



TV Cultura – um olhar sobre as características¹

Fiana Heloisa Silva dos SANTOS²

Florentina das Neves SOUZA³

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

Resumo

O presente trabalho se lança ao desafio de identificar o modelo de televisão da TV Cultura de São Paulo. Esse tema surgiu de um questionamento antigo no meio televisivo, pois durante toda a história da emissora é possível observar que os conceitos de público e estatal se confundem. Para alcançar o objetivo proposto, realizamos primeiramente uma apresentação conceitual do sistema televisivo brasileiro, da TV pública e da estatal. Em seguida, resgatamos a história da emissora em questão e analisamos algumas características específicas que podem auxiliar na resposta da questão inicial.

Palavras-chave: Comunicação; TV pública; TV estatal; TV Cultura.

Introdução

A TV Cultura se autodenomina uma instituição pública mantida por uma fundação, no caso a Fundação Padre Anchieta, cuja meta principal é a formação cidadã das pessoas. Seu compromisso maior seria com a população, sempre prezando por uma programação de qualidade que priorize os interesses sociais e não a espetacularização, já que a emissora dispõe de liberdade em relação às regras de mercado.

Apesar da autoafirmação, surgem questionamentos sobre o caráter público da instituição. O que levanta a dúvida seriam as ingerências do governo de São Paulo (estado que contribui com parte da receita da emissora) sobre o controle da televisão. Em função de tais questionamentos, o objetivo deste trabalho é apresentar os conceitos de televisão pública e estatal e as características estruturais da TV Cultura de São Paulo, para tentar identificar qual é o modelo da emissora.

Buscando cumprir com o objetivo do trabalho, este artigo divide-se em quatro partes. A primeira utilizou a Constituição Brasileira para definir o funcionamento do

¹ Trabalho apresentado no II 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UEL, email: fhss_2606@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UEL, email: floranevessouza@gmail.com.



sistema de radiodifusão brasileiro. Em seguida, são apresentadas as principais características que definem a TV Pública e a TV Estatal, respectivamente. Na última parte, com base em alguns dados (história, financiamento, de programação) da TV Cultura e de uma consulta a importantes estudiosos do tema, tenta-se efetivar a proposta inicial do trabalho que questiona a real situação da emissora que foi o expoente da comunicação pública no país.

2 O sistema televisivo no Brasil

A Constituição Brasileira define, em seu artigo 223, a complementariedade dos sistemas de radiodifusão no país. De acordo com a lei, “compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementariedade dos sistemas privado, público e estatal” (BRASIL, 1988, p. 156). Ou seja, a Constituição determina a complementariedade entre os setores da televisão por radiodifusão estatal, pública e comercial.

Para Ericson Scorsim (2008), tal determinação tenta garantir o equilíbrio entre os mais variados campos da comunicação social. Ele também destaca que, mesmo com as funções diferenciadas de cada sistema, os modelos se completam, garantindo a harmonia e o pluralismo. Cabe ao Estado, segundo Scorsim, em sua função regulatória⁴, a organização desses três sistemas e também a facilitação prioritária de acesso “às frequências do espaço eletromagnético pelo setor público e pelo setor estatal” (2008, p. 1), já que no Brasil há uma hegemonia da radiodifusão privada.

Essa, inclusive, é uma das características marcantes da TV brasileira, que quando surgiu, em 1950, baseou-se no rádio e adotou o modelo comercial. Como lembra Laurindo Leal Filho (2000), não houve nenhuma menção aos demais modelos de televisão – como o público, por exemplo – motivo que determinou a formação do sistema televisivo brasileiro como é hoje:

Não há, no início dos anos 50, nenhuma referência a qualquer modelo que não seja o comercial. Ocorre aqui exatamente o oposto ao verificado no Reino Unido. Lá, a referência dada pelo rádio para a televisão era o modelo público, praticado ao longo de quase 30 anos. (...) Por aqui, o modelo comercial adotado pela televisão corre solto, sem nenhuma outra alternativa, até o final dos anos 60, quando a TV já havia se consolidado como o mais importante instrumento da indústria cultural brasileira. (LEAL FILHO, 2000, p. 158);

⁴ Artigo 174 da Constituição Federal.



Apesar de constar na Constituição Federal um capítulo específico sobre a comunicação social – que possui, inclusive, um artigo próprio que aborda a complementariedade do sistema –, ainda há deficiências no cumprimento e na abrangência dessa legislação. Como defende Sonia Virgínia Moreira (1995, p. 43): “(...) a ausência de uma regulamentação básica e abrangente, que defina os direitos, limites e responsabilidades dos meios de comunicação eletrônicos nacionais faz com que no Brasil ocorram situações insólitas em termos de legislação”.

Dessa forma, mesmo com a determinação legal, os modelos de radiodifusão público e estatal encontram dificuldade para expandir no país. Além disso, a confusão dos conceitos, devido a hegemonia do modelo comercial, faz com que a maioria da população utilize-os como sinônimos ou, até mesmo, desconheça-os completamente.

Por isso, torna-se importante a facilitação de acesso dos setores público e estatal ao sinal de transmissão. Além disso, como garante Scorsim (2008), os serviços públicos atuam como mecanismo importante na garantia dos direitos fundamentais dos cidadãos. No caso do “serviço público de televisão”, pode-se garantir a liberdade de expressão, artística, cultural, de informação, entre outras.

3 Definição e características da TV pública brasileira

O início da radiodifusão pública no Brasil foi marcado pela criação da Rádio MEC, em 1936. A emissora pode ser considerada a mais antiga no país, pois é descendente da pioneira Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Esta foi fundada em 1923 por Roquette Pinto e tinha o interesse em produzir uma programação cultural e educativa. Como não adotou a publicidade para comercialização e geração de renda em sua emissora e estava cada vez mais difícil mantê-la, Roquette Pinto, em 1936, “preferiu doar a emissora ao, então, Ministério da Educação e Saúde. Mas impôs as condições de que a rádio transmitisse apenas programação educativa/cultural” (SOARMEC, 2005).

Posteriormente, em 1940, foi a vez da Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Após duas décadas sem novidades no setor, foi apenas em 1960 que o debate sobre a necessidade da radiodifusão pública foi retomado. Porém, como ressalta Jonas Valente (2009), o desenvolvimento desse sistema no Brasil teve uma particularidade em relação aos demais países:

Diferentemente de outros países, a criação desses veículos [veículos públicos de comunicação no Brasil] não ocorreu motivada pela demanda de transmissão de informação, cultura e entretenimento [...] O principal



motivador do surgimento de um conjunto de televisões públicas foi a demanda por educação em um país que experimentava uma industrialização acelerada. (VALENTE, 2009, p. 270)

Desta forma, a proposta do sistema público é atender uma necessidade do (tele)espectador por conteúdos mais formativos. Sendo assim, uma das principais diferenças da TV pública em relação às demais, principalmente comparada ao modelo comercial que foi implantado no Brasil, pela iniciativa privada, em 1950 e tornou-se hegemônico, é a sua grade de programação. Os programas que a compõem são educativos, culturais, informativos e, até, de entretenimento. Todos, porém, com um viés diferenciado, já que os produtores partem da ideia de que a qualidade não pode ser medida através do índice de audiência.

Como esclarece Cunha Lima (2004, p. 7), essa diferenciação da programação é feita porque “a televisão pública dirige-se a um telespectador potencialmente cidadão”. Ou seja, o receptor é considerado como cidadão, membro social, e não, apenas, como mero consumidor. Tal postura só é possível pela autonomia da emissora em relação aos anunciantes, já que a ideia principal defendida pela TV pública é de que não haja vínculos comerciais. A busca torna-se então pela compreensão dos conteúdos transmitidos, sejam eles quais forem, e também pela qualidade, mas também de uma forma diferenciada, pois “qualidade não é o que a audiência diz que é qualidade. Qualidade em televisão é tudo aquilo que promove a elevação do ser humano, em suas programações” (CUNHA LIMA, 2004, p. 8).

Outro diferencial da televisão pública é sua forma de gestão. A proposta é de que a emissora seja mantida e gerida pelo público, por isso sua característica principal é o comprometimento com o interesse público. No caso do Brasil, o modelo de TV pública existente – a TV Cultura – recebe verbas estatais, mas sua gestão é de direito privado – pela Fundação Padre Anchieta –, o que garantiria sua independência.

Para Jonas Valente (2009), todos os meios podem ser considerados como mídia pública. Em sua percepção, esse tipo de mídia é apenas um dos modelos institucionais possíveis de radiodifusão, contrário ao modelo comercial, por exemplo. Dentro desse universo, o autor trabalha com seis concepções: elitista, educativa, pública não-estatal, pública como alternativa à mídia tradicional, culturalista e aparelhos de Estado.

Em relação, especificamente, ao sistema público não-estatal, Valente defende a independência da mídia pública, a qual não sofre influências do mercado nem controle do estado. Esse distanciamento possibilita a criação de conteúdos imparciais e críticos.



Além do mais, é o binômio “controle-financiamento” que garante a tão desejada independência:

No lado político-administrativo, os colegiados de gestão [...] devem ser organizados de modo que assegurem a participação de diversos setores, cujas decisões devem sempre ser um resultado de negociações, composições e mediações entre as forças da sociedade. Os governos podem integrar tais órgãos, mas sempre em condição minoritária. Do lado do financiamento, deve-se buscar um sistema de fontes de receita que não condene a emissora pública à busca de publicidade no mercado, o que a remeteria ao perfil comercial, mas também impeça que governantes de plantão possam interferir na condução dos veículos pela prerrogativa de aprovação de seus orçamentos. (2009, p. 37)

Com relação a estrutura do sistema no Brasil, Jonas Valente (2009) aborda a quantidade de emissoras públicas existentes no país. Há concessões de emissoras gerenciadas pelo governo federal, por meio da Empresa Brasil de Comunicação, pela Câmara dos Deputados, pelo Senado Federal, pelo Supremo Tribunal Federal e pelo Exército. O órgão militar opera uma rádio na capital federal e os demais, rádio, TVs e agências de internet.

Quanto ao modelo de gestão e formas de participação, a maioria das emissoras são geridas através de conselhos, que podem, ou não, ter espaço para a participação popular. Especificamente no caso da TV Cultura, mantida pela Fundação Padre Anchieta, “houve a estruturação de um modelo auto-reprodutível” (Valente, 2009, p. 279). O conselho curador da instituição é formado por 47 membros, dos quais 20 são próprios de instituições públicas, três vitalícios, um representante dos trabalhadores e outros 23 escolhidos pelos permanentes.

Sobre o modelo de financiamento, Valente (2009) esclarece que a legislação atual proíbe a veiculação de publicidade nos veículos públicos. O que é permitido, desde 1986 a partir da Lei Sarney, é a captação de recursos por meio de patrocínio. Apesar das restrições, a venda de anúncios é a fonte central de receitas da maioria absoluta das emissoras.

Em relação à programação, Valente (2009) considera que as emissoras públicas têm um aspecto generalista. Ao contrário dos principais canais europeus, os conteúdos não são produzidos tentando competir com as redes comerciais. Busca-se “uma diferenciação pelo jornalismo, pelos debates e pelos programas culturais e infantis” (Valente, 2009, p. 285). No caso das emissoras associadas, a maior parte da grade de programação é composta por material gerado pela TV Cultura e pela TV Brasil.



4 Definição e características da TV estatal brasileira

As televisões estatais, como o próprio nome já sugere, são veículos de comunicação ligados diretamente ao governo (seja municipal, estadual ou federal). Neste modelo de radiodifusão, o canal é explorado para a divulgação dos atos governamentais como, por exemplo, as sessões nas plenárias, no caso das TVs legislativas.

Atualmente, um exemplo de emissora estatal no país é a TV Nacional do Brasil, popularmente conhecida como NBR. No ar desde 16 de junho de 1997, trata-se de um canal de notícias governamentais, que se dedica exclusivamente a noticiar as ações do governo federal. Em seu site oficial, a emissora define como missão “oferecer aos telespectadores informações sobre as políticas, as ações e o dia a dia do Poder Executivo”. Além do mais, ela “cobre a agenda da presidente da República e é responsável pela produção de programas, reportagens especiais e entrevistas sobre políticas públicas”. O slogan resume a função da emissora: “NBR – A TV do Governo Federal”.

Como esclarece Paulo Victor Purificação Melo (2012), no modelo estatal, cabe ao governo toda a forma de gerenciamento da emissora de TV. Desde o dinheiro para o financiamento até a decisão sobre a grade de programação, determinação editorial, indicação dos nomes que compõem o conselho gestor. Para Melo (2012, p. 5), o objetivo maior das televisões estatais pode ser considerado o oferecimento de “conteúdos informativos, culturais e educativos”.

Suzy dos Santos e Luiz Stevanim (2010) dividem a atuação estatal no cenário brasileiro de televisão em duas funções. A primeira seria a de produtor de conteúdo, em que o Estado gera programação para canais específicos; e a segunda seria a de distribuidor, retransmitindo a programação das redes. Os pesquisadores reforçam também o modo de financiamento da TV estatal: “Juridicamente impedidas de veicular publicidade, essas emissoras dependem exclusivamente do aparato estatal para a sua sobrevivência” (Santos e Stevanim, 2010, p. 7).

Retomando os conceitos trabalhados por Valente (2009), o último definido pelo autor é o de mídia pública como aparelho do Estado. Nesta visão, os meios de comunicação públicos seriam aparelhos estatais que existem para garantir os interesses gerais do Estado. Considerando uma visão mais “pessimista” do sistema, a visão marxista, “não existiria, portanto, uma mídia pública e outra, estatal, mas, sim, uma



mídia mais democraticamente controlada no aparelho do Estado, pública, e outra controlada diretamente por um poder da República, ou governamental” (Valente, 2009, p. 42).

5 Diferenças entre televisão pública e televisão estatal

Como foi possível observar nos capítulos anteriores, TV Pública e TV Estatal não são sinônimos. Cada conceito possui sua particularidade, ainda que em diversas vezes possam parecer muito semelhantes. Justamente por essa confusão que ocorre frequentemente, Adriana Fiorani Pennabel (2004) acredita ser necessário diferenciar os termos:

Um aspecto importante a ressaltar é a diferença entre Televisão Pública e Estatal. Neste caso, ao contrário do que a maioria das pessoas pensa, público não é sinônimo de estatal. Segundo Leal Filho as TVs Estatais são veículos de comunicação financiados e administrados pelo governo (federal, estadual ou ainda municipal), que detém o controle total sobre a programação e o direcionamento ideológico da produção televisiva. Já a TV Pública é uma emissora mantida e gerida pelo público. No Brasil, ela recebe verbas do Estado, mas sua gestão é de direito privado, o que garante, pelo menos na teoria, um distanciamento do governo e também do mercado publicitário (PENNABEL, 2004, p. 11).

Ao terem gerenciadores diferentes (na TV pública, o público; na estatal, o governo), a forma organizacional de cada uma já se diferencia. Esse aspecto influencia a forma de financiamento, a programação, o direcionamento ideológico, os objetivos, a gestão. Tudo isso faz com que, pelo menos na teoria, ambos os modelos sejam diferentes.

Segundo Cunha Lima (2007), o diferencial entre os três modelos existentes seria o “produto” comercializado por cada um deles: “O produto da televisão pública é a programação, voltada para a formação crítica do telespectador. O produto da televisão comercial é a audiência, baseada no entretenimento. Na TV estatal, o produto é a divulgação de ações e atos do Poder Executivo”.

Entre os motivos que geram a confusão dos dois conceitos, Orlando Senna (2007) destaca a aproximação histórica entre canais públicos e estatais. De acordo com Senna, eles têm compartilhado, muitas vezes, a mesma fonte de financiamento e até demarcado as mesmas especificidades em relação aos canais comerciais. Tudo isso estabeleceria uma relação de cooperação entre os dois sistemas.



Apesar das divergências nas naturezas e atribuições de cada modelo, ao depender do financiamento do Estado, a TV pública acaba se aproximando da estatal. Por isso, Laurindo Leal Filho (1997, p. 20) vê com certo temor essa aproximação e afirma que a “forma de escolha dos membros dos conselhos e o tipo de financiamento que elas recebem que acaba por determinar a influência do governo sobre as emissoras”.

Como importância em esclarecer as diferenciações entre os dois sistemas, Orlando Senna (2007) destaca que o desenvolvimento da televisão pública proporciona a expressão de diferentes pontos de vista da sociedade, ou seja, beneficia a diversidade; já a TV estatal, auxilia na prestação de serviços de interesse ao cidadão.

6 O perfil público e estatal da TV Cultura

A TV Cultura entrou no ar em 20 de setembro de 1960, como integrante do grupo Diários Associados, de Assis Chateaubriand, portanto fazia parte das emissoras comerciais. Inicialmente, sua estrutura foi montada com recursos vindos da TV Tupi. Em 1965, um incêndio destruiu boa parte dos equipamentos da emissora, obrigando-lhe a mudar de sede. A partir de 1967, os Diários Associados enfrentaram uma forte decadência econômica.

A emissora foi, então, vendida ao governo do Estado de São Paulo. Em 15 de junho de 1969, a TV Cultura foi relançada e trouxe para o mercado brasileiro o conceito de TV pública, tornando-se, por isso, a emissora pública pioneira no país. Para cuidar administrativamente da nova televisão, o governo paulista criou a Fundação Padre Anchieta – Centro Paulista de Rádio e Televisão Educativas, a qual, pelo menos teoricamente, poderia trabalhar de forma autônoma através de um Conselho Curador e de uma Diretoria Executiva.

Como lembra Laurindo Leal Filho (1988), o momento histórico do lançamento foi realizado “em pleno vigor do Ato Institucional nº 5, iniciando uma trajetória marcada por projetos liberais, esperanças democráticas, imposições autoritárias e crises dramáticas. Esta é a gênese da TV Cultura” (p. 21). Para ele, as palavras “crise” e “autoindefinição” são dois termos que caracterizam a emissora, devido aos fatos ocorridos durante a sua história.

Ainda segundo Leal Filho, a maior contradição da emissora era tratar-se de um projeto liberal formulado em um “período de transição do liberalismo para o autoritarismo e implantado sob um regime ditatorial” (p. 13). Essa realidade



proporcionou, por diversas vezes, a interferência do governo na emissora. No caso da fase inicial da história da TV Cultura, as ingerências são mais diretas por tratar-se de um período de regime militar.

Como explica Liana Vidigal Rocha (2010), o liberalismo cultural e político da direção da emissora passaram a não corresponder à visão impositiva e autoritária do governo militar. A direção passou a ser pressionada com a ameaça de possíveis cortes de verbas. Alguns presidentes decidiram entregar o cargo para não ceder ao abuso de poder por parte do governo. Deflagrou-se, então, uma crise interna.

Com o fim do regime ditatorial no Brasil, os novos presidentes conseguem administrar a emissora com um “pouco mais” de liberdade. Durante a gestão de Roberto Muylaert (1986 - 1995), por exemplo, a TV Cultura teve uma fase positiva com “uma democratização no estatuto e (...) índices de audiência de até 14 pontos. Uma marca extremamente significativa ao longo de toda trajetória da TV Cultura” (ROCHA, 2010, p. 8). O período, entretanto, não foi apenas composto por bons momentos. Em 1986, um incêndio destruiu grande parte das instalações da emissora:

Uma crise se abateu sobre a TV Cultura, pois sua capacidade de produção ficou praticamente reduzida a zero. Os programas de debate, entrevistas e prestação de serviços passaram a ser transmitidos de um estúdio ainda em construção. Mas, em meio à tragédia, um gesto solidário por parte das TVs Globo, Bandeirantes e Manchete fez com que a Cultura se mantivesse no ar: as emissoras cederam horários em suas ilhas de edição e emprestaram imagens e equipamentos. Contudo, esse incêndio contribuiu de maneira positiva, pois assim os problemas estruturais foram revistos. (ROCHA, 2010, p. 9).

Desde 2010, a Fundação Padre Anchieta tem se lançado ao desafio da implantação de uma nova tecnologia: a multiprogramação⁵. A decisão foi considerada pioneira, mas gerou polêmica. Os arranjos foram feitos durante a gestão de Paulo Markun. Atualmente, o presidente da Fundação Padre Anchieta é Marcos Mendonça. A eleição para diretor-presidente é realizada a cada três anos, com direito a reeleição.

6.1 Características da TV Cultura do ponto de vista histórico, financeiro e da programação

O termo “autoindefinição” pode ser considerado uma característica inerente a TV Cultura. Devido a diversas particularidades da emissora, nem mesmo ela sabe como se definir. Para Vivianne Lindsay Cardoso (2013, p. 1), isso ocorre porque mesmo o

⁵ Recurso da TV digital que permite a transmissão de vários programas ao mesmo tempo.



modelo de gestão da TV Cultura sendo reconhecido de forma positiva nacionalmente, “a estrutura da Fundação Padre Anchieta revela-se limitada, frágil e fortemente influenciada pelo Governo do Estado de São Paulo”.

Como explica Cardoso (2013), ao mesmo tempo em que apresenta características do modelo público, a emissora revela traços estatais que acabam gerando, na opinião da autora, um modelo misto:

No caso da TV Cultura ela não se caracteriza como uma televisão simplesmente estatal, pelo contrário, fundamenta-se no sentido de uma televisão pública, mantendo sim o amparo, respaldo e representatividade do Estado, mas também, autônoma e com representatividade social que estão exatamente garantidas pelo decreto que normatiza a Fundação Padre Anchieta em sua forma de gestão, por meio dos representantes que integram o Conselho Curador. (CARDOSO, 2013, p. 7).

Como há uma discussão sobre o perfil da emissora, esta pesquisa faz uma leitura dos dois formatos e, por meio de uma caracterização da TV Cultura, busca definir qual, realmente, é o existente na emissora. São analisadas as características históricas, financeiras e da programação. Considerando o ponto de vista histórico, podemos ter como base o trabalho de Liana Vidigal Rocha (2010) que divide a história da emissora em quatro fases e discorre sobre cada uma delas ressaltando os episódios que retratam a interferência governamental na gestão.

Durante todo o regime militar brasileiro, a emissora sofreu com as intervenções do Estado. Para garantir o cumprimento das exigências, os governantes ameaçavam realizar um violento corte de verbas nos repasses que eram feitos à televisão. Com isso, diversos presidentes da Fundação acabaram se demitindo por não terem sua autonomia respeitada. De acordo com Coutinho (2003), “os políticos procuraram fazer da emissora uma espécie de porta voz oficial” (*apud* ROCHA, 2010, p. 7).

Com o fim do regime militar, em 1985, uma nova fase se constrói na história da TV Cultura. A gestão de Roberto Muiyler é considerada com aspectos positivos e também a etapa que mais se aproxima do conceito de televisão pública, segundo a avaliação de Rocha. Para a autora, o principal objetivo dessa gestão foi desfazer a “mentalidade estatal” que dominava a emissora. Muiyler tenta, então, transformar a TV em uma emissora pública, baseado nos exemplos internacionais.

O presidente tenta ainda “desvincular, ao máximo, a TV Cultura do governo estadual, fato de difícil realização visto que a emissora dependia financeiramente do poder executivo” (ROCHA, 2010, p. 10). Torna-se necessário buscar a independência financeira da instituição, mas a direção esbarra em um entrave burocrático –



constitucionalmente, as emissoras educativas não podem ter patrocínio, já que não possuem um caráter comercial. A saída encontrada, com base nos sistemas públicos de outros países, é o “apoio cultural”, como denomina Muylaert a nova forma de obtenção de recursos.

Chegamos então à outra característica da emissora que interfere diretamente na sua classificação como TV estatal ou pública: o modelo de financiamento. Desde sua fundação, a TV Cultura é gerida pela Fundação Padre Anchieta, a qual trata-se “de uma organização de direito privado, mantida com verbas públicas, o que a tornava peculiar” (LEAL FILHO, 1988, p. 13). Como comenta Adriana Fiorani Pennabel (2004), esse modelo demonstra que administrativamente a emissora seguiu o exemplo internacional da BBC – em que a televisão é dirigida por um Conselho para manter a independência – mas a forma de financiamento de tal modelo foi ignorado:

Enquanto na Grã-Bretanha o serviço de teledifusão é sustentado pelos usuários, no Brasil isso nunca foi cogitado. Além de verbas do Governo do Estado de São Paulo, a TV Cultura possui outras fontes de recursos como a venda de produtos (programas, documentários, entre outros) da emissora, a prestação de serviços, os apoios culturais e mais recentemente a inserção de propaganda. (PENNABEL, 2004, p. 14).

Desta forma, fica claro que o que dificulta a total independência da emissora é a relação financeira que ela estabelece com o Estado. Vale destacar ainda que, mesmo em modelos mais articulados como o da BBC, “a autonomia absoluta das emissoras em relação aos governos não existe. O que varia é o grau de interferência” (LEAL FILHO, 1997, p. 20). As soluções encontradas para resolver os problemas financeiros, principalmente o apoio cultural e a propaganda, interferem diretamente na programação da emissora, terceira e última característica que nos comprometemos a analisar para auxiliar na definição da TV Cultura.

A relação financeira com outras instituições, intensificada com a presença dos apoios culturais a partir de 1999, transformou o tipo de programação exibida pela emissora. Para Liana Vidigal Rocha (2010, p. 10), “é a partir desse momento que a programação da TV Cultura sofre alterações que a deixam mais informativa e menos educativa. O público infanto-juvenil se torna o foco principal da emissora (...)”. A presença da publicidade na emissora é vista de maneira restritiva. Como defende Laurindo Leal Filho (2004), esse “é um mal que deve ser aceito, mas com limites muito rigorosos, porque a linguagem comercial contamina a programação” (*apud* PENNABEL, 2004, p. 14).



A preocupação de Leal Filho a respeito da presença da publicidade na TV Cultura ganha respaldo na opinião de outros estudiosos. Para Vera Chaia e Miguel Chaia (2000), é importante tomar cuidado mas também ressaltar o paradoxo em que se encontra a emissora:

Sobre a TV Cultura, resta-nos observar que a abertura para a publicidade ajudará a controlar o ‘caixa’ mas, com certeza, em virtude das pressões do mercado, pode começar a influir em sua ‘cara’, ou pior, sua programação. E, se continuar esperando apenas os recursos do governo, a emissora, ao que parece, permanecerá em crise. (CHAIA, Vera; CHAIA, Miguel, 2000, p. 155).

Considerações Finais

Como foi verificado com base em diferentes autores e também na Constituição Brasileira, televisão pública e estatal não são sinônimos. O que existe é uma apropriação equivocada das concepções, seja pela simples falta de conhecimento ou, até, em busca de um beneficiamento político.

Por motivos históricos, o modelo comercial de TV é o hegemônico em nosso país, porém não é o único. Ao expor esse fator e cobrar do Estado a regulação da lei, estamos tentando garantir a pluralidade na Comunicação Social. Além da prestação de um serviço público, já que ao explorar um bem coletivo (o espectro eletromagnético) todas as emissoras devem ofertar, pelo menos teoricamente, retorno à sociedade.

Em relação à TV Cultura de São Paulo, considerada o modelo brasileiro de televisão pública, a história da emissora mostra certa indefinição no cumprimento do ideal a que se propõe. Tanto em seu Guia de Princípios quanto no site da Fundação ⁶que a administra, a TV Cultura é considerada uma instituição pública – sem interferências governamentais ou comerciais – cujo objetivo principal é atender ao interesse público.

Porém, a análise aqui realizada (considerando os aspectos históricos, financeiros e da grade de programação) constatou que a emissora, ao longo da história, se desviou de seu objetivo principal. Seja pelas ingerências do Estado, pela crise econômica e a adoção dos apoios culturais e da publicidade ou pela exibição de programas mais populistas. Cada fator, somado, contribuiu de uma maneira específica e resultou um modelo de televisão mista. Em certos momentos forte interferência governamental, o que se aproxima do padrão estatal; já em outros, a defesa dos ideais educativos e de serviço público.

⁶ Fundação Padre Anchieta <<http://www2.tvcultura.com.br/fpa/institucional/quemsomos.aspx>>. Acesso em 22 dez. 2013.



Apesar dos problemas, a TV Cultura de São Paulo desenvolveu um papel muito importante na história da televisão brasileira. Pioneira da TV pública no país, mesmo com todos os percalços, ela contribuiu com o desenvolvimento desse modelo pouco conhecido no Brasil colaborando com a conformidade do sistema e a diversidade. Fator que pode contribuir futuramente para a formação de uma televisão pública brasileira sólida.

Referências

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. 37. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BUCCI, Eugênio. (org.) **A TV aos 50 – Criticando a televisão brasileira em seu cinquentenário**. São Paulo: Perseu Abramo, 2000.

CARDOSO, Vivianne Lindsay. **Multiprogramação na TV Cultura: A implantação aos olhos da mídia impressa**. In: INTERCOM, 2013, Bauru.

CHAIA, Vera; CHAIA, Miguel. (org.) **Mídia e Política**. São Paulo: Educ, 2000.

CUNHA LIMA, Jorge da. Mais pública a televisão serve aos homens. In: **Jornalismo Público – Guia de Princípios**. São Paulo: Gráfica da Fundação Padre Anchieta, 2004.

_____. **TV estatal não é TV pública**. 2007. Disponível em:
<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/tv_estatal_ao_e_tv_publica>. Acesso em 19 dez 2013.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Portal de Conteúdo**. Disponível em:
<<http://conteudo.ebcservicos.com.br/veiculos/nbr>>. Acesso em: 29 mar 2013.

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. **Atrás das câmeras: relação entre cultura, Estado e televisão**. São Paulo: Summus, 1988.

_____. **A melhor TV do mundo: O modelo britânico de televisão**. São Paulo: Summus, 1997.

_____. A TV pública. In: BUCCI, Eugênio. (org.) **A TV aos 50 – Criticando a televisão brasileira em seu cinquentenário**. São Paulo: Perseu Abramo, 2000. p. 153-165.

MELO, Paulo Victor Purificação. **TVs legislativas e comunicação pública: reflexões acerca da gestão das emissoras**. In: INTERCOM, 2012, Fortaleza.



MOYSES, Diogo. Apresentação. In: **Sistemas públicos de comunicação no mundo: Experiências de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

PENNABEL, Adriana Fiorani. **Um estudo sobre o Jornalismo Público no Brasil: o modelo da TV Cultura**. 2004. 119 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo). Universidade Estadual de Londrina, Londrina.

ROCHA, Liana Vidigal. **A história da TV Cultura em quatro fases: de 1969 a 2006**. In: I Encontro de História da Mídia da Região Norte, 2010, Palmas. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/noticias-dos-nucleos/artigos/A%20historia%20da%20TV%20Cultura%20em%20quatro%20fases%20de%201969%20a%202006.pdf>>. Acesso em: 19 dez. 2013.

SANTOS, Suzy dos; STEVANIM, Luiz Felipe Ferreira. O Estado como proprietário de televisão no Brasil. **Estudos em Comunicação**, v. 2, n. 7, p. 85-107, maio 2010.

SCORSIM, Ericson Meister. **Delimitação conceitual das TVs estatal, pública e privada**. 2008. Disponível em: <http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=2530>. Acesso em: 21 fev. 2014.

SENNA, Orlando. **Sobre a televisão pública e televisão estatal**. 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/sobre_televisao_publica_e_televisao_estatal>. Acesso em: 20 fev. 2014.

SOCIEDADE DOS AMIGOS OUVINTES DA RÁDIO MEC – SOARMEC. **A rádio MEC**. 2005. Disponível em: <<http://www.soarmec.com.br/indexmec.htm>>. Acesso em: 29 mar 2014.

VALENTE, Jonas. Concepções e abordagens conceituais sobre sistema público de comunicação. In: **Sistemas públicos de comunicação no mundo: Experiências de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

_____. Sistema Público de Comunicação do Brasil. In: **Sistemas públicos de comunicação no mundo: Experiências de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.