# Pesquisa FPA revela que 43% da população não se reconhece em programação de TV

17/08/2013



Charge: Latuff

**Por Cecília Figueiredo, no site da Fundação Perseu Abramo**

A Internet vem ganhando a preferência da população como veículo para se informar sobre a cidade, o Brasil e o mundo. Apesar de empatar em 43% com os jornais impressos, em meio habitual de informação, na soma de portais, blogs e indicação de amigos nas redes sociais virtuais, a Internet ultrapassa o impresso. Estes são alguns dos indicadores da pesquisa "Democratização da mídia", realizada pelo Núcleo de Estudos e Opinião Pública (Neop) da Fundação Perseu Abramo (FPA) e apresentada na última sexta-feira, 16, em São Paulo.

De acordo com o estudo, realizado entre 20 de abril e 6 de maio deste ano, que ouviu 2.400 pessoas acima dos 16 anos, que vivem em áreas urbanas e rurais de 120 municípios distribuídos nas cinco regiões do Brasil, 82% assistem diariamente a TV aberta, mas quase a metade (43%) disse não se reconhecer na programação difundida pelo veículo e 25% se veem retratados negativamente, contra 32% positivamente. "A TV tem maior uso da população, mas o rádio tem maior alcance em cidades mais distantes", informou o coordenador da pesquisa, Gustavo Venturi, coordenador do Neop.

**71% é a favor de regras para concessão pública**

Venturi informou que sete em cada dez brasileiros/as não sabem que as emissoras de TV aberta são concessões públicas. "Para 60% são empresas de propriedade privada, como qualquer outro negócio", acrescentou o sociólogo na apresentação. "Mesmo assim", ele salientou que, "71% da população é favorável a que haja mais regras para se definir a programação veiculada".

Ao ser aventada a hipótese de existir mais regras para a programação e publicidade na TV, a maioria dos entrevistados/as (46%) disse preferir o controle social de um "órgão ou conselho que represente a sociedade", do que a auto-regulamentação (31%), como ocorre hoje, e quase 1/5 declarou ser favorável a um controle

governamental (19%).

A maioria dos entrevistados afirmou também que a TV costuma dar mais espaço para os empresários (61%) que para os trabalhadores (18%), considera que o noticiário veiculado é quase só de São Paulo e Rio de Janeiro (44%), e acredita que oferece uma programação para crianças e adolescentes que é antes negativa (39%) que positiva (27%) para sua formação. “11% dos entrevistados discordam que a mídia é imparcial”, destacou o pesquisador. Enquanto 65% relativizaram a confiança na “parcialidade e neutralidade” das informações, somente 21,9% acreditam que a mídia exponha os fatos sem privilegiar um lado.

Quanto ao tratamento da televisão aos problemas do Brasil, a percepção da maioria (56,7%) é que é menor do deveria. Sobre a diversidade, 54% acham que a TV não mostra muito a variedade do povo e 22% observam uma invisibilidade. Não muito diferente está a percepção dos entrevistados sobre a realidade nos conteúdos veiculados pela TV: 51% acham que é mostrada apenas parte e 23% opinaram que não é mostrada.

A maioria dos entrevistados/as também considera que a TV retrata as mulheres às vezes (47%) ou quase sempre (17%) com desrespeito, assim como desrespeita os nordestinos às vezes (44%) ou quase sempre (19%), e ainda a população negra ( 49% e 17%, respectivamente) – sendo esta retratada menos do que deveria (52%).

Especificamente para a publicidade de bebidas alcoólicas, quase a totalidade (88%) apoia mudanças na legislação, seja seu banimento da TV (44%), seja sua restrição a “horários noturnos e de madrugada” (44%).

**Base para o debate público**

Joaquim Soriano, diretor da FPA, que coordenou o evento, ao lado de Gustavo Venturi, do departamento de Sociologia da USP, e Vilma Bokany, do Neop, foi parabenizado pelos participantes em nome da Fundação, pela iniciativa. “Esse estudo fortalece o trabalho do movimento em favor da regulação da mídia, abre caminho para novos estudos e sela um compromisso com todos e todas que lutam pelo direito à comunicação”, reiterou Rita Freire, da Ciranda da Comunicação e representante do Conselho Curador da EBC.

Na avaliação do jornalista da FPA, Daniel Castro, pesquisa aponta a necessidade de discutir o papel da mídia pública na sociedade.

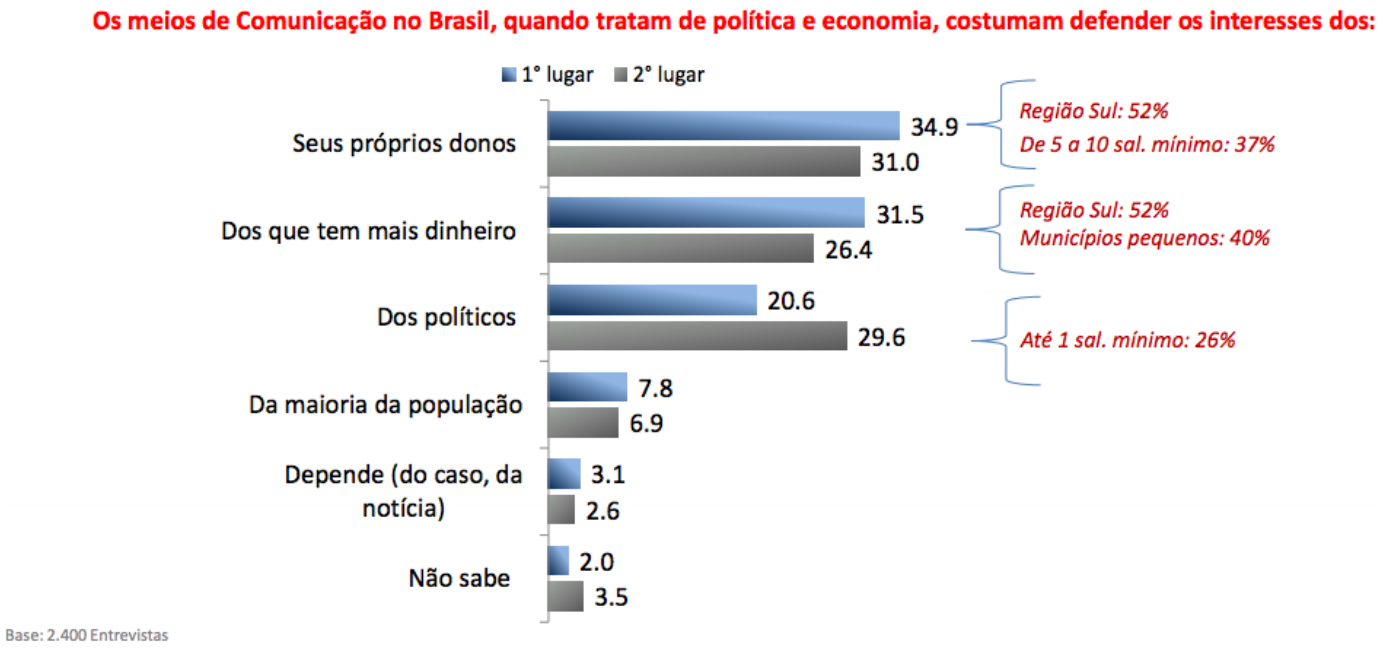
Laurindo Lalo Leal Filho, sociólogo e professor de Jornalismo da ECA-USP, também atentou para a necessidade de ampliar a difusão do estudo. “Pela importância que tem, e obviamente essa pesquisa não será divulgada pela grande mídia, faremos um Ver TV na próxima semana”, anunciou Lalo, referindo-se ao programa transmitido pela TV Brasil. A ele também se somou Beá Tibiriçá, do Coletivo Digital, “me proponho a passar por um treinamento da Fundação e apresentar a pesquisa em outros estados”.

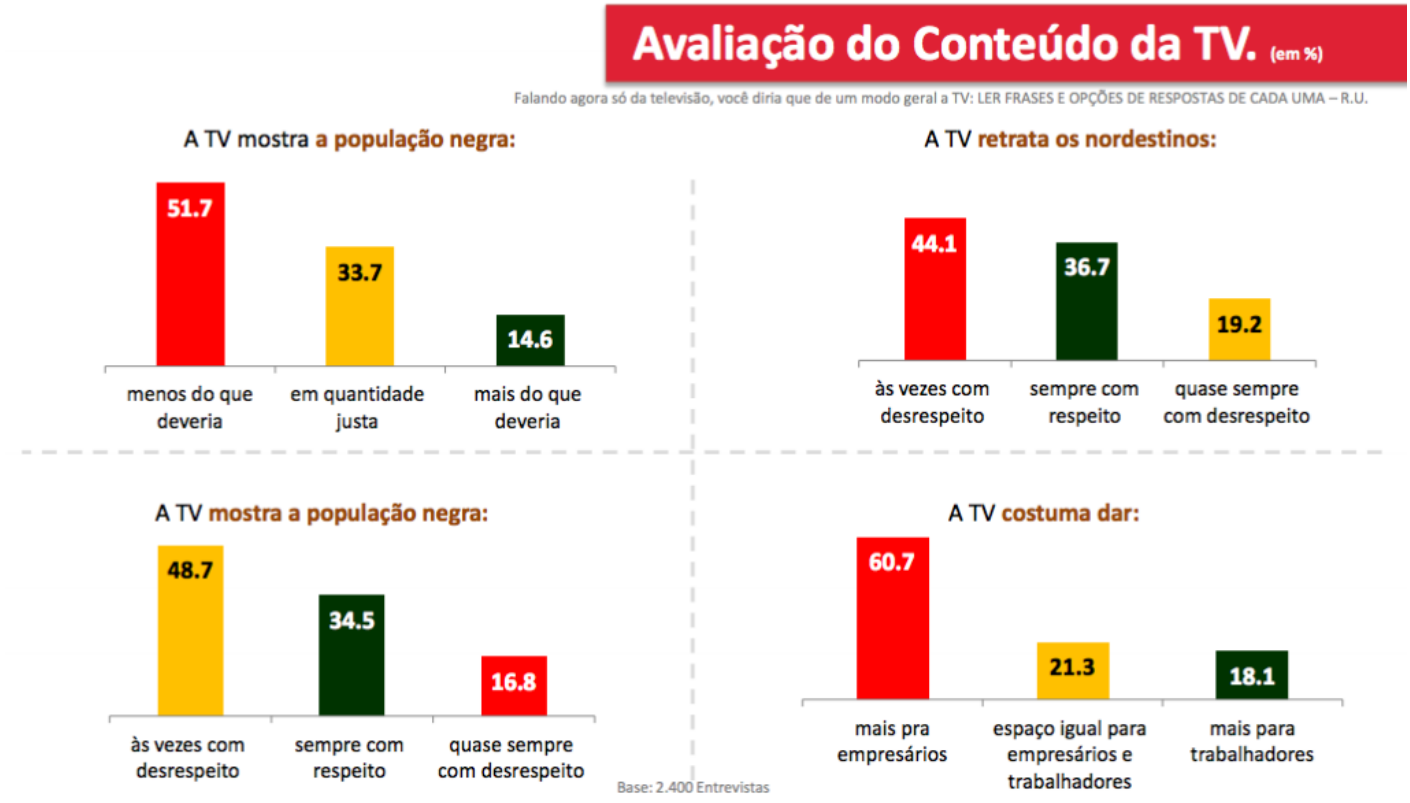
“Mesmo não tendo compreensão de que se trata de uma concessão pública, a população defende regras”, comentou o jornalista Altamiro Borges, do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé. Impressionado com os dados da pesquisa, ele sugeriu que se defenda legislação informando à população que “TV é concessão pública”.

Na avaliação de Renata Mielle, coordenadora do Barão de Itararé e do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), a pesquisa é “contribuição inestimável”. Possibilitará, avalia Miro Borges, sair do “achismo”. “Agora a gente começa a ter bases mais sólidas para o debate público”, complementa Pedro Ekman, do Intervozes.

No encerramento do evento, transmitido pelo portal “Conversa Afiada”, comandado pelo jornalista Paulo Henrique Amorim, e acompanhado por aproximadamente 500 internautas pela tevê FPA, em plena sexta-feira, à noite, o diretor da FPA, anunciou que a pesquisa “Democratização da Mídia” será lançada nas próximas semanas no Rio de Janeiro e Distrito Federal, além de outras regiões e locais onde seja requisitada.

Participaram também do debate, Iole Ilíada, vice-presidente da FPA, Joaquim Palhares, advogado, fundador da Agência Carta Maior e membro do Altercom, Pedro Ekman, da Coordenação Executiva do Intervozes (Coletivo Brasil de Comunicação Social), Rachel Moreno, da Rede Mulher e Mídia, Frentex e FNDC, Terezinha Vicente, da Articulação Mulher e Mídia, estudantes e pesquisadores.

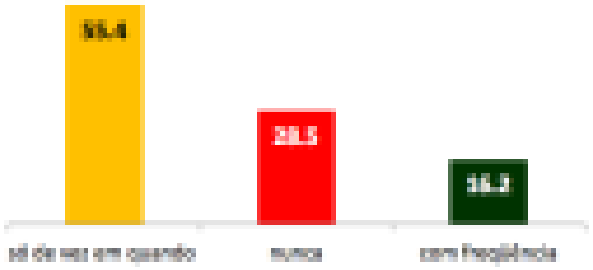


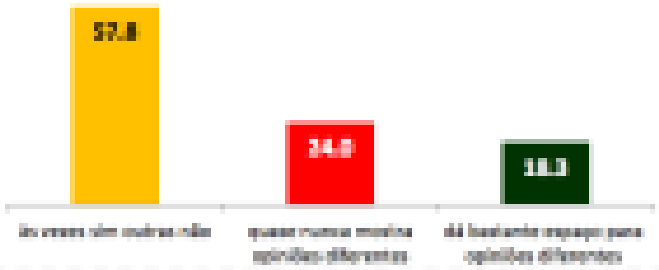
# Avaliação do Conteúdo da TV. (em %)

Falando agora só da televisão, você diria que de um modo geral a TV (os canais e emissoras de televisão) ...

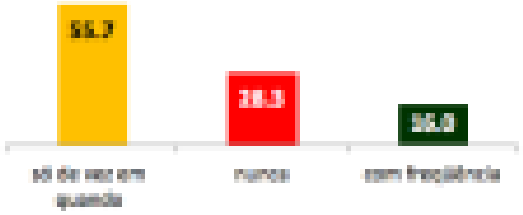
A TV defende os interesses de pessoas como você:



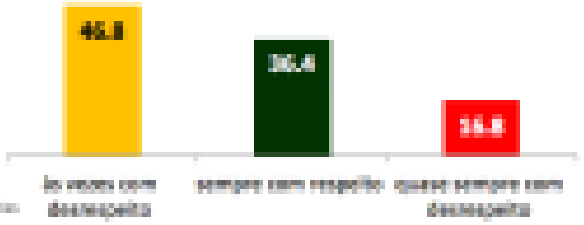

A TV dá bastante espaço para opiniões diferentes:




A TV costuma mostrar pessoas que pensam como você:




A TV retrata as mulheres:



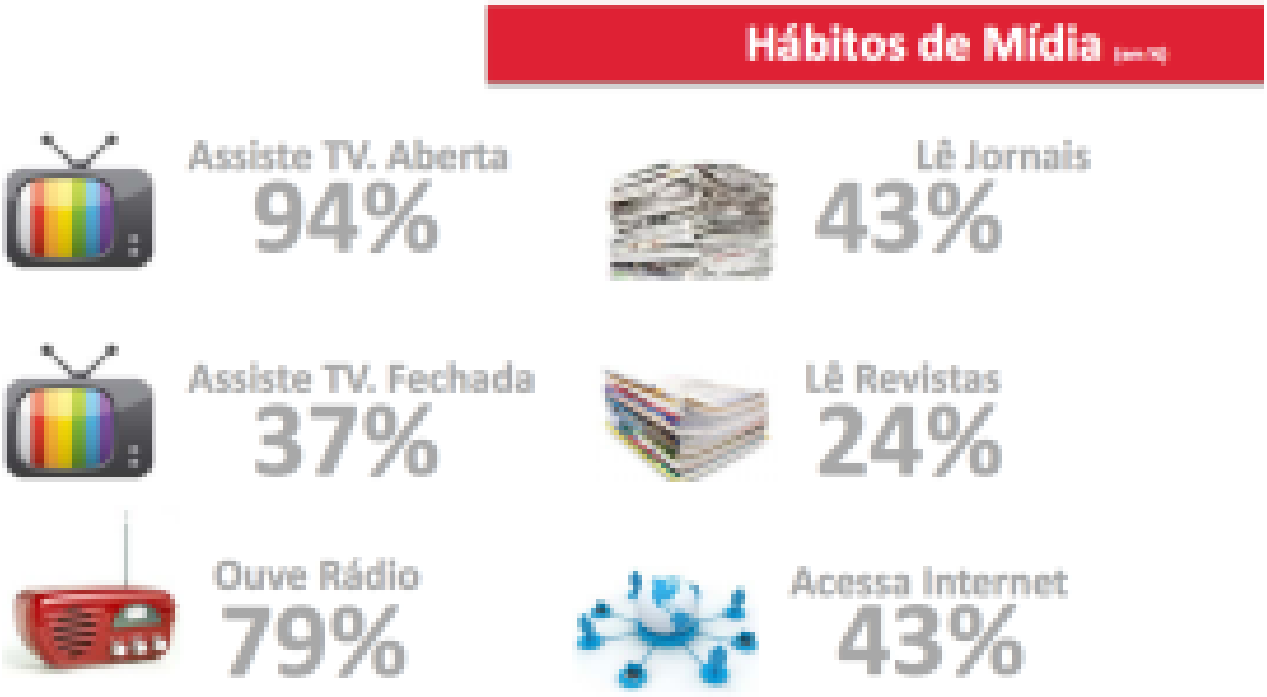

Base: 1.000 Entrevistas

# Regras para Conteúdo de TV. (em %)

Nos fale agumas situações que costumam aparecer na TV e gostaria que você me dissesse como, na sua opinião, essas situações deveriam ser tratadas. Por exemplo, ... (diz cada item) ... deveriam ser / ou as seguintes situações, na sua opinião, como deveriam ser tratadas




Base: 1.000 Entrevistas




Compartilhe nas redes: