



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM
CURSO DE JORNALISMO**

FABRÍNIA ALMEIDA BATISTA

**O CASO DA TV CULTURA E SEUS LIMITES: ENTRE UM SISTEMA PÚBLICO E
ESTATAL DE COMUNICAÇÃO**

**CAMPINA GRANDE/PB
2022**

FABRÍNIA ALMEIDA BATISTA

O CASO DA TV CULTURA E SEUS LIMITES: ENTRE UM SISTEMA PÚBLICO E
ESTATAL DE COMUNICAÇÃO

Trabalho de Conclusão do Curso- TCC apresentado ao
Centro de Ciências Sociais e Aplicadas- CCSA, da
Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial
para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Professor Dr. Luís Adriano Mendes Costa

CAMPINA GRANDE/PB
2022

FABRÍNIA ALMEIDA BATISTA

O CASO DA TV CULTURA E SEUS LIMITES ENTRE UM SISTEMA PÚBLICO E
ESTATAL DE COMUNICAÇÃO

Trabalho de Conclusão do Curso- TCC
apresentado ao Centro de Ciências Sociais e
Aplicadas- CCSA, da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel em Jornalismo.

Aprovada em: 24 /03/2022

BANCA EXAMINADORA

Luís Adriano M. Costa

Prof. Dr. Luís Adriano Mendes Costa (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba

Rômulo Ferreira de Azevedo Filho

Prof. Me. Rômulo Ferreira de Azevedo Filho
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Geraldo Medeiros Júnior

Prof. Dr. Geraldo Medeiros Júnior
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

B333c Batista, Fabrinia Almeida.

O caso da TV Cultura e seus limites [manuscrito] : entre um sistema público e estatal de comunicação / Fabrinia Almeida Batista. - 2022.

28 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2022.

"Orientação : Prof. Dr. Luís Adriano Mendes Costa ,
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Comunicação pública. 2. Radiodifusão pública. 3. TV Cultura. 4. Televisão universitária. I. Título

21. ed. CDD 302.234 5

LISTA DE TABELAS

Tabela I- Repasses Orçamentários do Governo em 2019, 2020 e 2021	20
---	-----------

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
1. COMUNICAÇÃO PÚBLICA: UM CONCEITO (AINDA) EM CONSTRUÇÃO.....	7
1.1 Comunicação pública na perspectiva estatal	8
1.2 Comunicação pública na perspectiva de radiodifusão pública	10
2. ENTRE ESTATAIS, EDUCATIVAS E PÚBLICAS: AS EXPERIÊNCIAS BRASILEIRAS.....	12
2.1 As Televisões universitárias e educativas	13
2.2 TV Escola	14
2.3 TV Brasil	15
3. METODOLOGIA	16
4. ANÁLISE	18
4.1 De comercial à educativa, de educativa à estatal e de estatal à pública: O caso da TV Cultura	18
4.2 A Fundação Padre Anchieta	19
4.3 Gestão	19
4.4 Financiamento	20
4.5 Interferência Governamental	21
4.6 Programação: o que se pauta na televisão pública? Um recorte da grade de programação da TV Cultura	22
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
REFERÊNCIAS	26

O CASO DA TV CULTURA E SEUS LIMITES: ENTRE UM SISTEMA PÚBLICO E ESTATAL DE COMUNICAÇÃO

TV CULTURA IN A LIMIT BETWEEN PUBLIC AND STATE BROADCASTING

Fabrínia Almeida BATISTA¹
Luís Adriano Mendes COSTA²

RESUMO

Esta pesquisa busca identificar o perfil da TV Cultura e suas operações num limite entre a radiodifusão pública e estatal por meio de uma análise descritiva e qualitativa que aponte características que reforcem esta premissa. Procurou-se analisar esta questão por meio de um estudo de caso conforme Yin (2001) e de uma análise de conteúdo partindo dos apontamentos de Bardin (2016), dos relatórios emitidos pela Fundação Padre Anchieta (FPA), entidade mantenedora da emissora, onde constam as atividades da TV ao longo do ano para identificar como ela se comporta, levando em consideração as conceituações de comunicação pública de Bucci (2015), Duarte (2009), Brandão (2009) e Mendell (2011). No estudo do recorte de programação da Cultura, a análise foi feita considerando os apontamentos de Otondo (2002) e Mendell e Barrendt (2011). Os resultados mostraram que a TV Cultura está em um limite entre pública e estatal, com dependência dos recursos estaduais e estreitando a relação com o modelo comercial de televisão, o que vai de encontro com as premissas da comunicação pública efetiva.

Palavras-chave: Comunicação Pública. Radiodifusão Pública. TV Cultura. Financiamento.

ABSTRACT

This research tries to identify the TV Cultura's profile and her operations in a limit between public and state broadcasting presenting points to validate these hypotheses. This study is based on a case study according to Yin (2001) and a content analysis to the reports issued annually by Fundação Padre Anchieta, foundation who manages the channel following the guidelines of Bardin (2016). Through them, we aim to identify key points to understand how the TV has their management and operations aligned with conceptions from the public communication by the studies of Bucci (2015), Duarte (2009) and Mendell (2011). The channel programs schedule analysis was made following the study of Otondo (2002) and Mendell and Barrendt (2011). The results show that TV Cultura is on a limit between public and state broadcasting, with a huge dependency of the government budget and a close relation with commercial television, facts that are the opposite of the ones in the base of an effective public communication system.

Keywords: Public Communication. Public Broadcasting. TV Cultura. Financing methods.

¹ Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba- UEPB. E-mail: almeidafabrinia@gmail.com.

² Orientador do trabalho. Doutor em Literatura e Interculturalidade pela Universidade Estadual da Paraíba. Professor da Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: luisadriano@gmail.com

INTRODUÇÃO

A comunicação é parte fundamental para o estabelecimento das relações sociais e age como prática facilitadora na construção e nas trocas do conhecimento e também como retrato de povos, nações, culturas e como difusora de informação. A comunicação midiática (rádio, impressos, televisão e internet) é apenas um fragmento de um escopo amplo, mas que ocupa papel importante na vida cotidiana.

Um dos meios de comunicação mais influentes, junto ao rádio, é a televisão. Dois aspectos importantes consolidaram esta influência: o apelo popular e a abrangência. Esses fatores foram importantes para conquistar um público que ainda se mantém. O rádio passou por várias gerações, chegando aos mais diversos lugares, levando informação e serviços. Já a televisão inovou ao juntar som e imagem, fazendo com que o imaginário dos programas de rádio viesse à tona. Posteriormente, as cores e os novos formatos revolucionaram a nossa concepção de informação e entretenimento. Segundo Rincón (2002) a televisão

se transforma no meio de comunicação de massas mais autêntico, posto que atinge a todos de maneira igual; o conteúdo e a forma das mensagens é cortado pelo denominador comum, e a participação do público é afetiva e próxima do modelo da conversa. (RINCÓN, 2002, p.19).

Assim, a televisão também é para os brasileiros: tem lugar garantido na vida cotidiana e na cultura do nosso país desde o início das primeiras transmissões. A televisão brasileira foi influenciada pela indústria cultural, que tem como uma de suas facetas mais importantes e conhecidas a comunicação de massa atrelada à lógica comercial, ao dar preferência aos lucros e andar de mãos dadas com o mercado publicitário.

Já os sistemas públicos de radiodifusão integram as práticas comunicacionais em vários países do mundo. Em muitos deles, as emissoras de comunicação pública são consideradas uma das principais fontes de informação. Quando se pensa sobre um bom exemplo desse modelo, a emissora de televisão BBC comumente é a primeira referência que vem à cabeça. O sucesso do modelo inglês é uma das experiências de radiodifusão pública mais conhecidas.

Segundo Filho (1997, p. 11) o êxito inglês deve-se ao que ele classifica como “riqueza criativa do modelo”, onde a “competição se dá pela audiência e não pelo mercado”. Ainda segundo o autor, “o resultado positivo dos ingleses resulta em programações de alto nível”, reconhecida pelos britânicos como “a principal joia de nossa coroa cultural e uma imensa força de prestígio”.

A estrutura da BBC faz parte de um modelo que se espalhou por toda a Europa Ocidental ainda no início da década de 20. Essas televisões foram construídas inicialmente com a predominância do modelo elitista. Tomando como referência a categorização feita por Valente (2009, p. 27) este modelo “é baseado em premissas iluministas, segundo as quais o conhecimento e a razão são fundamentais para o entendimento e inserção no mundo de maneira emancipatória.” Ou seja, a televisão pública do modelo elitista viria ajudar na construção da ‘educação’ nas nações através de sua programação, contribuindo para reduzir a desigualdade no acesso aos conteúdos culturais produzidos.

No Brasil, os sistemas de radiodifusão estão alinhados, em sua maioria, com o modelo norte-americano. Diferentemente das experiências europeias, onde os sistemas de radiodifusão pública têm forte presença. No caso brasileiro, o sistema foi concebido e tradicionalmente continua orientado para a lógica comercial. No nosso país, a televisão pública segue como opção ao sistema comercial, tentando abrir espaço para produções que devem ser comprometidas a representar a diversidade cultural e de conteúdo. De acordo com Miranda (1997, p. 15 *apud* LEAL FILHO, 1997, p. 15), no Brasil, o modelo público implantado se caracteriza por “[...] desinformação corrente, no vedetismo, na manipulação...” pois, é comum a falta de definições e de conhecimento geral, em virtude da pouca clareza sobre o quadro brasileiro de sistemas de radiodifusão pública.

Este trabalho apresenta uma reflexão sobre o quadro da radiodifusão pública no Brasil, com foco na TV Cultura, uma das emissoras desta natureza no país. Mantida pela Fundação Padre Anchieta (FPA) e pelo governo do Estado de São Paulo, a TV Cultura atinge um público de 212 milhões de telespectadores³, por meio de parceria com 393 afiliadas, geradoras e retransmissoras em todo Brasil.

Para isso, inicialmente foi realizado um levantamento das fontes bibliográficas a partir dos estudos da área da Comunicação Pública. Contribuições e conceituações de Brandão (2009), Matos (2009), Bucci (2015), Mendell e Barrendt (2011) e Valente (2009) foram utilizados. Apontamentos de Gomes e Minayo (2009), Yin (2001) e Bardin (2016) também compõem as contribuições metodológicas a este estudo.

No caso específico da TV Cultura, o aporte teórico de Leal Filho (1988; 1997), de Otondo (2002) e Lima (2008) integram o processo de reflexão que buscou através dos instrumentos metodológicos citados identificar o perfil da TV Cultura e suas operações num limite entre a radiodifusão pública e estatal.

³ Fonte: <https://fpa.com.br/cobertura/> Acesso em: 25 de dezembro de 2021

1. COMUNICAÇÃO PÚBLICA: UM CONCEITO (AINDA) EM CONSTRUÇÃO

A expressão Comunicação Pública refere-se a múltiplos significados que dependem do contexto onde está empregada. O significado difere nos estudos de vários autores, e no uso da palavra em vários países e idiomas. Por isso, as atribuições de sentido ainda são nebulosas, e ainda há uma generalização da expressão que quase sempre é vinculada à ideia da Radiodifusão Estatal.

Diversos autores se dedicaram a formulação de um conceito que ainda segue em construção. No Brasil, Jorge Duarte, Elizabeth Pazito Brandão, Eugênio Bucci, dentre outros, são exemplos que se destacam no estudo e na tentativa de uma delimitação mais clara dos significados do termo e na análise da comunicação pública sob a ótica de várias esferas.

Para Duarte (2009, p. 61), Comunicação Pública: ‘[...]coloca a centralidade no processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio da garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável.’ Já Brandão (2009, p. 9) aponta que ‘[...]é possível encontrar um ponto comum de entendimento que diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania.’

A maioria das tentativas dos estudos e de uma construção de um significado para a comunicação pública, tem em sua fundamentação a influência das contribuições do francês Pierre Zémor. Segundo ele, a comunicação pública se caracteriza pela:

[...] troca e o compartilhamento de informações de utilidade pública ou de compromissos de interesses gerais. Ela contribui para a conservação dos laços sociais. A responsabilidade disso compete às instituições públicas; ou seja, as administrações do estado, aos serviços de coletividade territoriais, aos estabelecimentos, empresas, organismos encarregados de cumprir uma missão de interesse coletivo. (ZÉMOR *apud* BUCCI, 2015, p.49)

Num sentido geral, podemos identificar que os autores caracterizam a Comunicação Pública associando o termo ao sentido de uma comunicação centrada no cidadão, respeitando seus interesses e demandas na construção de um sistema numa visão oposta à praticada nos modelos comerciais, que implica na difusão de comunicação numa perspectiva corporativista e que por muitos anos, foi unidirecional.

Segundo López (2012), há uma falta de clareza no uso da expressão, para ele:

Muito já foi escrito sobre comunicação pública e os caminhos que aproximam e distanciam diferentes enfoques, permitindo identificar pelo menos três aspectos em comum: a noção de comunicação associada à compreensão do público; o que opera em diferentes cenários, entre eles o estatal, o político, o organizacional, e o midiático; e o que é um conceito vinculado a princípios como visibilidade, inclusão e participação. (LÓPEZ, 2012, p. 246)

No Brasil, o termo também foi largamente utilizado como sinônimo de comunicação estatal. Com a volta do sistema democrático, após o período da ditadura militar, os poderes e a sociedade perceberam que pensar sobre a comunicação no país era necessário e que novas diretrizes precisavam ser discutidas. Segundo Duarte e Veras (2006) ‘quando utilizada, ‘comunicação pública’ era entendida como comunicação estatal, própria do Estado.

Matos (2009, p. 49) afirma que muito antes ‘[...] a implantação da radiodifusão (anos 20) consagrou a expressão comunicação pública, entendida como comunicação estatal. Isto é, o termo era utilizado em contraste com a comunicação do setor privado.

Ainda de acordo com Duarte e Veras (2006, p. 11), o termo vem se transformando e cada vez mais surgem abordagens conceituais diferentes, acompanhando as transformações sociais. Mas, segundo os autores, "se destacam cinco possibilidades que se caracterizam pelas seguintes condições: praticada na esfera pública; realizada pelo Terceiro Setor; realizada por meio da radiodifusão pública; praticada pelo setor público e realizada pelo próprio governo."

Desde a implantação da radiodifusão no Brasil na década de 20, a consagração da expressão Comunicação Pública como sinônimo de estatal, se cristalizou como o principal sentido. Como as mídias são reguladas por meio de concessões regulamentadas pelo estado, o sentido até hoje é empregado apenas como antítese aos serviços comerciais de comunicação.

Bucci (2015, p. 46) alerta que a falta de delimitação do sentido pode acarretar um precedente preocupante: a expressão pode ser usada para indicar práticas que não são comunicação pública: “Mesmo na universidade, o significado do que é (e do que não é) comunicação pública ainda é nebuloso, excessivamente multívoco.” Essa ‘nebulosidade’ de sentido descrita pelo autor dificulta o entendimento das práticas de Comunicação Pública, pois sem um consenso que possa solidificar a ideia do que é e do que não pode ser considerado neste quadro, há o risco de cair nas armadilhas do sentido que torna o debate sobre a área em um terreno de superficialidade constante.

1.1 Comunicação pública na perspectiva estatal

A faceta da radiodifusão pública vinculada às esferas estatais é comum desde a década de 30. Com a popularização do Rádio, a criação das chamadas rádios nacionais, até então, campeãs de abrangência, solidificou a ideia da vinculação das rádios ligadas ao Estado. Segundo aponta Gomes (1999, p. 64)

No caso do rádio, uma iniciativa merece atenção especial. Desde 1934, Vargas criara um programa oficial — inicialmente a “Voz do Brasil” e, em seguida, “Hora do Brasil” —, no qual se transmitia uma programação centrada nas “realizações políticas” de seu governo. (GOMES, 1999, p. 64)

Logo, a maior parte da programação dessas emissoras era de caráter oficialista (de divulgação dos atos de governo), noticiários e alguns programas da vertente educativa e cultural.

Desde o início, o financiamento das rádios estatais ficou a cargo de dotações orçamentárias advindas da administração pública. Mas, esse caráter oficial também teve uma vertente de ‘porta-voz’ de governos e foi usada até como máquina de propaganda eleitoral. No Brasil, o sentido de Comunicação Pública é geralmente vinculado a esta ideia da perspectiva estatal, pois o sentido de público é comumente adotado como sinônimo de estatal/governamental.

Segundo destacam Esch et al. (2012, p. 3), o sentido clássico de público “vincula-se ao bem comum, ao interesse coletivo, à noção de pertencimento geral, universal.” Logo, é o oposto do sentido de privado, que na concepção comum abarca um universo de eventos e relações que acontecem fora da abrangência do aparelho estatal.

Já SILVA (2005, p. 1134), traz o conceito de público do campo jurídico:

Derivado do latim publicus, formado de populus, de populus (povo, habitantes), em sentido geral quer significar o que é comum, pertence a todos, é do povo, pelo que, opondo-se a privado, se mostra que não pertence nem se refere ao indivíduo ou ao particular. (...) Público é o que pertence a todo o povo, considerado coletivamente, isto é, tido em sua expressão de organismo político. Comum é o que pertence ou se estende distributivamente ao povo ou a todos, considerados como indivíduos. (...) O público opõe-se ao privado, enquanto que o comum ao particular. (SILVA, 2005, p.1134)

Ainda segundo Bianco et al. (2013, p. 72) o significado de público “se reforça como sinônimo de estatal, atributo que se refere ao seu funcionamento, regulamentado de acordo com competências e legitimado pela representatividade que assume para regular a vida coletiva e cotidiana.” Este sentido é predominante no meio brasileiro, pois não há uma mentalidade

comum da participação cidadã e da relação com outras instituições públicas no espaço público.

Mas, é importante apontar que no conceito de público há a distinção entre estatal e público-não estatal. Com o entendimento que a atuação na esfera pública não é limitada apenas a ação do governo e sim um espaço que, em tese, deve ser responsabilidade de todos e todas para estabelecer um espaço que seja democrático e inclusivo.

Além disso, há a influência do tratamento das instituições públicas como ‘bens próprios’ dos que exploram a máquina pública para fins privados e pessoais através de um esquema de poder. Essas práticas ajudam a reforçar apenas este sentido, geralmente o mais comum. Segundo Barbero (2002, p. 49) na América Latina, “o espaço público aparece historicamente confundido com – ou submerso no estatal”. Essa visão é amplamente conhecida nos países que compõem a região, pois o autoritarismo e controle do estatal sempre esteve muito presente na história das nações do continente.

A comunicação estatal pode ser observada em quatro aspectos: 1. sua relação de ‘subalterna’ em relação ao governo (pois pertence ao Estado), 2. sua natureza jurídica e a forma de financiamento das suas atividades, 3. gestão regulada por um dos três poderes da República, 4. operação e programação diretamente dependentes ao foco designado pela administração do poder a qual está subordinada. Comumente as emissoras de radiodifusão estatal estão ligadas ao Executivo, Legislativo ou ao Judiciário, fazendo uma comunicação que é voltada aos interesses de cada um.

1.2 Comunicação pública na perspectiva de radiodifusão pública

Com a redemocratização do país e a promulgação da Constituição Federal de 1988, foi feita a tentativa de implantação de um ‘serviço complementar’ de radiodifusão. Desse modo, passariam a existir os sistemas privado, público e estatal, como descrito no artigo 23 da CF/88.

Segundo Tomaz Jr. (2004 *apud* DUARTE; VERAS, 2006), o sistema público entende-se por:

[...] não as instituições do ‘setor público’, que se confunde com o estatal, mas sim os espaços e organizações geridos de forma ‘pública’: coletiva, transparente, em observância de princípios democráticos de participação e de controle social. Obviamente, o tipo de conteúdo, a natureza da organização, entre outros elementos, como a propriedade, também compõem o mosaico de itens que serve para denotar o caráter público aqui referido. (JÚNIOR 2004 *apud* DUARTE; VERAS, 2006, p. 12)

A Constituição Federal brasileira não levou em consideração a potencialidade de ‘engessamento’ do artigo 23. A tecnologia da informação e as comunicações são um campo em constante mutação. Aliado a isso, também não foi considerada a influência do mercado nas comunicações.

A comunicação como radiodifusão pública nasceu na Europa dos anos 20. O pioneirismo da BBC, nascida em 1920, na Inglaterra como uma corporação de comunicação pública numa sociedade marcada pelas diferenças sociais entre as classes burguesa e trabalhadora e pelo descontentamento dos constantes enfrentamentos entre mercado e a classe política tornou-se uma das experiências mais expressivas do modelo de radiodifusão público. A emissora inglesa viria a influenciar a construção dos modelos das emissoras públicas que se espalharam por todo o continente europeu.

O modelo da BBC tem como principais características: não visar ao lucro, não ser alvo de controle de forças políticas e oferecer programas de qualidade ao seu público. Tais especificações foram adaptadas e implementadas em vários países. Logo após a criação da BBC, surgiram televisões públicas de vários países europeus, que seguiam essa mesma linha.

No caso das primeiras emissoras públicas criadas na Europa, vale destacar que o surgimento da radiodifusão no continente era vinculado às instâncias estatais, criadas como entidades públicas. A denominação ‘pública’, no caso europeu, se justifica pelas emissoras terem surgido como instituições operando financiadas por orçamentos governamentais e com receita vinda de tributo cobrado aos telespectadores.

Só nos anos 80, com a abertura do mercado de televisão nos países onde as televisões públicas tinham presença forte, veio a ‘convivência’ com o sistema comercial de televisão. Mas, na maioria dos países, a televisão pública não perdeu seu posto de importância no cenário midiático. Porém, de acordo com Mendell (2011, p.7)” emissoras públicas de televisão controladas pelo Estado ou pelo governo estão perdendo fatias de mercado e tornando-se cada vez menos relevantes para os cidadãos.” Em contrapartida, o autor afirma que mesmo com o declínio de algumas emissoras, ainda há países onde existem “autênticas emissoras de serviço público” que ainda encontram apoio no seu público telespectador.

A visão europeia de radiodifusão, no sentido de serviço público, reforçando o direito ao acesso à informação é diferente da norte-americana e, conseqüentemente, da brasileira. Segundo Bianco et al. (2012, p. 160), “as televisões públicas da América Latina se apoiaram em duas vertentes estruturais: 1) associado à noção de educativo e cultural; e 2) associada à agenda governamental e estatal.” A visão brasileira geralmente é ligada a essas duas vertentes,

visto que as experiências de radiodifusão pública no país partiram de projetos de universidades, fundações públicas (e de direito privado) e a máquina governamental.

2. ENTRE ESTATAIS, EDUCATIVAS E PÚBLICAS: AS EXPERIÊNCIAS BRASILEIRAS

No Brasil, onde a televisão teve sua base construída e direcionada para um cenário onde a lógica comercial era predominante, as emissoras de radiodifusão pública desenvolveram-se no país de forma muito tardia.

A própria história da radiodifusão pública se confunde com outro projeto: a criação das televisões educativas. No Brasil, um dos precursores da televisão (e do rádio) foi Edgard Roquette Pinto, que tinha como premissa construir uma rede de emissoras de televisão e rádio que tivessem missão e valores orientados por uma premissa educativa e cultural. A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi criada por ele, com este intuito em 1923. Diante da impossibilidade de custear a emissora com outro meio que não fosse a publicidade, o antropólogo fez a doação da rádio ao Ministério da Educação em 1936. A emissora opera vinculada ao ministério até os dias atuais como Rádio Mec⁴.

A televisão, que surgiu na década de 1950 no Brasil, levou o modelo das emissoras de rádio comerciais para a tela. Tudo começou com a TV Tupi, do empresário paraibano Assis Chateaubriand. Segundo Carvalho (2013, p. 135), no final da década, o Brasil, “contava com 6 emissoras de televisão”. Mas a dificuldade em conseguir os aparelhos e o custo elevado, levava a televisão a ter pouca abrangência, visto que apenas as classes ‘mais privilegiadas’ tinham poder e recursos para comprá-los.” Ainda de acordo com Carvalho (2013, p. 135-136) “a produção dos aparelhos no Brasil, diminuiu o custo, ampliando a penetração da televisão, cada vez mais sua popularização e influência atraíram investimentos publicitários os quais financiaram a estruturação do setor”. Assim, com o início da fabricação de televisores no país, o custo dos aparelhos caiu e a população passou a adquiri-los e a televisão ‘caiu no gosto’ dos brasileiros.

A razão da criação de emissoras públicas aconteceu não pela demanda de informação, por parte dos cidadãos, como ocorreu nos modelos europeus, mas sim por uma demanda crescente por educação num país que muitos, à época, tinham que escolher entre escola e trabalho. Assim, as emissoras de televisão públicas foram pensadas primeiramente com a

⁴ Fonte: <http://www.fiocruz.br/radiosociedade/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=2> Acesso em: 10/01/2022

intenção de oferecer instrução através do formato de tele-educação⁵, que visava ser uma ferramenta para que a educação pudesse chegar a mais brasileiros. Preocupação do governo militar, a educação passou a ser uma das prioridades para o desenvolvimento do país.

2.1 As Televisões universitárias e educativas

Com a criação de emissoras públicas para fins de instrução, nasceram também as televisões universitárias. No contexto da preocupação com a educação nacional, em 1968, entra no ar a primeira emissora educativa do país, a TV Universitária de Pernambuco. Vinculada ao Ministério da Educação e Universidade Federal de Pernambuco, a televisão contava com produção própria como destaca França (2007)

A TV Universitária foi criada como veículo integrante do Núcleo de TV e Rádios Universitárias - órgão suplementar da UFPE- com a finalidade de ampliar os horizontes da informação, cultura e educação. [...] A emissora iniciou sua produção com mais de 20 programas. [...] O setor produzia 11 programas, entre eles, Sala de Visitas, O Grande Júri, No mundo das Artes e Isto é Universidade. (FRANÇA, 2007 p.76-77)

Emissoras educativas como a TV Universitária de Pernambuco, a TVE Amazonas, TVE Ceará, TVE Espírito Santo, TVE do Maranhão e mais três estados ⁶e a TV Cultura de São Paulo, em seu período operando na condição de TV Educativa, foram possíveis com a edição do Decreto-Lei 236, de 1967 que criou a FCBTVE⁷, por meio da Lei nº 5.198/67.

Segundo Carvalho (2013), as televisões educativas

[...] não tinham uma programação uniforme e os altos custos na produção dos telecuriosos foram obstáculos para o estabelecimento de uma rede, assim como nas emissoras comerciais. O reflexo desta situação era que a maioria das emissoras prosperava somente enquanto instrumento político de grupos locais no poder. (CARVALHO, 2013, p. 137)

Apesar das iniciativas de organização de rede de emissoras educativas no Brasil, como o caso da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto em 1998, e a Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais, que era liderada pela TV Cultura e tinha como proposta a criação de uma rede pública nacional de televisão com grade unificada, nenhuma das propostas sobreviveu por longos períodos. Em virtude das dificuldades de

⁵ Ensino escolar à distância, sem a presença física do professor, ministrado através da Internet ou de outros meios de comunicação a distância, notadamente rádio, televisão ou envio de videocassetes. Disponível em: [teleeducação - Dicionário Online Priberam de Português](#) Acesso em: 10/01/2022.

⁶ TVU Rio Grande do Norte, TVE Rio Grande do Sul, e TVE Rio de Janeiro.

⁷ Fundação Centro Brasileira de TV Educativa.

manutenção e financiamento enfrentadas pelas emissoras pertencentes ao setor, surgiu a iniciativa para a criação de uma rede, no ano de 1999. Divergências entre a TVE Brasil, a TV Cultura e TV Nacional e entre governos estaduais e federais levaram à dissolução desta etapa. Uma rede nacional de emissoras públicas e educativas só viria acontecer novamente em 2010, com a criação da Rede Nacional de Comunicação Pública, que contou com a adesão de 22 emissoras⁸, lideradas pela TV Brasil.

2.2 TV Escola

Pertencente à Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), a TV Escola⁹ é uma organização social ligada ao Ministério da Educação com atuação voltada à divulgação da educação e como instrumento de atualização e de conteúdo para os professores brasileiros. Como canal de TV, foi fundada em março de 1996 e fez parte da grade de canais disponíveis na TV Aberta de todo país, com sinal distribuído para antenas parabólicas e televisão por cabo. A autorização da TV Escola foi estabelecida formalmente no ano de 1995, através de um Protocolo de Cooperação Técnica¹⁰ entre os Ministérios da Educação e Comunicações e a Secretaria de Comunicação da Presidência da República.

Com programação estruturada para atender ao objetivo de ser ferramenta complementar para atualização profissional dos professores no Brasil, a emissora se destacou como um projeto governamental que visava, de acordo com Draibe e Perez (1999, p. 30) “[...] a implementação de uma política educacional pautada pelo objetivo de valorização do magistério. Dentre as várias ações propostas com esse objetivo, destaca-se a capacitação de professores por meio da educação à distância. Surgiram assim o Programa TV Escola e o Programa de Apoio Tecnológico.” Mas, além da função inicial de capacitação de professores, a TV Escola passou a ser instrumento para a democratização da educação, exibindo conteúdo educativos que visavam uma maior abrangência da educação no Brasil. De acordo com o Relatório da TV Escola 1996- 2002, a implantação da TV Escola seria

[...] um canal de tevê, via satélite, voltado exclusivamente para o atendimento à escola, com 100% da programação dedicada à melhoria da qualidade do ensino, foi considerada uma tarefa de longo prazo e parte fundamental do esforço de “incentivar

⁸ Fonte: Empresa Brasil de Comunicação. Disponível em: <https://bit.ly/3Kp2Wkw> Acesso em: 07/03/2022.

⁹ Fonte: Portal Mec. Disponível em: <https://bit.ly/3taPCZK> Acesso em: 23/02/2021

¹⁰ Fonte: Relatório da TV Escola 1996-2002. Portal Mec Disponível em: <https://bit.ly/3C1QB2C> Acesso: 23/02/2021.

novas formas de gestão escolar e induzir novos parâmetros de eficiência e de controle de qualidade” (Relatório TV Escola 1996-2002, p. 6)

Inicialmente, a TV Escola foi mantida com recursos advindos do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), e sua programação era destinada aos estudantes do ensino fundamental. Em 1999, depois de reconhecer a importância da televisão educativa como estratégica na ocasião da reforma do ensino médio, a parceria com a Secretaria de Educação Média e Tecnológica foi firmada e a emissora passou a exibir conteúdo para os alunos do ensino médio e foi um dos projetos de televisão educativa de maior destaque entre o final da década de 90 e primeira década dos anos 2000.

2.3 TV Brasil

A Empresa Brasil de Comunicação (EBC), empresa pública de comunicação do governo federal, foi criada em 2007 no governo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva por meio da medida provisória nº 398 de 10 de Outubro de 2007, que posteriormente foi convertida na lei nº 11.625 de 7 de abril de 2008. A criação da EBC unificou os serviços de radiodifusão pública federais, como a Rede Nacional de Rádio, a TV Brasil, criada inicialmente para ser uma experiência de comunicação pública e as rádios MEC, MEC FM e Radiobrás, além de serviços de publicidade institucional para setores da administração pública.

A criação da Empresa Brasil de Comunicação remete ao Fórum Nacional de Televisões Públicas, onde a ideia de uma emissora pública de comunicação foi pauta. A discussão do evento levou a geração da Carta de Brasília, que continha o pedido da criação de uma televisão que fosse independente e apartidária, nos moldes do conceito do direito do público à informação. Para a criação, foram unificadas as concessões da Radiobrás e da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto, essa última passando a ser prestadora de serviços ao governo federal por meio de contrato.

A EBC é uma empresa estatal de administração indireta, vinculada à Secretaria de Comunicação, que desde 2019 é ligada à Secretaria de Governo após a reforma dos ministérios no governo de Jair Bolsonaro. Também, desde 2017, a empresa é administrada por um comitê editorial e de programação e é fiscalizada pelo Tribunal de Contas da União. Logo, apesar de ter surgido com a intenção de ser uma televisão pública de abrangência nacional, a TV Brasil

tem sofrido com o corte de gastos do governo federal em exercício e fazendo as vezes de televisão estatal em diversas ocasiões.

Já a experiência da TV Cultura, que será abordada na sequência, figura como uma das mais longevas tanto nos campos da Televisão Pública, quanto no da Televisão Educativa, aspectos que serão verificados no ponto 4.1.

3. METODOLOGIA

Os dados apresentados neste trabalho são oriundos dos relatórios de atividades¹¹ de 2019 e 2020 e de relatórios de repasses governamentais emitidos pela TV Cultura em 2019, 2020 e 2021. Também, de amostras das grades de programação diárias divulgadas no site da emissora. Além das fontes documentais, foi feita revisão de literatura em livros e pesquisa bibliográfica em revistas, periódicos e jornais. Logo, a investigação possui caráter qualitativo e descritivo.

Para Minayo (2009, p. 21) a pesquisa qualitativa “trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”. Na pesquisa qualitativa, é importante atentar para os conceitos de descrição e interpretação do objeto analisado. Segundo Gomes (2009, p. 80), na pesquisa descritiva

[...] as opiniões dos informantes são apresentadas da maneira mais fiel possível, como se os dados falassem por si próprios; na análise o propósito é ir além do descrito, fazendo uma decomposição dos dados e buscando as relações entre as partes que foram decompostas e, por último, na interpretação – que pode ser feita após a análise ou após a descrição – buscam-se sentidos das falas e das ações para se chegar a uma compreensão ou explicação que vão além do descrito e analisado. (GOMES, 2009, p.80)

Esta fase da pesquisa quis trazer um panorama geral apresentando pontos que analisam, o ponto de vista da TV Cultura como emissora pública e suas operações. Para a análise e interpretação dos dados reunidos, foi utilizado este método que consiste em detalhar um fenômeno e suas principais tendências, partindo de dados existentes nas fontes consultadas. Além disso, as práticas de coleta de dados, organização, descrição e posterior interpretação dos dados encontrados também foram utilizadas.

Para analisar os documentos que nos permitem ter uma visão das operações da TV Cultura e de como se constrói a grade de programação da TV foi utilizado o método da Análise de Conteúdo (AC). Para Bardin (2016) a Análise de Conteúdo se constitui por

¹¹ O relatório de 2021 não foi analisado, pois, até o momento do fechamento deste trabalho o relatório ainda não tinha sido disponibilizado no site da Fundação Padre Anchieta.

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2016, p. 48, grifo nosso)

Ao aplicar a Análise de Conteúdo (AC), nos relatórios administrativos da emissora, tomamos como base os parâmetros estabelecidos por Mendell (2011), que indica aspectos essenciais de emissoras públicas, tomando como referência a obra de Eric Barendt, o autor elenca seis parâmetros, considerados como fundamentais. Para esta análise da gestão e operações da TV Cultura, foram analisados os seguintes aspectos: Independência em relação ao Estado, Financiamento, Gestão e Programação.

No ponto 4, há a análise de um recorte da programação da emissora no período de uma semana, que compreendeu o período de 02 à 08 de fevereiro de 2022. Para isso, foi consultado o roteiro de programação da emissora. Disponibilizado diariamente em um endereço web dedicado, cada roteiro fica disponível online pelo período de 24 horas. Já a versão semanal da grade de programação, sem a indicação de elementos como os 'interprogramas' (vinhetas, chamadas de programas e etc.) e os apoios culturais, fica hospedada no site da TV Cultura no Portal Uol.

Conforme o método da AC, que permite a formulação de instrumentos de análise específicos como categorias e subcategorias, para a análise de programação, foi organizada a seguinte categorização: 1) Informativo; 2) Infantil/Infanto-Juvenil; 3) Esporte; 4) Variedades; 5) Cultural; 6) Educativo. Para (BARDIN, 2016, p. 147), as categorias: “[...] são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (unidades de registro, no caso da análise de conteúdo) sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão das características comuns destes elementos.”.

Esta etapa da pesquisa busca trazer um quadro do que se pauta numa emissora de radiodifusão pública, considerando aspectos como a diversidade de conteúdo e a qualidade do que é veiculado, com as categorias atuando como um condutor que favoreça o entendimento desta parte de análise. As etapas da análise, seguiram o método da AC que consistiu na pré-análise, análise categorial e análise inferencial, que terminaram com a interpretação dos resultados obtidos.

Além disso, optamos por empregar o método do Estudo de Caso a partir dos apontamentos de Yin (2001) que conceitua o método como estudar e interpretar “[...] um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites

entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. (p. 32). Nesta análise, o estudo de caso será o de caso único, pois apenas o exemplo da TV Cultura é apresentado, buscando situá-la na questão de estar em um limite entre duas formas de radiodifusão pública.

4. ANÁLISE

4.1 De comercial à educativa, de educativa à estatal e de estatal à pública: o Caso da TV Cultura

A história da TV Cultura vem bem antes da história da televisão pública no Brasil. Nascida como uma emissora comercial, em 20 de setembro de 1960, a TV Cultura era parte dos Diários Associados, grupo do empresário paraibano Assis Chateaubriand, um dos pioneiros da comunicação de massa no país. Segundo Lima (2008), “sua programação exibia um perfil eminentemente comercial, afinado com as demais emissoras da rede de Chateaubriand.” (p. 26). Na época, a Cultura era uma emissora que dispunha de poucos recursos. Era a segunda emissora de uma rede que já tinha um canal consolidado na cidade de São Paulo. De acordo com Fanucci (*apud* LIMA, p.31), “com a audiência vieram os anunciantes e começou a crescer o faturamento da TV Cultura.”. Logo, em seu início, a emissora era voltada para atender o mercado comercial das comunicações do país. Após os primeiros anos, a emissora precisou brigar por audiência e só viu seus recursos crescerem depois de alguns sucessos de programação.

A faceta educativa da Cultura surgiu da parceria da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo e da criação de cursos de educação, que eram produzidos pela secretaria e transmitidos na emissora ainda em seu período comercial. O desejo de aumentar a abrangência de conteúdo através da tele-educação por parte do poder estadual e a parceria firmada com a emissora, que aumentou o espaço de exibição desses conteúdos, este acordo acabou por consolidar a missão educativa da Cultura. Essa função só viria a se concretizar totalmente com a venda da emissora para o Governo do Estado de São Paulo, com a gestão da TV Cultura sendo entregue à recém-criada Fundação Padre Anchieta. Segundo Leal Filho (1988), na época “o governo estadual abriu concorrência para a compra de uma emissora de televisão” (p. 20). O processo culminou com Chateaubriand entregando ao governo de Abreu Sodré a concessão do canal e vendendo os equipamentos que formavam uma estrutura modesta.

Segundo a categorização feita por Valente (2009, p.29), podemos identificar o uso da televisão educativa como “um instrumento de ampliação da formação da população”, tendência presente especialmente na América do Sul.

Analisando esses dados, consideramos que a emissora já nasce de uma iniciativa comercial e se constitui como televisão educativa ainda numa fase comercial. Além disso, a parte educativa vem da parceria firmada com um órgão estatal, visando utilizar a televisão como instrumento para suprir o problema educacional, numa decisão advinda do poder estadual. De acordo com as características do seu nascimento, a situação da TV Cultura já indicava pouca clareza em relação ao caráter de operações em que está situada.

4.2 A Fundação Padre Anchieta

Criada na gestão de Abreu Sodré, no fim da década de 60, a Fundação Padre Anchieta (FPA) foi constituída como entidade de direito privado e sua principal missão seria gerir as emissoras de rádio e de televisão do Governo do Estado de São Paulo, mas, cumprindo o caráter público, ou seja: sem afiliações políticas. Composta por presidente, vice-presidente e um grupo de conselheiros ligados a várias esferas da sociedade, a fundação continua a gerir as emissoras e suas marcas.

Segundo apurou Valente (2009), no final da década de 1990 os veículos públicos sofreram pressões e foram deliberadamente sucateados, levando a maioria das emissoras “a adotar um modelo de sustentabilidade mais integrado às verbas publicitárias” (p.272). De acordo com Lima (2008), o primeiro estatuto da fundação “determinava que o diretor-presidente e seu vice fossem escolhidos pelo governador a partir de uma lista tríplice indicada pelo conselho” (p. 46) Analisando a versão mais recente do organograma do conselho curador da emissora, disponível no site¹² da FPA, a ligação com o governo estadual é encontrada. Dos 47 membros do conselho, ao menos seis membros natos possuem ligação direta com setores da administração estatal. No caso da FPA, apesar de ser uma fundação de direito público, com estatuto e funcionamento próprio, podemos notar a presença da administração indireta, pois a entidade gestora é ligada à administração pública direta no nível estadual. A própria administração governamental tem incentivado a emissora a se integrar ao sistema de captação de recursos privados pela venda de publicidade.

4.3 Gestão

De acordo com os modelos de administração de emissoras públicas da obra de MOYSES, VALENTE E SILVA (2009), a TV Cultura se encaixa no modelo de gestão

¹² Fonte: Serviço de Informações ao Cidadão. Disponível em: <https://fpa.com.br/sic/>. Acesso em: 24/02/2020.

centralizada, visto que está ligada à uma única diretoria, no caso, a FPA, que gerencia as atividades desenvolvidas pela televisão. A realização de atividades, produção de conteúdo, transmissão do sinal e do relacionamento com as afiliadas em todo o Brasil são decisões que passam pela fundação. No conselho da TV Cultura, os membros geralmente são indicados pela sua participação e contribuições na comunicação, como os reitores de instituições de ensino superior e de diversas camadas da sociedade civil. Já no ponto da participação social, a Cultura reduz a participação apenas a ouvidoria, para reclamações, elogios e sugestões e por ações voltadas a campanhas de interesse coletivo descritas nos relatórios dos anos analisados, como as veiculadas durante a pandemia do Covid-19 em 2020.

4.4 Financiamento

Um ponto importante na constituição de emissoras de radiodifusão pública e dos sistemas de comunicação públicos como um todo é a questão do financiamento das emissoras. A TV Cultura ainda é muito dependente das dotações previstas no orçamento estadual. Além disso, a pressão do Estado para que a Cultura se ajuste às contas públicas é notória desde os primórdios da sua operação como emissora que almeja um caráter público. Os números descritos nos relatórios ¹³de repasses estaduais de 2019, 2020 e 2021 das dotações orçamentárias são descritos na tabela a seguir:

TABELA I- Repasses das dotações orçamentárias¹⁴ do governo

2019	2020	2021
96.706.778	99.904.554	94.891.556

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

No relatório de atividades de 2020 está registrado um aumento de 57% no faturamento, em relação ao ano de 2019. Mas, mesmo com o aumento e um repasse estadual maior em 2020, o documento registra a queda da participação dos recursos vindos do governo no resultado do ano: de 34% em 2019 para 26% em 2020. Em contrapartida, o número de clientes descritos como ‘privados’ no relatório aumentou em 140%. Já em 2021, o relatório de repasses

¹³ Fonte: Serviço de Informações ao Cidadão-FPA. Disponível em: https://fpa.com.br/sic/#Financas_8_repasses-do-estado. Acesso em: 24/02/2020.

¹⁴ Valores descritos em reais

demonstra a queda das dotações de recursos estaduais, um possível efeito da pandemia do Covid-19.

Com base nesses indícios, podemos afirmar que a emissora caminha cada vez mais para o modelo de financiamento misto, que engloba a participação do Estado e de recursos vindos da iniciativa privada, como o caso da captação de recursos do que a Cultura chama de ‘Publicidade *On Air*’ em seu site oficial. Observamos inserções de marcas como Banco Bradesco e Ultrafarma. Também, em 2020 a emissora passou a comercializar o que aparece descrito como ‘*mídia display*’ em conjunto com o *Youtube*, no canal do programa Roda Viva. Também, há os convênios de prestação de serviço com instituições como a UNIVESP, TV Câmara de São Paulo e publicidade oficial do Governo do Estado. No relatório de 2020, consta o adequamento da emissora com as políticas implementadas pelo governo em virtude da pandemia do Covid-19 e o decreto nº 65.350, de 09/12/2020, sobre a transferência líquida de recursos próprios da entidade aos cofres do Tesouro Estadual.

4.5 Independência Governamental

Mesmo sendo uma entidade de direito privado, a Fundação Padre Anchieta sofreu, ao longo de sua história, com um problema comum quando se fala das experiências públicas ligadas aos governos: a interferência governamental. Bucci (2015) atesta que na emissora “o governo paulista tem, no interior da fundação, um peso maior do que deveria ter” (p.102). Leal Filho (1988), também analisa que já no final da década de 70, anos formativos da emissora como televisão educativa/pública, ela já estaria “vinculada a um projeto político-eleitoral que pretende usar a TV-2 como um instrumento de propaganda.” (p.57).

Na gestão atual do governador João Dória, a palavra de ordem é ‘formatar’ a TV Cultura para a disputa de audiência e lógica de mercado. Em matéria¹⁵ do Portal Uol, veiculada em 2019, constam as alegações de que o governador interferiu no processo de escolha de nove diretores e supostamente atuou na escolha do perfil do sucessor na presidência da emissora. Além disso, um ‘choque de gestão’ era o objetivo do governador para tornar a Cultura mais rentável, visando diminuir os repasses públicos.

Dessa maneira, podemos identificar uma estrutura muito problemática do ponto de vista de legitimação e, sobretudo, de autonomia. A Cultura segue com problemas que evidenciam a

¹⁵ Dória formata TV Cultura ‘pró-mercado’ e prepara ‘choque de gestão’. Portal Uol, 12 mai. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3uWv8X8> Acesso em: 26/02/2022

sua fragilidade e suscetibilidade às pressões políticas e mercadológicas, tomando um caminho contrário ao que deveria ser a sua principal finalidade: estar sempre próxima ao cidadão.

4.6 Programação: o que se pauta na televisão pública? Um recorte da grade de programação da TV Cultura

Mesmo com os problemas estruturais da administração da TV Cultura, a programação sempre foi um dos pontos positivos da emissora. O jornalismo e, em especial, a programação infantil/infanto-juvenil tem sua qualidade reconhecida pelos brasileiros. Com a ampliação da distribuição do sinal em todo o país e o crescimento do número de afiliadas regionais, a TV Cultura investiu na distribuição de seus conteúdos, contando com uma boa cobertura da acessibilidade em grande parte dos programas de sua grade de programação. Como é o caso da parceria com televisões internacionais, com destaque para os programas infanto-juvenis, animações e documentários veiculados nos anos de 2019 e 2020. Segundo o relatório do ano de 2020, foram exibidos mais de 60% de programação própria. Para essa análise de programação, estruturamos a programação nas seguintes categorias: Jornalismo/Informativo; Infantil/Infanto-Juvenil, Esporte, Variedades, Cultural e Educativo. Segundo Otondo (2002), a Cultura mede a “eficiência de sua programação pelos seus resultados, que são medidos por vários critérios a exemplo de como um programa se relaciona com seu público, para obter adesão e resultados educativos, culturais e informativos” (p. 274). Mas, os relatórios de atividades apontam que a emissora está cada vez mais indo na lógica mercantilista da busca de audiência, o que vai contra as características ideais das televisões públicas descritas por Mendell e Barrendt (*apud* BUCCI, 2015. p. 81), destacando-se a diversidade de programação e a pauta e enfoque dos conteúdos que devem buscar a imparcialidade. A realidade descrita por Otondo (2002) já não é mais tão presente na TV Cultura, visto que boa parte da grade está voltada para a busca da audiência. Já a descrita por Mendel e Barrendt ainda não chegou a um patamar de imparcialidade e diversidade equilibrados.

A programação infantil está fixada no horário da manhã e da tarde (após o telejornal). Formatos como ‘Quintal da Cultura’, ‘Cocoricó’ e animações nacionais e internacionais são destaques que ocupam boa parte do horário. Os formatos nacionais na programação infantil promovem a educação e aprendizagem, além da inclusão como o caso da animação *Min e as Mãozinhas*, primeira animação brasileira voltada para a comunidade surda. Nos conteúdos infanto-juvenis da grade atual, imperam os formatos estrangeiros como os programas ‘*The Next Step*’, ‘*Escola de Gênios*’ e ‘*Power Rangers*’.

O bloco informativo se divide em sete subcategorias: Telejornais, Político, Esporte, Entrevista, Educação, Opinião e Análise. Com destaque para o *Jornal da Cultura*, formato que traz visões de comentaristas para que as notícias do dia sejam discutidas, abrindo espaço para diferentes pontos de vista. O programa de entrevistas *Roda Viva* tem se consolidado como um dos formatos de maior sucesso do gênero, trazendo convidados nacionais e internacionais. O programa entrevista personalidades da cultura, política e de vários setores da sociedade.

Uma das mudanças da programação da TV Cultura é o investimento na programação esportiva. As transmissões do *Novo Basquete Brasil*, *Fórmula Indy* e *Fórmula E*, além do destaque para a transmissão de partidas de futebol como o campeonato *Europa League*, num acordo de exibição conjunta com o SBT.

A categoria de variedades conta com programas de diversos formatos e segmentos. Os destaques são os programas ‘clássicos’ da emissora como *#provoca*, *Persona* e a revista eletrônica *Metrópolis*. Além dos formatos brasileiros, há programas como *Camarote 21* e *Futurando*, conteúdos originalmente produzidos e exibidos pela emissora pública alemã *Deutsche Welle*.

A Cultura reforça seu caráter cultural, exibindo programas musicais que representam a cultura do país. *Viola, minha Viola* e *Sr. Brasil* fazem parte do compromisso da emissora de abrir espaço para artistas de todo o país. Já *Clássicos*, *Brasil Jazz Sinfônica* são espaços dedicados a gêneros que não são tão populares no Brasil como a música clássica e o jazz. Já *Ensaio*, continua sendo uma inovação que traz ícones da MPB para falar sobre suas carreiras e trajetórias pessoais. *Grande Teatro em Preto e Branco*, *Direções*, *Figuras da Dança* e *Café Filosófico* também integram a programação cultural, representando as artes e a Filosofia.

Além disso, os documentários, como os programas *Doc Mundo* e *Minidocs*, que contam com produções nacionais e estrangeiras de televisões como a BBC e programas comprometidos com a luta da preservação ao meio ambiente e sustentabilidade como *Amazônia*, *Entre a Vida e a Morte* e *Repórter Eco*.

Na educação, além de exemplos da programação infantil/infanto-juvenil há programas voltados para construir com a formação educacional dos telespectadores. *Nossa Língua*, *Inglês Com Música*, *História da Arte no Brasil*, *Arte e Matemática*, *Libras Para Todos* e *Educação Brasileira* são destaques desta categoria da grade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa apresentada é uma discussão preliminar da problemática do cenário atual da comunicação pública e especialmente da área da radiodifusão pública. A TV Cultura almeja fazer comunicação pública, mas continua incorrendo num desvio de finalidade. Como aponta Bucci (2015) “a radiodifusão brasileira vive à margem da lei” (p.100). Isso torna o campo pouco claro, e assim podemos levar em conta que membros deste campo seguem a mesma lógica. As emissoras de radiodifusão pública refletem a fragilidade e a permissividade do sistema brasileiro de comunicação pública e seus problemas que comprometem e inviabilizam a existência de um conjunto efetivo de emissoras comprometidas com a missão pública.

Três categorias são imprescindíveis para que o rumo das operações da Cultura siga para um caminho mais claro: gestão, financiamento, e a independência da administração estadual são peças-chave da definição da emissora como pública de fato. À essas três áreas juntam-se os contextos de um cenário econômico livre das pressões do mercado e do Estado. Esses seriam o cenário para alavancar a autonomia e o compromisso com os valores da comunicação pública e refletir diretamente na clareza das operações.

A situação atual da TV Cultura ainda é distante da de uma expressão plena da radiodifusão pública no Brasil. Considerá-la uma experiência satisfatória é evidenciar ao mesmo tempo o quão dissonante ela (e o campo) está em relação a concepções apresentadas nesta pesquisa. A emissora precisa lutar por sua independência, mas a sociedade civil também precisa assumir sua parte na construção de um sistema mais diverso e responsável de comunicação, exigindo o seu direito de ser informado e de participação ativa. Segundo Mendell (2011 p. 3), a comunicação pública precisa se alinhar a “[...] a produção de sentido de uma identidade nacional, promovendo uma cultura de democracia e respeito aos direitos”. Assim, poderia ser garantido o exercício da democracia, onde os cidadãos são parte ativa dos processos decisórios.

Na questão da programação, a emissora faz um trabalho que merece um interesse mais específico. Apresenta uma grade estruturada, mas ainda com poucas inovações. Apesar da grande presença da produção própria de conteúdos e a abertura de espaço para a cultura e projetos nacionais, ainda falta pluralismo e o aumento da diversidade regional na tela da Cultura.

A dependência dos recursos estatais e o (ainda) pouco apoio entre os cidadãos torna uma tarefa hercúlea a luta da Cultura para se livrar das amarras do Estado e do mercado. Identificamos também um estreitamento da relação da emissora com o mercado e o modelo comercial de televisão. Vários episódios, como o de influência política e a veiculação de

publicidade institucional a colocam também como emissora estatal à serviço do Governo do Estado de São Paulo.

Desse modo, o objetivo da pesquisa foi identificar a TV Cultura num limite entre a comunicação pública e a comunicação estatal. Através dos dados analisados e através das concepções e diversas variáveis apresentadas nesta análise, consideramos que, a emissora, desde a sua constituição já nasce sendo comercial e sua função educativa se inicia ainda na vigência desse modelo. Além disso, a TV Cultura como ferramenta educativa, vem de uma parceria com a administração estatal direta, que tinha como objetivo aumentar o acesso à educação por meio da teleeducação, configurada como uma ação da máquina estatal numa tentativa de suprir o déficit educacional, que na época do surgimento da emissora, era elevado.

A emissora apresenta características que a situam num limite entre as duas formas de radiodifusão pública. Neste sentido, o relacionamento é estreito com cada uma das áreas, não sendo possível determinar seu pertencimento estrito a um dos dois campos (público, estatal), com suas operações situadas numa perspectiva pouco clara desde a sua fundação.

Assim, o presente estudo tem o intuito de ser um ponto de partida para que novas discussões e novas análises surjam. Por ser um campo ainda muito recente, a discussão não se encerra nesta pesquisa, sendo possível a ampliação das premissas aqui estabelecidas, como a relação da tendência ao financiamento misto das emissoras de comunicação pública e a aproximação com o modelo comercial de televisão, fazendo o debate sobre este campo avançar cada vez mais, num exercício, cuja finalidade seja a busca de compreender os modelos aqui apresentados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luiz Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Ed 70, 2016.

BIANCO, Nélia R. Del *et al.* **Rádiodifusão Pública**: um desafio conceitual na América Latina. Estudos em Comunicação, Ceará, p. 1-27, 2012. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/12/pdf/EC12-2012Dez-8.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2022.

BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso**: A comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação à Distância. **Relatório TV Escola**: 1996-2002. Brasília: SEED, 2002. 55 p. Disponível em: <https://bit.ly/3C1QB2C> Acesso: 23/02/2021.

CARVALHO, Juliana Marques de. **Televisão pública no Brasil**: resquícios do passado e perspectivas para o futuro. Sociologias Plurais, Paraná, ano 2013, v. 1, ed. 2, p. 131-149, 2013. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/sclplr/article/viewFile/64743/37668>. Acesso em: 11 jan. 2022.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: Jorge Duarte (organizador). **Comunicação Pública**: Estado, governo, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009.

_____; VERAS, Luciara (Org). **Glossário de Comunicação Pública**. Brasília: Casa das Musas, 2006. Disponível em: <https://ligiabeatriz.files.wordpress.com/2019/08/gcp.pdf>> Acesso em: 10 jan. 2021

DRAIBE, Sônia M.; PEREZ, José Roberto Rus. **O Programa TV Escola**: Desafios à Introdução de Novas Tecnologias. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, ano 1999, n. 106, p. 27-50, março de 1999. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cp/a/58K5Jr698sqfWwz9XBSBqLx/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 23 fev. 2022.

ESCH, Carlos Eduardo *et al.* **Rádiodifusão Pública**: um desafio conceitual na América Latina. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza- Ceará, p. 1-16, 2012. Disponível em: <https://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/r7-0299-1.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2022.

FILHO, Laurindo Lalo Leal. **A Melhor TV do Mundo**: O modelo britânico de televisão. 1. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1997. 107 p. v. 1. ISBN 85-323-0596-2.

FILHO, Laurindo Lalo Leal. **Atrás das Câmeras**: relações entre cultura, estado e televisão. 1.ed. São Paulo: Summus Editorial, 1988. 97 p. v. 1.

FRANÇA, Lílian C.M. A TV Educativa- As emissoras educativas e a Rede Globo. In: FRANÇA, Lílian C.M, FERRETE, Anne Lima S.S; GOUY, Guilherme Borba. **Tecnologias**

da Informação e da Comunicação aplicadas à Educação. Aracaju/SE: CESAD/ UFS, 2007. Disponível em: <https://bit.ly/3Li8Vsz> . Acesso: 20 jan.2022.

FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA. **Relatório de atividades.** 2019. <https://bit.ly/34Rnvq7>, 2019. Acesso em: 28 jan. 2022

FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA. **Relatório de atividades.** 2020. <https://bit.ly/3uNSK0k> , 2020. 28 jan. 2022

FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA. **Repases do estado em 2019, 2020 e 2021.** <https://fpa.com.br/sic/> Acesso em: 28 jan. 2022

GOMES, Ângela de Castro. **Ideologia e trabalho no Estado Novo.** In: PANDOLFI, Dulce et al. Repensando o Estado Novo. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999. cap. 4, p. 53-71. Disponível em: https://cpdoc.fgv.br/producao_intelectual/arq/142.pdf. Acesso em: 24 fev. 2022

GOMES, Romeu. Análise e interpretação de dados de pesquisa qualitativa. In: Maria de Souza Minayo (organizadora). **Pesquisa Social, teoria, método e criatividade.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2009

LIMA, Jorge da Cunha. **Uma História da TV Cultura.** 1. ed. São Paulo: Logo Imprensa Oficial, 2008. 294 p. v. 1.

MINAYO, Maria de Souza. O desafio da pesquisa social. In: Maria de Souza Minayo (organizadora). **Pesquisa Social, teoria, método e criatividade.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2009

MENDELL, Toby. **Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado.** Brasília: UNESCO, 2011.

MOYSES, Diogo; VALENTE, Jonas; SILVA, Sivaldo Pereira da. Sistemas públicos de comunicação: panorama analítico das experiências em doze países e os desafios para o caso brasileiro. In: **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro.** São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009 – (Coleção Comunicação).

RINCÓN, Omar. A Televisão: o mais importante, do menos importante. In: RINCÓN, Omar *et al.* **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão.** 1. ed. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. v. 1, p. 267-301.

OTONDO, Teresa Montero. Experiência: TV Cultura: a diferença que importa. In: RINCÓN, Omar *et al.* **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão.** 1. ed. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. v. 1, p. 267-301.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico.** Rio de Janeiro: Editora Forense, 2005.

VALENTE, Jonas. Sistema público de comunicação do Brasil. In: **Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro.** São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009 – (Coleção Comunicação).

YIN, Robert K. **Estudo de Caso, Planejamento e Métodos.** 2. ed. Bookman, 2001