa brasileira perdeu e foi condenada a pagar US$ 820 milhões. Portanto, no final das contas, a Petrobrás gastou US$ 1,236 bilhão de dólares em Pasadena desde o momento da aquisição valor considerado muito alto pelos especialistas ouvidos.

A presidente Dilma Rousseff, que na época da compra era presidente do conselho administrativo da Estatal e Ministra da Casa Civil, autorizou a transação. Em comunicado oficial em março de 2014, disse desconhecer a cláusula *put option*, que obriga a compra de parte de uma empresa pela outra em caso de desacordos. Em vários telejornais comerciais, o pronunciamento foi criticado por especialistas, políticos e até pelo ex-presidente da Petrobrás, Sérgio Gabrielli, que julgaram a cláusula como comum neste tipo de contrato, contestando o desconhecimento de Dilma. O pedido da abertura de uma Comissão Parlamentar de Investigação (CPI) foi protocolado. A investigação é feita pelo Tribunal de Contas da União, Ministério Público Federal e Polícia Federal.

O caso merece ser estudado pela repercussão alcançada na mídia, no congresso nacional e também por envolver nomes importantes, como o da presidente Dilma Rousseff e da Petrobrás, em um momento considerado estratégico, próximo às eleições presidenciais de 2014. O trabalho também serve para verificar como a TV pública nacional, representada pela TV Brasil, se comporta diante dos acontecimentos polêmicos, que envolve o governo e que são abordados com ênfase pela mídia comercial.

Para a discussão empreendida nesse texto recorremos aos conceitos e potencialidades da televisão pública, em Martín Barbero; as propostas e origens da TV Brasil, detalhadas por Aguiar(2012), a visão crítica acerca do papel do

jornalismo público apresentada por Bucci(2010), assim como as premissas para um jornalismo de qualidade, propostas por Leal Filho(2008). O trabalho também faz referência às pesquisas sobre TV Pública e TV Brasil, desenvolvidas por Coutinho (2013) e demais integrantes do grupo de pesquisa Jornalismo, Imagem e Representação, da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Telejornalismo público e TV Brasil

A diferença entre o telejornalismo público e comercial é evidenciada em vários aspectos, como independência de cobertura, valorização de regionalismos e a promoção da cidadania na divulgação da informação. No Brasil a discussão sobre o modelo público se tornou mais intensa após a inauguração da TV Brasil, em dezembro de 2007. O momento representou, por um lado, a esperança por um jornalismo diferenciado, que pudesse atender aos interesses daqueles que custeiam a emissora: a própria sociedade.

Musse e Pernisa ressaltam que o papel da TV Pública em todo o mundo "tem como proposta trabalhar melhor a diversidade, assegurando mais espaço para aqueles que não têm como se mostrar nas grandes redes sociais" (MUSSE e PERNISA, 2010, p.8). Já Carmona (2006), afirma que "a rede pública que faz sentido se dará pela possibilidade de diversificar as opiniões, de abrir os conteúdos, de tratar de todos os temas e abordar todas as localidades. Essa será sua marca e sua qualidade". Uma prática também descrita no conceito de pluralidade. Ressalta-se também necessidade de produzir modelos e formatos diferenciados.

Entretanto, apesar das premissas deste modelo, no processo de criação da TV Brasil, houve a preocupação para que a emissora não fosse utilizada para atender aos anseios governamentais, já que a maior parte dos recursos que a mantem, é

repassada pelo Governo Federal. A discussão se tornou intensa quando a medida provisória que trata da regulação da emissora pública foi decretada.

> A medida provisória publicada no dia 11 de outubro de 2007, vincula quase que exclusivamente a emissora ao governo federal. Isso fica claro na subordinação da empresa à secretaria de Comunicação Social (Secom) e no poder do Presidente da República de indicar 80% dos membros do Conselho Administrativo e 95% dos integrantes do Conselho Curador (responsável pelas diretrizes e linha editorial), formado por "representantes da sociedade civil". Que representantes são estes? Em vez de optar por uma arquitetura pública de escolha de seus integrantes, o que se viu foi uma total ausência de critérios no processo de definição do Conselho Curador. (Barbosa, 2008, p. 53)

Em 2008, algumas mudanças foram efetuadas na composição do conselho curador da Empresa Brasil de Comunicação, responsável pela gestão da TV Brasil. Aguiar (2012) relata que "tanto a Câmara Federal como o Senado, passam a estar representados no Conselho". A ouvidoria também foi criada com o intuito de ser um canal entre a sociedade e a emissora. Se incialmente, todos os membros foram indicados pelo então presidente Luis Inácio Lula da Silva, com o fim dos mandatos foram realizadas consultas públicas para a escolha dos novos representantes para as vagas destinadas a sociedade civil[4].

[4] A última consulta pública foi realizada em 2014. 58 candidatos da sociedade civil foram indicados para cinco vagas do Conselho Curador da EBC. A indicação foi feita através de 207 entidades habilitadas. A lei 11.652/2008 determina que o conselho seja composto de 15 representantes da sociedade civil, quatro Ministros de Estado, e representantes do Senado (1), Câmara (1) e funcionários (1), totalizando 22 membros.

Mas pontos polêmicos ainda não foram alterados, como a nomeação dos diretores da EBC e do seu conselho de administração, que “continuará sendo da competência exclusiva do Executivo, embora a demissão de qualquer diretor tenha que ser apreciada pelo Conselho Curador” (AGUIAR, 2012, p. 198).

Bucci (2010) reforça que quanto à informação jornalística, “a emissora pública é um posto avançado daquilo que o cidadão tem direito a perguntar e demandar, não daquilo que o poder gostaria de difundir”. No texto, de caráter opinativo, o professor da Escola de Comunicação e Artes de São Paulo e ex-diretor da Radiobrás (2003-2007), também defende que “as emissoras públicas, em suma, existem para ajudar a sociedade a realizar o ideal da imprensa - que é instituição social, independente do Estado, em que vige a liberdade de expressão, incumbida de fiscalizar o poder”.

Assim, percebe-se que a TV pública pode promover uma comunicação diferente da difundida pela grande mídia nacional, já que a imprensa comercial – dominante no Brasil - tem conceitos orientados pela audiência e lógica do mercado.

> Enquanto na Europa e mesmo nos Estados Unidos em primeiro lugar estavam os telespectadores, entendidos como cidadãos, entre nós, desde o começo os telespectadores foram considerados apenas consumidores e tratados como tal (Carrato, 2004, p.4).

Scorsim (2007) reforça que a finalidade básica de uma televisão comercial, como é o caso da TV Globo que produz o Jornal Nacional, “é o desempenho de uma atividade econômica, com o intuito de lucro, o qual é buscado mediante receitas do mercado publicitário”.

Considerando este cenário, Leal Filho (2008) elenca três razões para justificar a televisão pública no Brasil: a socialização da produção de bens simbólicos produzidos no país, a abrangência nacional e sua necessidade social. “A primeira diz respeito à hegemonia do modelo comercial, rígido por índices de audiência (mera sanção do mercado, no dizer do sociólogo francês Pierre Bourdieu), que impede o acesso à televisão de bens culturais não transformados em mercadorias” (LEAL FILHO, 2008, p.56). Tal fenômeno atuaria como inibidor ao surgimento de manifestações culturais e artísticas, devido ao não reconhecimento do público.

Já a abrangência nacional diz respeito à necessidade de uma rede de emissoras públicas que possa chegar a todos os domicílios e atender a todos os públicos - nesta questão também podemos incluir o reconhecimento do regionalismo. Por fim, a necessidade social é explicada pela demanda social por novas ideologias e formas de pensamento - práticas que ficaram engessadas diante do histórico do modelo de televisão brasileiro.

Portanto, “a televisão pública acaba sendo, hoje, um decisivo lugar de inscrição de novas cidadanias, onde a emancipação social e cultural adquire uma face contemporânea” (MARTIN BARBERO, 2002, p. 57). Assim, percebe-se que a TV Brasil, como televisão pública, tem o compromisso de oferecer uma programação que promova a cidadania, e para isso, a necessidade da real independência política – um pensamento que ainda precisa ser consolidado na sociedade.

Martin Barbero (2002) considera que na América Latina o público é confundido com o social.

> “A reflexão latino-americana começa a perceber a necessidade de redefinir o caráter público, a partir das

> experiência-limite enfrentada pelos países dominados por ditaduras, isto é, a partir do modo nos quais a sociedade se comunica quando o poder rompe as regras mínimas da convivência democrática e estrangula a liberdade e os diretos cidadãos, censurando, destruindo e amordaçando a mídia até convertê-la em mera caixa de ressoancia da voz do amo. (Martin Barbero, 2002, p. 49)

Essa percepção confirma a necessidade da mídia pública se distanciar dos interesses estatais, até mesmo devido a herança política brasileira. Em uma projeto de Avaliação do Telejornalismo na TV Brasil, pesquisadores da Universidade Federal de Juiz de Fora constataram que a implantação de uma emissora pública no país é uma “alternativa concreta para a prática de um jornalismo orientado de forma efetiva pela observância do interesse público” (COUTINHO, 2013, p.28).

> Nesse processo, estabeleceu-se como premissa que o Telejornalismo Público deveria ter como um de seus princípios orientadores, em especial, avançar para além da distinção de forma-conteúdo que impediria a oferta de informação de qualidade nas emissoras comerciais e estatais, na medida em que estaria liberto da perspectiva mercadológica, da busca pelo lucro, comercial sobretudo. (Coutinho, 2013, p.29)

Isto é, um jornalismo independente, que não haveria outra preocupação, a não ser atender aos anseios da população, daqueles que procuram novas formas de comunicação e informações para a formação crítica.

Repórter Brasil e Jornal Nacional

O Repórter Brasil é o principal telejornal da TV Brasil. É exibido em duas edições, às 12hs e às 21h. No caso do noturno, atualmente é ancorado por dois jornalistas em Brasília e tem duração média de 60 minutos diários. A exibição, assim como o Jornal Nacional, é de segunda a sábado. Além de apresentar entrevistas ao vivo com comentários e explicações sobre determinados assuntos que estão em pauta, também exibe quadros, como o "Outro Olhar" – onde vídeos dos telespectadores são veiculados para demonstrar visões diferenciadas – e o Repórter Brasil Pergunta – são povo falas com diversas inserções ao longo do telejornal para mostrar a opinião da população em relação a uma pergunta elaborada pela edição.

O Repórter Brasil segue a proposta da TV Brasil, que se define como "uma televisão pública nacional, independente e democrática", voltada a promoção do jornalismo cidadão. Sua política interna e editorial é acompanhada pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), criada em 2007. A estrutura da EBC é composta pela assembleia geral, conselho de administração, diretoria executiva e os órgãos de fiscalização e contribuição editorial, como o conselho curador.

Já o Jornal Nacional, noticiário comercial, entrou no ar em 1969 e é o telejornal mais antigo ainda em veiculação na televisão brasileira. Apesar da ligação na sua origem com o regime militar, atualmente se diz produtor de um jornalismo independente e objetivo, voltado a mostrar em seus 33 minutos líquidos de produção o que o editor-chefe e apresentador William Bonner considera "o que de mais importante se deu no Brasil e no mundo" (BONNER, 2009, p. 23).

O telejornal conta com uma grande estrutura técnica e operacional. Há correspondentes espalhados por vários países do mundo, utiliza-se de materiais

produzidos por uma forte rede de afiliadas em território nacional e eventualmente elabora projetos ambiciosos, como o JN no ar, que foi iniciado em 2010 e visitou 26 Estados, além do distrito federal naquele ano.

Metodologia

O levantamento foi feito utilizando métodos quantitativos e de análise de conteúdo, considerando as notícias divulgadas pelos dois telejornais (Repórter Brasil e Jornal Nacional) que possuem origens distintas, mas que são veiculados em horários semelhantes e para todo o Brasil.

A pesquisa considerou as edições veiculadas no período de 19 a 28 de março. A delimitação foi feita devido ao dia 19 março ter sido marcado como o reinício da polêmica envolvendo a Petrobrás. Nele, a presidente Dilma Rousseff emitiu um comunicado oficial na qual afirmava desconhecer cláusulas importantes do contrato na época em que aprovou a compra de parte da belga Astra Oil pela Estatal Brasileira. A partir deste momento, o assunto ganhou destaque em vários veículos de comunicação com desdobramentos e repercussões.

As informações foram classificadas quanto ao formato, fontes procuradas – e suas posições partidárias evidenciadas nos depoimentos -, tempo de inserção e recursos utilizados para explicar a notícia. A análise se encerra com a edição do dia 28, um dia após o pedido de abertura da CPI ser protocolado pelos parlamentares no congresso. Esta data marca o fim de um período de discussão entre oposição e a base governamental, onde mesmo depois de esforços do governo, a Comissão Parlamentar de Inquérito é criada para investigar as denúncias veiculadas pela imprensa e apontada pelos órgãos fiscalizadores.

A coleta dos dados foi realizada através dos sites dos telejornais, onde são publicados diariamente os materiais informativos que são transmitidos pela TV. A duração da reportagem também considera a cabeça lida pelo apresentador e a nota pé.

A cobertura em análise: descrição dos dados

Os dois telejornais assumiram posturas distintas na forma e tempo dedicado ao tema em suas edições diárias durante o período em análise. Se no caso da cobertura global o espaço se aproxima quase de uma super-exposição, na emissora pública há o que poderia ser caracterizado como silenciamento diante do tema.

A cobertura do Repórter Brasil nos assuntos envolvendo a Petrobrás foi tímida. Durante os nove dias de análise, não foi exibida nenhuma reportagem nos padrões convencionais do telejornalismo[5]. Das sete inserções no período, cinco foram notas secas – na qual o apresentador apenas lê a informação sem qualquer interação com imagens, artes ou depoimentos.

Descrição das notas secas exibidas no Repórter Brasil (TV Brasil)			
Data	**Título**	**Características**	**Tempo**
19/03	Refinaria foi comprada com valor acima do real pela Petrobrás	Repassa o comunicado da presidente Dilma Rousseff, que disse que as cláusulas não foram repassadas à ela na época que aprovou a compra da refinaria de Pasadena.	30s
20/03	Polícia Federal	Noticia a prisão do ex-diretor de refino e	38s

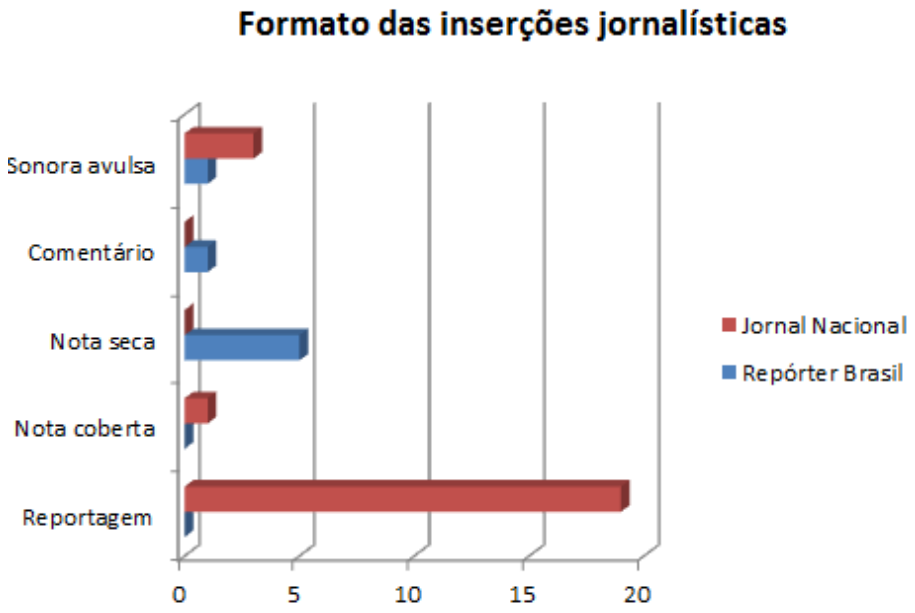
[5] Considera-se reportagem padrão no jornalismo, aquela constituída de off, passagem e, frequentemente, sonora, como relatam manuais de telejornalismo.

	prende ex-diretor de refino da Petrobrás.	abastecimento da Petrobrás, Paulo Roberto Costa pela Polícia Federal. Suspeito com organização de lavagem de dinheiro. Não há menção de ligação com a compra da refinaria de Pasadena. .	
25/03	Presidenta da Petrobrás deve ir ao senado para falar sobre compra de refinaria no Texas.	Presidenta da Petrobrás, Graça Foster e o Ministro da Energia, Edson Lobão devem ir ao Senado para falar da compra da refinaria de Pasadena. Também diz que um grupo de parlamentares protocolou uma representação contra a Dilma Rousseff na controladoria geral da república. Argumentando negligencia por parte da presidenta na negociação.	35s
26/03	Ministro da Fazenda é convidado para falar sobre a Petrobrás	Informa que o Ministro da Fazenda Guido Mantega foi convidado pela Câmara para falar sobre a Petrobrás. Ele é o atual presidente do conselho da Estatal. Também falou que a Petrobrás investiga a compra da refinaria de Pasadena.	29s
27/03	Oposição protocola requerimento de criação de CPI para investigar Petrobrás.	Fala que senadores protocolaram o documento para requerer uma CPI para investigar a polêmica envolvendo a Petrobrás na compra da Astra Oil.	24s

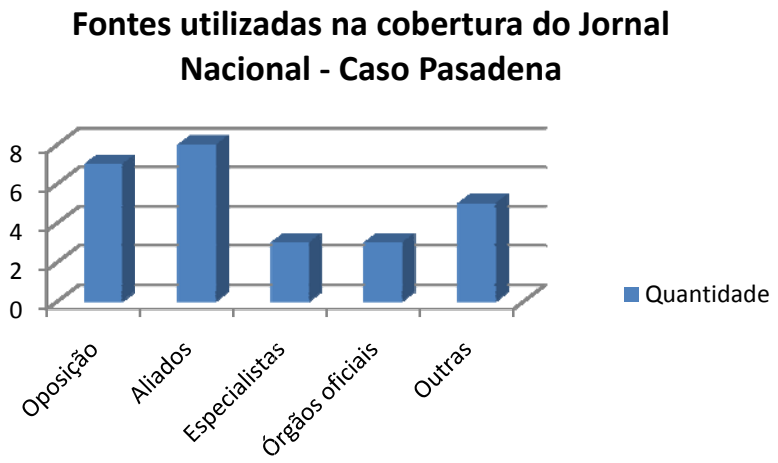
Fonte: Autores via análise da TV Brasil <http://tvbrasil.ebc.com.br/>

No dia 25/03, a nota seca é seguida por uma sonora avulsa, de um membro a favor do governo da presidente Dilma Rousseff, o Ministro de Justiça José Eduardo Cardoso. Ele ressalta que a atitude da oposição é eleitoreira. A outra veiculação foi um comentário do jornalista Luís Nassif sobre a prisão do ex-diretor da Petrobrás, Paulo Roberto Costa, pela Polícia Federal. Porém, o vídeo não foi publicado na página do Repórter Brasil na internet.

O Jornal Nacional adotou uma conduta diferente do Repórter Brasil. Foram 23 inserções ao longo do período analisado. A forma de abordar a notícia foi feita, na maioria das vezes, através de reportagens completas e artes para auxiliar o telespectador nas contas, que eram extensas.



As reportagens também buscaram equilibrar a quantidade de sonoras provenientes da oposição e dos aliados do governo.



Os órgãos oficiais, representados no gráfico, são referentes aos de fiscalização e investigação, como Tribunal de Contas da União, Polícia Federal e Ministério Público. Percebe-se que houve uma sonora a mais de aliados do governo em comparação com a oposição. A constatação pode se explicada pelo caráter das reportagens – em tons críticos e utilizando de relatórios para apontar possíveis erros governamentais. Assim, ao dar espaço para o outro lado[6], seria uma forma do jornal se comportar perante os telespectadores como "isento" do assunto.

Também se nota o uso de especialistas e da imprensa internacional para comentar os assuntos. Eles atuam como uma forma de levar o telespectador a conclusão de que a condução feita pela Petrobrás, foi um mau negócio. Isso se torna evidente no dia 25/03, quando recorre as informações do *L'Echo*, um jornal de economia e política da Bélgica, que destacou que a "Petrobrás fez um péssimo negócio em comprar a refinaria em duas partes" considerando a transação como "calamitosa".

[6] Alguns autores criticam a metodologia do "outro lado". Traquina (2005) considera que a "tribo jornalística" privilegia uma visão bipolar, onde o mundo é "estruturado em polos opostos: o bem e o mal, o pró e o contra, etc" (TRAQUINA, 2005, p.47). É definida como uma forma de simplificar o acontecimento, em detrimento de abordagens diferenciadas e da promoção de pluralismos.

Porém, ao considerar o tempo de cada inserção, percebe-se que em muitas sonoras, a oposição teve tempo maior do que os representantes da base do governo. No dia 19/03, por exemplo, logo após a notícia que mostrou o desconhecimento de Dilma Rousseff sobre as cláusulas polêmicas, o apresentador William Bonner chamou um depoimento de 23 segundos do senador da oposição (PSDB) Aécio Neves - que também é pré-candidato à presidência para as eleições de 2014 -, no qual são feitas críticas a Dilma, então Ministra da Casa Civil na época do negócio. Logo depois, com 7 segundos a menos, o líder do governo no Senado, Eduardo Braga (PMDB), fez uma declaração defendendo as condutas da atual chefe do executivo.

É aparente que ambos os jornais tiveram dificuldades para conseguir imagens e depoimentos importantes. Como já dito, o Repórter Brasil optou pelo caminho mais neutro com as notas secas. Nem o movimento do congresso – onde aconteciam discussões calorosas sobre a criação da CPI - o telejornal mostrou. Vale ressaltar que parte do jornal é produzida em Brasília, perto de onde aconteciam as decisões políticas.

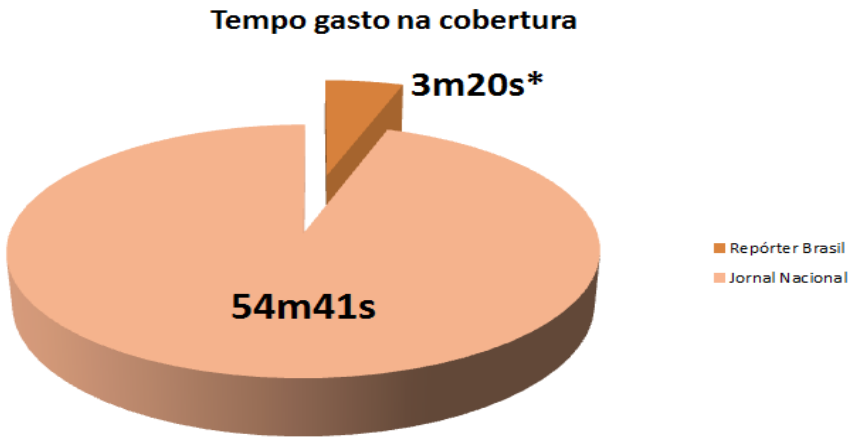
O Jornal Nacional divulgou imagens das assinaturas coletadas por políticos no congresso para a abertura da CPI. Para contornar a ausência de imagens, foram utilizados arquivos de apoio dos principais envolvidos na polêmica, imagens dos jornais impressos onde eram publicadas as últimas informações sobre o caso e artes – como forma de promover maior didatismo ao assunto e também contornar a ausência de imagens para cobrir o off do repórter.

É interessante notar que as primeiras imagens da refinaria de Pasadena só foram exibidas no dia 23/03/2014, no terceiro dia após o início da polêmica. Por ficar em uma região distante da base da Rede Globo em Nova York, deduz dificuldades

para chegar ao sul dos EUA para captar as imagens no Estado do Texas. Depois da primeira inserção, todas as demais eram acompanhadas por um símbolo colorido da Globo no canto tela, em referencia à exclusividade.

Essa capacidade da Rede Globo em conseguir mais recursos para compor as reportagens, pode ser explicada pelo poder da emissora comercial, tanto financeiro quanto técnico. Repórteres correspondentes também auxiliaram na cobertura internacional.

Mesmo com a evidente cobrança por parte da sociedade e políticos da oposição contra o chamado jornalismo "chapa branca", postura governista em geral associada à emissoras financiadas pelo executivo, a TV Brasil não deu destaque ao assunto. A constatação é feita quando se analisa o tempo total dedicado ao caso Petrobrás nos nove dias referentes à pesquisa.



* O tempo de um comentário realizado no dia 21/03/2014 não foi contabilizado pelo motivo do vídeo não ter sido inserido no site da TV Brasil, o que impossibilitou o calcula da duração.

Portanto, a cobertura realizada pelo Jornal Nacional foi 18 vezes maior do que a feita pelo Repórter Brasil, considerando o tempo dedicado ao assunto. No viés de

conteúdo, também se considera que houve maior quantidade e variedade de sonoras, VTs, repercussões e recursos informativos.

Conclusão

Por meio da análise dos dados obtidos, a partir da investigação do conteúdo dos telejornais, é possível afirmar que o Repórter Brasil evitou se aprofundar na polêmica envolvendo a Estatal, Petrobrás. Por outro lado, o Jornal Nacional exibiu ao menos uma matéria diariamente durante o período analisado, incluindo repercussões indiretas, como a queda no valor das ações da petroleira e o atraso das obras na refinaria de Pernambuco e no Complexo Petroquímico do Rio de Janeiro, o noticiário público se limitou – na maior parte das vezes – a divulgar informações curtas através de notas secas.

É evidente que a TV Brasil não possui tantos recursos quanto a estrutura comercial para enviar um correspondente ou cinegrafista para Pasadena, como fez o Jornal Nacional. Porém, as discussões realizadas no Congresso eram cobertura de fácil acesso para a emissora pública, na medida em que ocorriam mesma cidade onde o telejornal é ancorado - Brasília. É importante destacar também que alguma das notas, como a exibida no dia 19/03, quando começou a série de reportagens pelo JN, foram dedicadas exclusivamente para dar voz a defesa do governo federal.

Nenhum depoimento de parlamentares da oposição, que protocolaram o pedido da CPI, foi inserido. Já o Ministro da Justiça, durante 44 segundos, encontrou espaço para criticar a conduta de deputados e senadores do congresso que fizeram o pedido da Comissão Parlamentar. Atitudes como essa, mostram o aparente “medo” de uma emissora - que tem a maior parte das verbas oriundas do governo - em dar destaque a assuntos polêmicos, que envolvem a presidência.

Os indícios de má gestão, evidenciados pela mídia estrangeira e pelas perdas milionárias, podem ser considerados de interesse público – uma das premissas na promoção do telejornalismo público. Já que a Petrobrás é uma empresa na qual a maioria das ações pertence ao Estado, e consequentemente à sociedade brasileira.

Porém, ao invés de uma cobertura diferenciada, plural, com novas formas de abordagens e pontos de vistas, dentro dos conceitos que definem o jornalismo público, o que se viu – e ouviu - foi um silêncio, com pequenos ruídos, em sentido metafórico, representados pelas enxutas notas secas. A promoção do jornalismo cidadão, como forma de prover o telespectador de informações para a análise crítica, não foi evidenciada.

As consequências deste contexto podem ser vistas também como uma frustação do telespectador que acredita no potencial do telejornalismo público. Ao buscar informações sobre o assunto na mídia, não vai encontrar outra opção a não ser a versão exibida no noticiário comercial.

Apesar dos resultados, ressaltamos que a TV Pública representa um passo importante para a democratização da mídia no país. Mas considerando exemplos, como os dos países europeus, onde essa plataforma se apresenta com maior independência e consolidação, no Brasil ainda é preciso mudanças e evolução. Alguns recursos, como a ouvidoria e a presença do Conselho Curador representado – em sua maioria – pela sociedade civil podem ser grandes aliados nesse processo, assim como a pesquisa sistemática de sua cobertura poderia oferecer instrumentos para uma cobrança mais cidadã quanto à programação da emissora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguiar, I. (2012). *TV Brasil: algo novo no ar.* Florianópolis: Tribo da Ilha.

Barbosa, B. (2008). TV Brasil: o Faz-de-conta da Emissora Pública. Revista *Adusp*, (pp. 49-54) São Paulo.

Bonner, W. (2009). *Jornal Nacional: Modo de Fazer*. Rio de Janeiro: Editora Globo.

Bucci, E. (2010). É possível fazer televisão pública no Brasil? São Paulo, Novos Estudos. Acesso em: 27 de março de 2014. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002 01000 030000 1& script = sci_arttext.

Cannito, N. (2010). *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio.* São Paulo: Summus.

Carmona, B. Papel e a contribuição social da TV pública. *ComCiência: Revista Eletrônica de Jornalismo Científico.* Acesso em 10/10/2006. Disponível em: http://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=18&id=182.

Carrato, A. (2005). *A TV pública e seus inimigos*. V ENLEPICC Encontro Latino Americano de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura. Salvador, BA, 2005.

Coutinho, I. (org.). (2013). *A informação na TV Pública*. Florianópolis: Insular.

Empresa Brasil de Comunicação. Acesso em 26/03/2014. Disponível em http://www.ebc.com.br/.

Jornal Nacional. Acesso em: 27/03/2014. Disponível em: g1.globo.com/jornal-nacional.

Leal Filho, L. L. (2008). A nova televisão brasileira. Revista *Adusp,* 49-54. São Paulo.

Martin Barbero, J. (2002).Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In: Ricón, O. (org.) *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. 41-80. São Paulo: ILDEs/FES.

Meirelles, A., & Coutinho, I. *Análise do Jornalismo da TV Brasil: Uma avaliação do cumprimento do papel público de uma emissora de televisão*. In: IV Seminário Internacional - Media, Jornalismo e Democracia, 2012, Lisboa. IV Seminário Internacional - Media, Jornalismo e Democracia, 2012.

Petrobrás. Acesso em 29/03/2014. Disponível em http://www.petrobras.com.br/pt/quem-somos/perfil/.

Scorsim, E. (2007). O Processo de Evolução do Estado, da Administração Pública e do Direito Administrativo. *Interesse Público* (Impresso), *42*, 127-144.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Nelson Traquina – Florianópolis: Insular.

TV Brasil. Acesso em: 25 de março de 2014. Disponível em: http://www.tvbrasil.org.br/.