



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA

**QUALIDADE DO TELEJORNALISMO PÚBLICO BRASILEIRO:**

*uma análise do *Jornal da Cultura**

LUCIANA SALVIANO MARQUES DA SILVA

NATAL/RN

2020

LUCIANA SALVIANO MARQUES DA SILVA

**QUALIDADE DO TELEJORNALISMO PÚBLICO BRASILEIRO:**

uma análise do *Jornal da Cultura*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito para a obtenção do título de Mestre.

Linha de Pesquisa: Estudos da Mídia e Práticas Sociais.

Orientadora: Profa. Dra. Valquíria Aparecida Passos Kneipp.

NATAL/RN

2020

LUCIANA SALVIANO MARQUES DA SILVA

**QUALIDADE DO TELEJORNALISMO PÚBLICO BRASILEIRO:**

uma análise do *Jornal da Cultura*

Dissertação foi julgada aprovada para obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia no dia 17 de fevereiro de 2020.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Valquíria Aparecida Passos Kneipp.  
Presidente – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

---

Profa. Dra. Maria do Socorro Furtado Veloso  
Examinadora interna – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

---

Profa. Dra. Gabriela Borges Martins Caravela  
Examinadora externa – Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Sistema de Bibliotecas - SISBI

Catálogo de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes - CCHLA

Silva, Luciana Salviano Marques da.

Qualidade no telejornalismo público brasileiro: uma análise do  
Jornal da Cultura / Luciana Salviano Marques da Silva. - 2020.  
145f.: il.

Dissertação (mestrado) - Centro de Ciências Humanas, Letras e  
Artes, Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia,  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2020. Natal, RN,  
2020.

Orientador: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Valquíria Aparecida Passos Kneipp.

1. Televisão - Dissertação. 2. Jornal da Cultura -  
Dissertação. 3. Qualidade na TV pública - Dissertação. 4.  
Qualidade no telejornalismo - Dissertação. 5. Práticas  
jornalísticas - Dissertação. I. Kneipp, Valquíria Aparecida  
Passos. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 070

*Aos meus pais, Kerginaldo e Socorro, que sempre me ensinaram o valor da educação e que sempre me apoiaram para que eu chegasse até aqui.*

*Ao meu esposo, Wallace, que esteve ao meu lado durante todo o percurso.*

## **AGRADECIMENTOS**

A pesquisa acadêmica é acima de tudo uma luta, principalmente em um país como o Brasil. Quando decidimos nos dedicar à academia, escolhemos entrar numa batalha sem fim contra as dificuldades – a falta de recurso e de incentivo, a descrença da sociedade – e contra nós mesmos, que por muitas vezes pensamos em desistir, nos questionamos se todo o esforço será recompensado. E nesse vale de incertezas, dizer sim à academia é um ato de coragem, de resistência e de esperança no futuro da ciência e da pesquisa.

Não foram fáceis, mas os últimos dois anos me ensinaram que vale a pena lutar, que vale a pena persistir e que, apesar de todas os obstáculos, a sensação de dever cumprido e o prazer da vitória são incomparáveis. No entanto, esta vitória não é só minha, eu não conseguiria ter chegado até aqui sem o apoio das pessoas queridas que me cercam.

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus, que opera milagres e faz o impossível se tornar realidade.

Aos meus pais, Kerginaldo Marques e Socorro Salviano, que me mostraram desde cedo a importância de seguir meus sonhos, de lutar pelos meus desejos e acreditar em mim. Agradeço por fazerem o possível e o impossível para que eu me tornasse a pessoa que sou hoje.

Ao meu esposo, Wallace Costa, que esteve ao meu lado durante todos os momentos, me dando todo o apoio necessário para vencer esta etapa. Obrigada por ser meu porto seguro.

À minha orientadora, professora doutora Valquíria Kneipp, que me acompanha desde a primeira graduação e mergulhou nesta empreitada em busca de descobrir o que é qualidade na TV. Agradeço pela paciência, pelos conselhos e por não desistir de mim, mesmo quando nem eu acreditava que seria capaz.

Às queridas amigas Manu Freitas, Alice Andrade e Andrielle Mendes, que tornaram esta caminhada mais leve, me deram confiança e acima de tudo muito amor.

Aos amigos da Rádio Universitária, Gil Eduardo e Olavo Luiz, agradeço pelos conselhos, pela confiança e todo o apoio.

À amiga Kamyła Álvares, que contribuiu com meu crescimento, me ensinou tanto e serviu de inspiração ao longo dessa caminhada.

Aos profissionais da TV Cultura, que me receberam e compartilharam comigo suas rotinas, contribuindo para o sucesso desta pesquisa.

Finalmente, gostaria de agradecer a todos que dividiram esta jornada acadêmica comigo, colegas, amigos, família, professores e servidores, os quais de alguma maneira me ajudaram a conquistar mais esta vitória acadêmica, que certamente não será a última.

*“A comunicação é, pois, um direito de cada um, uma espécie de serviço público da vida, com duas dimensões complementares. Comunicar é antes de tudo expressar-se: ‘tenho algo a dizer, ‘tenho direito de dizê-lo”.*

(WOLTON, 2006)



## RESUMO

A presente pesquisa propõe a investigação sobre a qualidade do telejornalismo na televisão pública brasileira, utilizando como objeto de análise o *Jornal da Cultura*– Segunda Edição. O objetivo é identificar, a partir de parâmetros de qualidade pré-definidos, como a seleção de conteúdos, a participação do público e o didatismo da apresentação dos temas podem interferir na qualidade do telejornal. Além disso, refletir sobre a prática jornalística e o papel da comunicação pública para a construção de uma sociedade mais igualitária. Para tanto, recorre-se aos conceitos de qualidade na televisão (MULGAN, 1990; MACHADO, 2000, 2011; BORGES, 2008,2014), qualidade no telejornalismo (COUTINHO, 2013; GOMES, 2006) e comunicação pública (BOLAÑO, 2010). Como metodologia, utiliza-se a análise de conteúdo (BARDIN, 1977), a fim de compreender o objeto e identificar seus pontos fortes e fracos. Arelado a isso, realiza-se uma observação não participante, pesquisa bibliográfica e entrevistas. Com isso, foi possível obter um panorama geral das práticas jornalísticas do Jornal da Cultura, necessário para a precisão desta análise e enfim, identificar as práticas consideradas de qualidade para o telejornalismo público.

**PALAVRAS-CHAVE:**Televisão. Jornal da Cultura. Qualidade na TV pública. Qualidade no telejornalismo. Práticas jornalísticas.

## ABSTRACT

The current research proposes to investigate about the quality telejournalism in the Brazilian public television, using as analysis subject the *Jornal da Cultura*—Second edition. The purpose is to identify, from predefined quality parameters, how the content selection, audience participation e the didactical way of presenting the themes can interfere in the quality of the tv news. In addition, to ponder on the journalistic practice and the role of the public communication to the construction of a more equal society. For this purpose, it resorted to concepts such as Quality Television (MULGAN, 1990; MACHADO, 2000, 2011; BORGES, 2008, 2014), Quality Journalism (COUTINHO, 2013; GOMES; 2006) and Public Communication (BOLAÑO, 2010). The methodology used was the Content Analysis (BARDIN, 1977), as a form to comprehend the object and identify its weaknesses and strengths. Alongside with that, that is a non-participant observation, bibliography research and interview. All that, to obtain an overview of the journalism practice in the *Jornal da Cultura*, needed to the accuracy of this research and finally, to identify the practices considered as a quality public TV journalism.

**Keywords:**Television. *Jornal da Cultura*. Quality Television. Quality Journalism. Journalism practices.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Infográfico apresentado na edição do Jornal da Cultura no dia 10/09/2019. ....	122
Figura 2 – Frame da edição do JC do dia 11/09/19, mostrando os comentários dos telespectadores. ....	123
Figura 3 – Comentários dos telespectadores aparecem na tela no final do jornal. Edição do dia 13/09/19. ....	124
Figura 4 – Frame de um dos destaques do Jornal da Cultura no dia 14/09/19. ....	126
Figura 5 – Especialista participa via Skype no Jornal da Cultura. ....	127

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Primeiras emissoras educativas e suas vinculações.....	32
Quadro 2 – Parâmetros de qualidade por área de atuação .....	87
Quadro 3 – Aspectos a serem observados na área jornalística .....	88
Quadro 4 – Funções do serviço público de televisão .....	89
Quadro 5 – Semana de análise do Jornal da Cultura.....	108
Quadro 6 – Critérios de análise para a observação sistemática e análise de conteúdo, e como esses critérios serão observados.....	109
Quadro 7 – Formato das notícias no Jornal da Cultura.....	111
Quadro 8 – Temas abordados no Jornal da Cultura .....	113
Quadro 9 – Fontes consultadas pelo Jornal da Cultura. ....	115
Quadro 10 – Distribuição de tempo do jornal .....	118

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 – Formato das notícias no Jornal da Cultura .....	112
Gráfico 2 – Temas abordados no Jornal da Cultura.....	114
Gráfico 3 – Fontes consultadas pelo Jornal da Cultura.....	116
Gráfico 4 – Proporção entre notícias e comentários no Jornal da Cultura .....	119

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABCCOM – Associação Brasileira de Canais Comunitários

ABEPEC – Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais

ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária

ACERP – Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto

ASTRAL – Associação Brasileira de Rádios e Televisões Legislativas

BBC – British Broadcasting Corporation

BFI – British Film Institute

EBC – Empresa Brasil de Comunicação

FPA – Fundação Padre Anchieta

INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia

JC – Jornal da Cultura

PBS – Public Broadcasting Service

RADIOBRÁS – Empresa Brasileira de Comunicação

RAI – Radiotelevisione italiana

RTC – Rádio e Televisão Cultura

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

TV – Televisão

TVE – Televisão Educativa

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

VT - Videotape

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>18</b>
<b>2</b>	<b>TV PÚBLICA COMO LOCAL DE DIVERSIDADE.....</b>	<b>26</b>
2.1	As fases de desenvolvimento da TV pública brasileira .....	30
2.1.1	A TV pública como instrumento de teleducação (1967-1981).....	30
2.1.2	Inserção mais qualificada na concorrência televisiva (1981-1993) . .....	33
2.1.3	Crise e reestruturação (1993-2007) .....	35
2.1.4	Um novo modelo de TV Pública (2007 - dias atuais) .....	37
2.2	TV Cultura: 50 anos de conquistas e desafios .....	41
2.3	O jornalismo público na TV cultura .....	51
2.4	O Jornal da Cultura .....	56
<b>3</b>	<b>DISCUSSÕES QUE CERCAM A QUALIDADE NA TELEVISÃO.....</b>	<b>60</b>
3.1	Qualidade no jornalismo.....	74
3.2	Critérios de qualidade no telejornalismo público.....	81
<b>4</b>	<b>OBSERVAÇÃO DIRETA NO JORNAL DA CULTURA .....</b>	<b>92</b>
4.1	Considerações sobre as rotinas do telejornal (observação não-participante) .....	93
4.2	A Qualidade na visão dos produtores .....	102
4.3	O Jornal da Cultura como alternativa (observação sistemática) .... .....	106
<b>5</b>	<b>A QUALIDADE NO JORNAL DA CULTURA.....</b>	<b>108</b>
5.1	Análise de conteúdo no Jornal da Cultura.....	110
5.1.1	APROFUNDAMENTO DE TEMAS.....	118
5.1.2	ESTÍMULO AO DEBATE PÚBLICO.....	120
5.1.3	ISENÇÃO .....	121
5.1.4	INTERESSE PÚBLICO .....	121
5.1.5	INTERAÇÃO E TROCA COM O PÚBLICO.....	122
5.1.6	DIVERSIDADE .....	124



<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>128</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>132</b>
	<b>APÊNCICE.....</b>	<b>143</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>144</b>

# 1 INTRODUÇÃO

Ao redor do mundo, falar em televisão pública é se referir a um serviço de qualidade que, por não ter a finalidade de agradar ao mercado, se preocupa com o cidadão, e por isso, tem programas voltados para a educação e cultura de seu povo. São exemplos disso emissoras como a British Broadcasting Corporation(BBC) no Reino Unido, a Radiotelevisioneitaliana (RAI) e a americanaPublic Broadcasting Service(PBS).

No Brasil, o debate sobre a criação de uma TV pública nacional sempre foi interdito por governos de plantão, às vezes pela oposição das emissoras comerciais. A chegada do país ao padrão digital ampliou o espectro de canais disponíveis<sup>1</sup>, e com isso é criada em 2008 a TV Brasil. O que a TV pública traz como diferencial é a gama de conteúdos alternativos aos quais não temos acesso nos canais comerciais. Essa é uma das características que fazem com que seu conteúdo seja considerado de qualidade. Mas a partir de quais parâmetros podemos estabelecer um padrão de qualidade?

Não é de hoje que ouvimos falar em controle de qualidade para diversos produtos do mercado. Já é rotina procurar o selo de qualidade emitido pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) na hora de comprarmos um brinquedo para uma criança, pois o selo imprime segurança e qualidade ao produto que estamos levando para casa. Mas no caso do produto midiático produzido pelas empresas de comunicação brasileiras, quem controla sua qualidade? Da mesma forma que os produtos que compramos nas lojas precisam ter qualidade, o que assistimos na televisão também. Mesmo depois de mais de seis décadas da chegada da televisão aos lares brasileiros, nenhum sistema efetivo de regulamentação e controle de qualidade foi criado para mediar as relações entre empresas e telespectadores. E embora haja na Constituição, promulgada em 1988, um capítulo só para reger a comunicação social (Capítulo 5), essa realidade está longe de mudar.

---

<sup>1</sup> Memória EBC: A TV Pública no mundo. <http://memoria.ebc.com.br/tv-publica-ebc/tv-publica-no-mundo>

Além de proibir a censura, formação de monopólios e oligopólios, limitar a propriedade de meios de comunicação a brasileiros, a Carta possui um artigo que fixa normas para a produção de conteúdo. O artigo 221 estabelece que a produção audiovisual deve, entre outras coisas, dar “preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas” (BRASIL, 1988). Além de promover a cultura nacional e regional, regionalizar a produção cultural, artística e jornalística, e respeitar valores éticos e sociais. Na prática o conteúdo que recebemos é bem diferente, nem sempre respeitando os princípios constitucionais. O problema é que não existe regulamentação para a comunicação social em nosso país e, portanto, não há nenhum órgão responsável pela fiscalização das emissoras para que haja o cumprimento da lei. Ademais, as próprias emissoras ficam a cargo de criar livremente seus conteúdos.

Países como Argentina, Portugal, França e Reino Unido já possuem marcos regulatórios para garantir que os meios de comunicação tenham que prestar contas para a população e sigam algumas regras a fim de assegurar um melhor funcionamento do sistema. A grande dificuldade é que aqui no Brasil esse assunto ainda é um tabu a ser quebrado e depende da aprovação de políticos, os quais, em sua grande maioria, possuem veículos de comunicação<sup>2</sup>. Ou seja, enquanto não houver a ampliação do debate sobre o tema e interesse geral da sociedade, essa regulação está longe de ser aprovada. Por isso, é de fundamental importância compreender como é possível produzir produtos televisivos de qualidade, respeitando os direitos humanos, ouvindo a opinião do público e servindo como meio de promoção da educação, cultura e informação da sociedade.

A discussão sobre a qualidade na televisão não é nova, surgiu a partir do livro *M.T.M.: qualitytelevision* em 1984 e até hoje divide opiniões. No livro, publicado pelo renomado British Film Institute (BFI), os autores tentam definir o que faz dos programas da M.T.M.<sup>3</sup> tão atrativos para a audiência e aclamados

---

<sup>2</sup> O tema da regulação da mídia foi debatido nas eleições de 2014, quando a então candidata à reeleição Dilma Rousseff (PT) declarou que, se eleita, enfrentaria o debate no âmbito econômico acerca da regulação do setor audiovisual. Entretanto, não houve proposta.

<sup>3</sup> Sigla da produtora de TV de Mary Tyler Moore.

pela crítica. Entretanto, nem todo intelectual da comunicação acredita em qualidade da TV. Por um lado, em virtude dos produtos para a massa, a maioria dos pesquisadores conservadores é cética sobre um nível estético na televisão, na qual tudo é produzido em escala industrial. Por outro lado, Machado (2000) explica que a demanda comercial e o contexto industrial não impedem a televisão de criar produtos artísticos e se preocupar com os elementos estéticos; essa preocupação é um dos elementos que podem fazer a televisão de qualidade e, conseqüentemente, um telejornalismo de qualidade.

Mas será que existe realmente qualidade na televisão brasileira? Para responder nossas inquietações acerca do tema, esta pesquisa analisa a qualidade no telejornalismo brasileiro, trazendo como objeto de estudo o *Jornal da Cultura*, transmitido pela TV Cultura.

A partir dessas inquietações, esta pesquisa teve como objetivo geral analisar o conteúdo do *Jornal da Cultura*, buscando por meio de critérios de qualidade pré-definidos, compreender como o telejornalismo público conversa com a comunidade e as maneiras pelas quais ele busca melhorar a qualidade de seu produto. Além disso, teve como objetivos específicos estabelecer parâmetros de qualidade para a análise do material audiovisual; compreender o processo de produção da notícia na televisão pública; e refletir sobre as práticas do jornalismo público e como elas podem ser mais benéficas para a sociedade.

A ideia de estudar a qualidade da televisão surgiu ainda na graduação, durante um período de estudos na Inglaterra, país que já é reconhecido pela qualidade de sua televisão. Essa pesquisa se transformou em uma monografia intitulada “Qualidade na TV: uma análise entre a TV brasileira e britânica”. Ao longo das pesquisas para a monografia, percebeu-se que havia uma lacuna nos estudos sobre qualidade na televisão brasileira e, por isso, o tema foi escolhido para a pesquisa de mestrado, dessa vez, trabalhando mais especificamente com a televisão pública brasileira.

É importante que o telespectador veja a TV pública não como mais um canal educativo com programação maçante e desinteressante e sim como uma

oportunidade de receber conteúdo de qualidade e que fuja do lugar-comum das emissoras comerciais. A TV pública deve ser local de variedade de gêneros e formatos e, acima de tudo, um espaço para o cidadão e para discussões relevantes para a sociedade.

O estudo realizado tem como finalidade analisar a qualidade do conteúdo do *Jornal da Cultura*, estabelecendo critérios de qualidade para uma análise de conteúdo. Assim, foi possível identificar o que é qualidade no telejornalismo e quais elementos poderiam servir de exemplo para que outros telejornais atingissem um padrão de qualidade, beneficiando seus espectadores.

Segundo Borges (2008, p.8), a qualidade na televisão “deve ser analisada a partir da conceituação de seu papel, suas propostas culturais e sociais e os valores éticos que deve veicular”. Em relação à dicotomia qualidade *versus* audiência, é importante pensar em como a programação de baixa qualidade é tão atrativa para o público. Nesse sentido, Sodré (2006) defende que a espetacularização explora os valores imateriais como a emoção para chegar até o espectador e, por isso, consegue atrair grande parte da audiência. Já Jost (2007) explica que não é possível pensar a televisão de maneira unilateral, e sim olhar para tudo que compõe a mídia.

Refletir sobre a televisão é, então, antes de tudo, levar em conta seu contexto e o lugar particular, ocupado pelo telespectador; é adotar o que se chama uma abordagem pragmática (em oposição à abordagem semiológica voltada unicamente à análise das mensagens). (JOST, 2007, p.45).

Dessa forma, entendemos que é preciso analisar o poder que a mídia exerce sobre a audiência para então propor um caminho alternativo para que uma programação de qualidade que vise à educação, à cultura e ao crescimento intelectual da sociedade ganhe seu espaço no Brasil. Nesse contexto, Silverstone (2002) estabelece a importância de estudar a mídia como forma de compreender esse poder e utilizá-lo para o bem.

Assim, a pesquisa se faz necessária enquanto forma de investigar como utilizar o poder da mídia para garantir a qualidade da TV, como o *Jornal da*

*Cultura* pode se tornar exemplo de qualidade para outros telejornais brasileiros. Além disso, como o público pode se beneficiar de uma programação diversificada, ética e que possa servir como forma de representação do espectador.

Na área comunicativa das práticas sociais, estuda-se o papel central da comunicação midiática, bem como seus atores, processos, produtos e suas estratégias de interação na construção das práticas de outros campos sociais. Portanto – é pertinente dizer que o estudo qualitativo do conteúdo da TV pública brasileira, a maneira como é pensado e produzido o conteúdo para o *Jornal da Cultura*, a importância da interação com o público e sua função didática para o esclarecimento da população – é de relevância e contribuição para essa área de estudo e pode auxiliar estudos futuros sobre a qualidade do telejornalismo na televisão pública brasileira.

Para que fosse possível chegar às respostas necessárias aos objetivos propostos na investigação, foi preciso mesclar os métodos de pesquisa em comunicação. Assim, a presente pesquisa foi dividida em quatro etapas, as quais possibilitaram alcançar os resultados apresentados nesta dissertação.

A primeira etapa é a pesquisa bibliográfica, que serviu para reunir o referencial teórico necessário para discorrer sobre o tema. Essa fase consistiu nas leituras do conhecimento científico produzido sobre o tema. Para o estudo, recorre-se aos conceitos como Qualidade da TV, Qualidade no telejornalismo, serviço público de radiodifusão e regulamentação em TV. Nesse sentido se fez necessária a utilização da pesquisa bibliográfica, método imprescindível para o embasamento teórico de qualquer projeto de pesquisa. De acordo com Stumpf (2006),

pesquisa bibliográfica, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa que vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda a literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões. (STUMPF, 2006, p. 51).

A segunda etapa compreendeu a observação direta intensiva (MARCONI; LAKATOS, 2010) do conteúdo do Jornal da Cultura. Segundo as autoras, esse tipo de observação sistemática “realiza-se em condições controladas, para responder a propósitos pré-estabelecidos” (MARCONI e LAKATOS, 2010, p.176). Nessa fase, delimitou-se uma semana do telejornal (09 a 14/09/19) para ser assistida e analisada, a fim de identificar os pontos fortes e fracos do telejornal, os temas abordados, a presença dos comentaristas e a participação do público. Esse quadro geral sobre o Jornal da Cultura auxiliou na próxima fase da investigação.

Na terceira etapa, ainda utilizando a observação direta intensiva realizou-se a observação não participante (MARCONI; LAKATOS, 2010) no próprio campo empírico. Nessa fase da pesquisa, visitou-se a redação do *Jornal da Cultura*, em São Paulo, durante o período de uma semana, a fim de conhecer as rotinas de produção – desde a reunião de pauta até a veiculação do telejornal –, a fim de entender como são escolhidas as pautas, conversar com editores e produtores e tirar dúvidas que não puderam ser sanadas somente com a observação direta do conteúdo. Na visita, também foram realizadas entrevistas com jornalistas que trabalham no jornal, com o propósito de compreender alguns aspectos da sua produção. Por fim, também realizou-se uma análise de conteúdo para verificar se as informações respeitam os princípios básicos de adequação da linguagem, diversidade de vozes e gêneros, constituindo-se a quarta etapa do estudo.

Sobre isso, Clarice Greco Alves (2011) corrobora apontando que uma das perspectivas possíveis para a “compreensão do conceito de qualidade é a análise do conteúdo, que se baseia em compreender o objeto, no caso o programa televisivo, e não o sujeito, quando de fato é o programa que recebe a menção de possuir ou não a respectiva qualidade” (ALVES, 2011, p.41).

A teórica francesa Laurence Bardin (1977), em seu livro *Análise de Conteúdo*, explica que ela se constitui de um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Esse conjunto de técnicas visa “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, 1977, p.42).

Depois de percorrer todas as etapas e coletar todos os dados da pesquisa, foi o momento de confrontá-los para confirmar ou não as hipóteses feitas antes de iniciar o estudo. Nesse sentido, dividiu-se esta dissertação em cinco capítulos, incluindo este capítulo de introdução.

No segundo capítulo, apresentam-se o histórico da televisão pública/educativa brasileira, a trajetória da TV Cultura e suas tentativas de implantação de um jornalismo público isento e a serviço da população. Além de mostrar a evolução do jornalismo da TV Cultura desde o início dos anos de 1970 com o *Hora da Notícia*, passando por todas as etapas do *Jornal da Cultura*, criado em 1986.

No terceiro capítulo, abordam-se o conceito de qualidade e seus pesquisadores, além de analisar algumas definições que embasam essa teoria. Por essa razão, a pesquisa dedicou esse capítulo a explicar como Mulgan (1990), Machado (2000; 2011) e Borges (2008, 2014) propõem a qualidade da TV, quais são seus critérios e parâmetros de análise, para que, a partir daí, o método para analisar a qualidade nesta pesquisa pudesse ser construído.

Geoff Mulgan (1990), em seu livro *The Question of Quality*, enumera sete tipos de abordagens quando trata do tema qualidade, são elas: qualidade da produção e profissionalismo, qualidade do consumidor e do mercado, a estética da televisão, televisão como um ritual e comunhão, televisão e a pessoa, televisão como um ecossistema e, por último, qualidade como diversidade. Entende-se, portanto, que a qualidade pode ser um conceito puramente técnico, no que se refere à qualidade do roteiro, da fotografia ou da atuação, podendo ir até o conteúdo, com a valorização da educação, valores morais e da construção de conduta.

A pesquisadora Gabriela Borges (2008, 2014) contribui para essa discussão elaborando parâmetros de qualidade que podem ser divididos entre o plano da expressão, o plano de conteúdo e a mensagem audiovisual.



Também utilizam-se os conceitos de qualidade no telejornalismo público de Iluska Coutinho (2013) e Itania Gomes (2006), que dão suporte na hora de desenvolver os critérios de análise qualitativa da presente pesquisa.

O quarto capítulo se dedicou a explicar os métodos utilizados e expor um relato sobre as entrevistas com os produtores e editores do jornal e a observação não participante de três dias na redação do Jornal da Cultura. O material coletado no campo empírico possibilitou a compreensão de aspectos da prática jornalística, como a escolha das pautas, a participação do público, a presença de comentaristas e as abordagens das notícias que contribuem para a qualidade do telejornal.

Tais percepções resultaram em um capítulo analítico, que encerra esta dissertação. Nesse momento, analisou-se a semana observada do jornal de maneira qualitativa e quantitativa, observando as pautas escolhidas, o tempo dedicado à explicação dos temas, as fontes consultadas, o tempo de cada matéria e a estrutura das reportagens. Dessa maneira, foi possível ter uma noção completa de como a qualidade é percebida no telejornal.

## 2 TV PÚBLICA COMO LOCAL DE DIVERSIDADE

A televisão pública nasceu no continente europeu, primeiramente se referia aos canais estatais e, em seguida, foi transformada pelo controle público e pela participação da sociedade na sua gestão e na criação de comitês e conselhos de representantes. Esse é o caso de canais como a British Broadcasting Corporation (BBC) no Reino Unido, a TVE na Espanha, a France Télévision na França, a RAI italiana, a RTP em Portugal, a ARD e a ZDF, alemãs, entre outras<sup>4</sup>.

A trajetória da televisão pública teve início em novembro de 1936, quando aconteceu a primeira transmissão televisiva pela BBC. A emissora começou a ter importância em 1937 depois da cobertura da coroação do Rei George VI, entretanto, devido à Segunda Guerra Mundial, as transmissões foram interrompidas em 1939 e só retornaram em 1946, visto que o Reino Unido era um dos principais envolvidos no conflito (LEAL FILHO, 1997).

Ao contrário do exemplo europeu, a televisão no Brasil surge nos moldes comerciais, financiada principalmente por verbas publicitárias e empresas nacionais, seguindo os passos do modelo americano. Em 1950, Assis Chateaubriand inaugura em São Paulo a TV Tupi-Difusora (MATTOS, 2010), primeira emissora de televisão do Brasil e também da América do Sul. Sobre o contraste entre o serviço de radiodifusão público e comercial, Laurindo Leal Filho (2000) explica que

A diferença entre os modelos europeu e norte-americano – e, por extensão, entre o europeu e o brasileiro – foi bem definida por Sepstrup em 1986: “a propaganda nos Estados Unidos foi tratada como visitante de honra do broadcasting. Na Europa ela é uma visitante tolerada e recebe o mais humilde lugar na mesa”. (LEAL FILHO, 2000, p. 109).

Em relação ao conceito de serviço público, Leal Filho (1997, p. 18) explica que “trata-se, em primeiro lugar, de um serviço, o que indica a existência de uma necessidade da população que precisa ser atendida”. Ele também afirma que é um atendimento especial que não pode ser feito por

---

<sup>4</sup> Cf. Memória EBC: A TV Pública no mundo. <http://memoria.ebc.com.br/tv-publica-ebc/tv-publica-no-mundo>. Acesso em: 30 Jan 2020.

empresas comerciais ou órgãos estatais. Com base neste entendimento, a BBC surge como um serviço de utilidade pública, desenvolvido como um serviço nacional para o interesse público, ideia defendida por John Reith, diretor executivo e, mais tarde, primeiro diretor geral da emissora britânica. Ainda explorando a dicotomia público *versus* privado na radiodifusão, Habermas (1984, p. 220) entende que, nos países europeus, “esses novos mídias foram organizados, como instituições públicas e semi-públicas, porque senão a sua função pública-jornalística não poderia ter sido suficientemente protegida frente à função capitalista privada”, como veremos mais adiante.

No Brasil, no entanto, ao longo dos primeiros 18 anos da história da televisão, o modelo privado seria o único modelo de radiodifusão conhecido, período em que a televisão era um luxo reservado às elites, durante a chamada fase elitista (MATTOS, 2010). Esse distanciamento entre a criação da televisão comercial e a televisão pública reflete até hoje na cultura de desvalorização da TV pública e na falta de conscientização sobre a importância de uma televisão que atue a serviço da sociedade e não de interesses privados. Habermas explica que

a separação entre esfera pública e esfera privada implicava que a concorrência de interesses privados tenha sido fundamentalmente deixada para ser regulada pelo mercado, ficando fora da disputa pública das opiniões. À medida que a esfera pública é, porém, tomada pela publicidade comercial, pessoas privadas passam imediatamente a atuar enquanto proprietários privados sobre pessoas privadas enquanto público. (HABERMAS, 1984, p. 221).

A fase elitista da televisão só veio mudar durante o Regime Militar, já que “depois de 1964, as indústrias eletrônicas produziram grande número de aparelhos de TV para atender ao crescente mercado interno” (MATTOS, 2010, p. 95). Em 1968, uma política de crédito criada pelo governo permitia que o cidadão adquirisse seu televisor em 12, 24 ou 36 meses. Isso aumentou o número de telespectadores e, conseqüentemente, impulsionou a indústria publicitária e os anúncios de bens de consumo.

É nesse contexto que surgem as primeiras emissoras de televisão públicas no Brasil, na forma de canais educativos, criados ainda durante a

Ditadura Militar, com o intuito de educar e alfabetizar a população, principalmente nas áreas mais distantes no país. Dessa maneira, a primeira televisão pública criada no Brasil foi a TV Universitária de Pernambuco, no ano de 1968, sob a responsabilidade da Universidade Federal de Pernambuco<sup>5</sup>. Logo depois, em 15 de junho de 1969, é inaugurada a TV Cultura, administrada pela Fundação Padre Anchieta e vinculada ao governo do estado de São Paulo.

Entretanto, para falar sobre a trajetória da TV pública no Brasil é preciso retomar historicamente o período político pelo qual passava o país na década de 1960. Com a ascensão dos militares ao poder em 1964, em um regime de exceção que durou 21 anos, nasce também a necessidade de desenvolver, integrar e mostrar a nova ordem social do país, e uma das maneiras escolhidas foi por meio dos meios de comunicação de massa, principalmente a televisão.

Para Mattos (2010, p. 48) a mídia eletrônica foi utilizada pelos militares para “construir o espírito nacional baseado na preservação das crenças, culturas e valores”. Dessa maneira, Aguiar (2012, p. 76) acrescenta que o Estado “exerce papel decisivo no desenvolvimento e regulamentação dos meios de comunicação, e em particular dos meios de transmissão, estabelecendo leis e agências regulamentadoras e adotando novas tecnologias no sistema nacional de telecomunicações”. Como parte dos planos de desenvolvimento do país, o governo decide construir um sistema de educação para as massas por meio da televisão, com o intuito de alcançar as populações excluídas dos grandes centros urbanos e, em 1967, cria a televisão educativa por meio do Decreto-Lei nº 236, que altera e complementa o Código Brasileiro de Telecomunicações (CTB), vigente desde 1962<sup>6</sup>, estabelecendo que:

Art. 13. A televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates.

---

<sup>5</sup>De acordo com Angeiras (2018), o Decreto nº 57.750, que oficializou a concessão da TV Universitária de Pernambuco, foi assinado pelo então presidente Humberto Castelo Branco em 4 de fevereiro de 1966 e a emissora teve sua primeira transmissão em 22 de novembro de 1968, consagrando-se como pioneira entre as Televisões Educativas no Brasil.

<sup>6</sup> A Lei nº 4.117, mais conhecida como Código Brasileiro de Telecomunicações, foi promulgada em 27 de agosto de 1962, regulamentada durante o Regime Militar pelo Decreto nº 236 de 28 de fevereiro de 1967, e está vigente até os dias atuais.

Parágrafo único. A televisão educativa não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos. (BRASIL,1967).

Essas mudanças na legislação vigente demonstram o impacto político que o Brasil vivia na época. “Foram inseridos artigos ao CTB que reforçam o caráter nacional da radiodifusão e ratificam a não execução dos serviços de rádio e televisão por estrangeiros e por pessoas jurídicas” (ANGEIRAS, 2018, p. 73). Além disso, o decreto estipulou a reserva de canais de televisão em todas as capitais de estados e cidades com população igual ou superior a 100 mil habitantes, destinando-os à televisão educativa, o que criava condições favoráveis ao seu desenvolvimento. Dessa forma, a TV pública é inaugurada no Brasil, representada pelas TVs Educativas, ou seja, emissoras sem fins lucrativos, de caráter pedagógico, por meio de um órgão oficial voltado para o fomento de programação educativa, a Fundação Centro Brasileiro de Televisão Educativa (FCBTVE).

De acordo com Silva Júnior (2013), em 1950 existiam três modelos mundiais estabelecidos: Estatal (modelo soviético), Comercial (modelo americano) e Público (modelo britânico). Este último, segundo o autor, nasce na Europa e é formulado por conceitos como busca de controle pelo poder público; repúdio ao modelo comercial dos Estados Unidos; e instrumento de democratização social.

Nessa perspectiva, Leal Filho (1988 *apud* SILVA JUNIOR, 2013, p. 23) contextualiza o surgimento da TV educativa como “uma clara decisão política neste cenário. É neste capítulo da história da televisão que a atuação do Regime Militar, até então discreta e indireta, torna-se explícita”. Aguiar (2012, p. 76) vai além e defende que, por ter feito parte de mais da metade da história da TV no nosso país, “suas ações ainda continuam a ter reflexo na estrutura que temos no país como um todo e também no setor de televisão”.

Para compreender melhor o desenvolvimento e a evolução da televisão brasileira, Mattos (2010) faz uma separação em fases e nomeia o período de 1964 a 1975 de Fase Populista, já que o governo militar aumentou a produção

de aparelhos televisivos e introduziu uma política de crédito para que as camadas menos favorecidas da população tivessem acesso ao meio de comunicação. De acordo com o autor, “a partir de 1964, quando o país tentava encontrar os caminhos do desenvolvimento, a televisão passou a ser considerada como um dos símbolos da modernidade pretendida” (MATTOS, 2010, p.100), além de representar um instrumento na construção de um senso de unidade para um país com dimensões continentais. Uma das maneiras de alcançar o desenvolvimento desejado foi distribuindo concessões de canais educativos para todas as capitais e grandes cidades brasileiras, numa clara intenção de unificar o país<sup>7</sup>.

## **2.1 As fases de desenvolvimento da TV pública brasileira**

Para falar da história da TV pública no Brasil, Valente (2009) também cria fases, separando-as da seguinte maneira: a fase da TV como instrumento de teleducação, que vai de 1967 a 1981; a fase de inserção qualificada na concorrência, entre os anos de 1981 e 1993; e, por último, a fase de crise e reestruturação, que tem início em 1993 e vai até 2007. A fim de contemplar a trajetória da televisão pública brasileira desde a sua origem até os dias atuais, é necessário acrescentar ainda uma quarta fase, que tem início em 2007 com a criação da TV Brasil e segue até a atualidade, mostrando o desenvolvimento desse novo modelo de fazer TV pública no país.

### **2.1.1 A TV pública como instrumento de teleducação (1967-1981)**

Desde sua criação até o início da década de 1980, as televisões educativas tinham vocação exclusivamente educacional e focavam na criação de teleaulas, promovendo uma educação a distância. Em 1974, é implantado no Brasil um sistema doméstico de comunicações por satélite e elaborado o Projeto de Satélites Avançados de Comunicações Interdisciplinares (Saci), a fim de reduzir o número de analfabetos, já que isso era um dos entraves a tão

---

<sup>7</sup>Decreto nº 236/67: Art. 15. Dentro das disponibilidades existentes ou que venham a existir, o CONTEL reservará canais de Televisão, em todas as capitais de Estados e Territórios e cidades de população igual ou superior a 100.000 (cem mil) habitantes, destinando-os à televisão educativa.

sonhada modernização do país, principalmente nas regiões Norte e Nordeste<sup>8</sup>. O projeto foi interrompido em 1978 por causa dos altos custos, mas abriu as portas para a criação de TVs educativas e universitárias em diversos estados do Brasil.

A primeira TV educativa implantada foi a TV Universitária de Pernambuco em 1968. Entre os anos de 1968 e 1975, foram criadas outras oito emissoras educativas com vinculações diversas (FRADKIN, 2003) como pode ser visto no Quadro 1. A responsabilidade de implantar as televisões ficou a cargo dos governos estaduais e das fundações constituídas no Brasil, cujos Estatutos não contrariassem o Código Brasileiro de Telecomunicações, conforme estabelecia o Art. 14 do Decreto-Lei nº 267.

Em 1967, Abreu Sodré, então governador de São Paulo, criou a Fundação Padre Anchieta – Centro Paulista de Rádio e Televisão Educativa e comprou a TV Cultura dos Diários Associados. “Imediatamente após a venda, a TV Cultura encerrou suas atividades, aguardando que o governo do Estado lhe desse novos equipamentos e infraestrutura” (LIMA, 2008, p. 43). O autor lembra ainda que, com o propósito de implantar uma televisão educativa de alto nível, o governo decidiu esperar para fazer um planejamento, receber equipamentos modernos para só então iniciar as atividades do novo canal.

Finalmente, em 15 de junho de 1969, é inaugurada a TV Cultura de São Paulo, trazendo como missão “promover a formação crítica do homem para a cidadania através da educação, cultura, arte, informação e entretenimento” (SILVA JÚNIOR, 2013, p. 44). O autor explica que

A proposta inicial da FPA já se baseava no escopo público e suprapartidário da BBC de Londres. Assim como em sua predecessora inglesa, sua administração seria entregue a um conselho misto com representantes de instituições públicas e privadas, aqui ligadas à educação e cultura em São Paulo, tais como USP, Unicamp, PUC, entre outras. (SILVA JÚNIOR, 2013, p. 55).

---

<sup>8</sup>Cf. MENEZES, Ebenezer Takuno de; SANTOS, Thais Helena dos. Verbetes Projeto Saci. **Dicionário Interativo da Educação Brasileira** - Educabrazil. São Paulo: Midiamix, 2001. Disponível em: <https://www.educabrazil.com.br/projeto-saci/>. Acesso em: 25 de maio 2018.

Para tanto, o governador Roberto de Abreu Sodré fez viagens à Europa e ao Canadá, a fim de conhecer e entender o funcionamento da Televisão Pública e as possibilidades de uma pedagogia voltada à educação a distância por meio da televisão (LIMA, 2008).

*Quadro 1 – Primeiras emissoras educativas e suas vinculações*

EMISSORA	DATA DE INAUGURAÇÃO	VINCULAÇÃO
TVU de Pernambuco	22/11/1968	Universidade Federal - Ministério da Educação
TV Cultura de São Paulo	15/06/1969	Fundação Priv. Estadual - Secretaria de Cultura
TVE do Maranhão	01/12/1969	Fundação Pública Estadual - Secretaria de Educação
TVE do Amazonas	12/03/1971	Fundação Pública Estadual – Secretaria de Cultura
TVU do Rio Grande do Norte	02/12/1972	Universidade Federal - Ministério da Educação
TVE do Ceará	07/03/1974	Fundação Pública Estadual - Secretaria de Educação
TVE do Rio Grande do Sul	29/03/1974	Adm. Direta Estadual - Secretaria de Educação
TVE do Espírito Santo	13/06/1974	Fundação Pública Estadual - Secretaria de Educação
TVE Rio de Janeiro	05/11/1975	Fundação Pública Federal - Ministério da Educação

Fonte: elaborado pela autora a partir de Fradkin (2003).

Embora já houvesse o desejo de constituir uma TV pública nos moldes da BBC, a Fundação Padre Anchieta não tinha liberdade para produzir o seu conteúdo, já que todas as TVs educativas eram alimentadas pelas produções realizadas pelo Programa Nacional de Teleducação (Prontel), instituído em 1972. O fato é que “enquanto os executivos estaduais construía suas



televisões e rádios, o governo federal atuava como centro de produção de programas educativos” (INTERVOZES, 2009, p. 271).

Já em 1975, o executivo federal passou a atuar como operador das emissoras. No mesmo ano, foi criada a TVE do Rio de Janeiro, que veiculava as produções da FCBTVE, além disso, “foi aprovada a Lei nº 6.301, que criou a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobras) como órgão responsável pela exploração dos serviços de rádio e TV do governo” (INTERVOZES, 2009, p. 271).

### **2.1.2 Inserção mais qualificada na concorrência televisiva (1981-1993)**

Na década de 1980, o setor começou a ver algumas mudanças, principalmente em relação à educação a distância, que é deixada de lado por causa do alto custo. Valente (2009, p. 69) justifica a delimitação da fase pela busca de um novo papel na concorrência televisiva por meio das emissoras educativas, “levemente menos marginal e mais qualificado quanto à disputa da atenção do público adotando um perfil mais generalista e menos centrado nos programas educativos”.

Entre os principais motivos para a mudança de paradigma na televisão pública estão a redução da força do projeto militar, com o início do movimento das Diretas Já; a queda no repasse de recursos pelo governo; e a busca de audiência para justificar sua existência (VALENTE, 2009). Outro impulso dado às TVs públicas foi a promulgação da Lei Sarney (Lei nº 7.505/86), que permitiu a captação de patrocínios e flexibilizou a proibição do repasse, imposto pelo Decreto-Lei nº 236/67.

Com as dificuldades enfrentadas pelas emissoras pequenas, foi criado o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (Sinred), numa tentativa de produzir um intercâmbio de programas entre elas. Foi nesse período que surgiram outras emissoras educativas como a TV Cultura do Pará, a TVE do Piauí, a TVE de Alagoas, a TV Aperipê de Sergipe, a TVE da Bahia, a TV Minas Educativa e Cultural, de Minas Gerais, a TVE do Paraná e a TVE do Mato Grosso do Sul, também foram inauguradas as primeiras retransmissoras

fora de capitais, exemplos disso são a TVE de Alfenas e a TVE de Juiz de Fora (FRADKIN, 2007)<sup>9</sup>.

De acordo com Fradkin (2007), “essas dez novas emissoras vieram se juntar às nove iniciais e, por muitos anos (até 1994), integraram o SINRED, até a sua extinção, em 1996”. Contudo, a maior barreira era a interiorização, uma vez que não havia canais educativos suficientes nas cidades do interior do país.

A solução dada pelo governo foi a permissão, por meio do Decreto nº 96.291, de 1988 e pela Portaria do Ministério das Comunicações nº 93, de 1989, para que as retransmissoras de TV (RTVs) pudessem veicular 15% de programação local. Assim, prefeituras e outras entidades teriam interesse em obter uma retransmissora, pois poderiam inserir parte de programação própria para aquela localidade.(INTERVOZES, 2009, p. 272).

Entretanto, na prática, o que aconteceu foi que grandes emissoras como a TV Cultura de São Paulo e a TVE Rio de Janeiro ficaram como as responsáveis por transmitir a maior parte desse conteúdo. As pequenas emissoras, por sua vez, começaram a ser exploradas para fins políticos, por ser menos regulamentadas, mais baratas e sem impedimentos quanto ao conteúdo (FRADKIN, 2007). Fradkin (2007) problematiza, e defende que essa exploração dos canais educativos por políticos e empresários acarretou um desvio nos rumos da televisão educativa, já que “várias retransmissoras mistas passaram a inserir publicidade (expressamente proibida na já citada Portaria Nº 93) enquanto outras transmitiam jogos de futebol gerados por emissoras comerciais” (FRADKIN, 2007, p.1).

Em contraponto, emissoras como TV Cultura e TVE Rio de Janeiro aproveitam o fim da Ditadura Militar e a nova forma de captação de recursos para ampliar sua programação, ganhar audiência e se tornarem referência em qualidade. A TV Cultura inicia a veiculação de uma programação diversificada, inaugurando um processo de construção de uma TV pública nacional (SILVA JÚNIOR, 2013, p. 56). É nesse período que surgem programas como o *Roda*

---

<sup>9</sup> Cf. FRADKIN, Alexandre. A TVE ou não é?. **Observatório da Imprensa**, n. 433, 18 maio 2007. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-tve-ou-nao-e/> Acesso em: 20 maio 2019.

*Viva e o Metrópolis*, dando início a uma das fases mais prósperas da emissora, sob a gestão de Roberto Muylaert. A TVE Rio de Janeiro também adota nova programação, sob o slogan “A Nova Imagem da Liberdade” (VALENTE, 2009, p. 71), e decide colocar no ar programas antes vetados pela ditadura, um desses exemplos é o programa *Sem Censura*, exibido até hoje pela emissora.

### **2.1.3 Crise e reestruturação (1993-2007)**

A década de 1990 chega marcada pelas políticas neoliberais, promovidas, principalmente, durante o governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002), que buscavam diminuir as estruturas do Estado. Tais mudanças afetaram diretamente as TVs públicas. Aguiar (2012, p. 134) lembra que, durante o período, as principais expressões de TV Pública no Brasil, a “TV Cultura e a TVE do Rio de Janeiro, foram sucateadas e levadas a adotar um modelo de sustentabilidade mais integrado às verbas publicitárias”. Com a redução de receitas orçamentárias e a crise de administração no governo FHC, as televisões públicas por todo o Brasil foram sucateadas, fator agravado pela entrada da TV Cultura no satélite, “provocando uma ruptura no frágil equilíbrio que sustentava o Sinred, pois sua programação, àquela época, era de qualidade indiscutivelmente superior” (FRADKIN, 2003, p. 3).

É nesse momento que surge a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC). Fradkin (2003) explica que em 1999 as emissoras que participavam da Associação “criaram a Rede Pública de Televisão – RPTV com o objetivo de estabelecer uma grade de programação comum e obrigatória para todas as emissoras associadas” (FRADKIN, 2003, p. 4). Essa programação era mais plural e abrangia programas jornalísticos, culturais e de entretenimento sem deixar de lado a educação.

Entretanto, as disputas internas fizeram com que o projeto da RPTV não prosperasse. Valente (2009) relata que

Desde a concepção, a iniciativa era atravessada por uma disputa entre a TV Cultura, então emissora com a melhor programação entre as associadas, e a TVE do Rio de Janeiro, que historicamente constitui-se como a coordenadora dos

sucessivos programas governamentais de integração e organização das emissoras em arquiteturas sistêmicas. (VALENTE, 2009, p. 81).

Se por um lado, as emissoras públicas de canais abertos estavam em crise; por outro lado, uma iniciativa do Governo Federal abriu um leque de novos canais públicos na TV a Cabo. Sancionada em 6 de janeiro de 1995, a Lei nº 8.977, mais conhecida como Lei do Cabo, regulamentou o serviço e impulsionou a expansão da rede de emissoras de TV públicas, com a criação de canais legislativos, que até então não faziam parte do modelo de comunicação brasileiro.

O artigo 23 da Lei nº 8.977/95 previu uma série de canais básicos de utilização gratuita que deveria fazer parte de todos os pacotes de TV a Cabo. Entre eles: canais municipais e estaduais para Câmara de Vereadores e Assembleia Legislativa, respectivamente; um canal reservado para a Câmara dos Deputados; um canal para o Senado Federal; um canal universitário; um canal educativo-cultural; um canal comunitário; além de um canal para o Supremo Tribunal Federal. No entanto, sem uma política de fomento aos canais e investimento em conteúdo local, a criação desses novos canais foi lenta e desordenada e, até hoje, sem grande relevância para o público assinante de TV a Cabo.

O período de crise se estende até o primeiro governo Lula (2003-2006), quando as mudanças ainda são tímidas, com tentativas de discutir o futuro da TV pública brasileira, como a realização do seminário realizado pela Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), “O futuro da TV pública”, que discutiu os caminhos da TV pública e novas formas de pensar o tema (INTERVOZES, 2009). Contudo, foi só em 2006 que o assunto ganhou maior notoriedade e a discussão foi tema de um fórum promovido pelo Ministério da Cultura e apoiado pela Casa Civil, Radiobrás, TVE e associações como Abepec, Astral, ABTU e ABCCOM. O I Fórum Nacional de TVs Públicas teve como objetivo “discutir o desenvolvimento da TV pública no Brasil” (NAZARENO, 2007, p. 12).

É a partir desse momento que a TV pública ganha um novo fôlego e nasce o escopo para a criação de uma nova rede de televisão pública no Brasil, que promete reestruturar o setor e dar um novo significado para o termo no país.

#### **2.1.4 Um novo modelo de TV Pública (2007 - dias atuais)**

Apesar de Valente (2009) só classificar três fases para a televisão pública no Brasil, considera-se pertinente sugerir uma quarta fase, que seria a partir da criação da TV Brasil em 2007, e mostrar como o setor da comunicação pública se desenvolveu a partir da criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

Valente (2009, p. 90) propõe o conceito de televisão pública como “aquelas vinculadas, mantidas, exploradas e controladas pelo Estado”. Entretanto, esse conceito pode ser controverso já que pode ser confundido com o conceito de TV Estatal. Sobre esse tema, Coutinho e Oliveira Filho (2014) explicam que há semelhanças entre os modelos, já que os dois são financiados com o dinheiro público e tem um possível vínculo com a União. No entanto, uma das diferenças básicas é que enquanto a TV Estatal é voltada para divulgação de ações do Governo Federal, a TV Pública deve ser local de variedades de gêneros e formatos e, acima de tudo, um espaço para o cidadão e para discussões relevantes para a sociedade. Durante o I Fórum Nacional de TVs públicas, que discutia a necessidade de instituir uma verdadeira comunicação pública no Brasil, os Grupos de Trabalho chegaram a uma definição de TV Pública como:

Entidade jurídica prestadora de serviço público de radiodifusão e cabodifusão de sons e imagens, sem fins lucrativos, prestados num regime jurídico caracterizado pelo controle e participação da sociedade civil, permitindo cooperação entre si, e com financiamento de recursos públicos e privados. (NAZARENO, 2007, p. 12).

A Lei nº 11.652 de abril de 2008, que autoriza a constituição da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), estabelece como alguns dos princípios básicos dessa empresa pública: a promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo; a produção e

programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas; a promoção da cultura nacional, o estímulo à produção regional e à produção independente; o respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

A EBC, encarregada de toda a comunicação do Governo Federal, cumpre sua função de prestadora de serviços e contribui para o objetivo de ampliar o debate público sobre temas nacionais e internacionais, de fomentar a construção da cidadania, com uma programação educativa, inclusiva, artística, cultural, informativa, científica e de interesse público, com foco no cidadão. Além de ser formada por estações de rádio e da Agência Brasil<sup>10</sup>, a empresa é responsável por três emissoras de televisão: a NBR, canal do poder executivo; a TV Brasil Integración, que leva conteúdo do Brasil para a América Latina; e a TV Brasil, que nasce de uma fusão entre a TV Nacional de Brasília e as TVE do Rio de Janeiro e Maranhão (INTERVOZES, 2009).

Nesse contexto, a TV Brasil surge com o objetivo de ser a primeira TV efetivamente pública de dimensão nacional. Seu modelo de gestão, estabelecido pela Lei nº 11.652/08, é formado por Diretoria Executiva, Conselho Curador, Conselho Administrativo e Conselho Fiscal.

Seu modelo de financiamento se divide entre dotações orçamentárias, prestações de serviço, distribuição de publicidade legal do Poder Executivo, apoios culturais, publicidade institucional, receitas obtidas por meio de leis de incentivo à cultura e ao audiovisual. Essa organização levou a crer que estávamos caminhando para uma comunicação mais democrática, com plena participação da sociedade.

No entanto, alguns pontos devem ser ressaltados. Apesar de ter sido criada com o princípio de “independência em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição do conteúdo” (AGUIAR, 2012, p. 154), a TV Brasil foi vinculada à Secretaria de Comunicação Social (Secom) e seu diretor-presidente e diretor-geral são indicados pelo Presidente

---

<sup>10</sup>A Agência Brasil é uma agência pública de notícias, criada em 1989, após a incorporação da Empresa Brasileira de Notícias (EBN) pela extinta Empresa Brasileira de Comunicação (Radiobras). Atualmente, integra o sistema público de comunicação.

da República. Além de ter em seu conselho curador 15 pessoas indicadas pelo Presidente. Sobre isso, Valente (2009, p. 148) lembra que “o fato da indicação de membros da sociedade ser feita pelo Presidente da República condiciona o acesso das classes dominantes ao aparelho à força hegemônica do Executivo Federal”.

Silva Júnior (2013) explica que a TV Pública é o espaço onde o cidadão encontra a representação plural da sociedade. Um lugar de acesso universal a todos os cidadãos; com referência identitária; com acesso à variada gama de opinião, debate, informação detalhada; diversidade de programas; e independência política, editorial e financeira.

O desejo da sociedade de criar uma nova forma de fazer comunicação pública que superasse os modelos passados de atrelamento dos canais públicos aos governos parecia que iria se concretizar com a EBC. No entanto, na prática, o que vimos foi a dependência ao Executivo Federal tanto na gestão quanto no financiamento, o que causa desconfiança sobre a independência e democracia por meio das quais a empresa pública se define.

Sobre o conteúdo, Coutinho e Oliveira Neto (2014, p. 9) mostram que “há dependência das agendas oficiais, sendo que a maior parte das matérias era da editoria de cotidiano (32,32%), seguido pela de política”, além da falta de debates políticos, o que acaba empobrecendo o conteúdo e diminuindo a possibilidade de responder aos anseios da sociedade. Os autores também ressaltam que muitas das práticas jornalísticas são consideradas semelhantes às das emissoras comerciais, quando deveriam fazer um jornalismo mais responsável e voltado aos interesses do público.

O panorama atual da TV pública no Brasil se distancia ainda mais de um modelo ideal de comunicação pública, como nos moldes europeus. Isso porque em 2017, um ano após o golpe que destituiu a presidente Dilma Rousseff, foi sancionada a Lei nº 13.417/17 que altera a Lei nº 11.652/08, responsável pela criação da EBC. Entre as principais mudanças estão a vinculação da EBC, que deixa de responder à Secretaria de Comunicação Social (Secom) e passa a ser vinculada à Casa Civil da Presidência da República; a extinção do Conselho

Curador; e o fim do mandato fixo para o presidente da empresa, o que garantia autonomia em relação ao Governo Federal.

Responsável por zelar pelos princípios e pela autonomia da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), o conselho curador atuava de forma a impedir que houvesse ingerência indevida do governo e do mercado sobre a programação e gestão da comunicação pública. Também era ele o responsável por representar os anseios da sociedade, em sua diversidade, na aprovação das diretrizes de conteúdo e do plano de trabalho da empresa. Com a nova lei, a empresa pública deixa de ter a sociedade como mentora e passa a ser comandada pelo Executivo Federal.

Em moção de repúdio, publicada no site da EBC, o Conselho Curador

repudia de forma veemente a Medida Provisória 744[...]que acaba com o caráter de empresa de comunicação pública. A MP 744 é uma afronta aos princípios constitucionais que estabelecem a comunicação pública como um direito da sociedade brasileira. A medida fere o artigo 223 da Constituição Federal, que prevê a complementaridade dos sistemas público, privado e estatal. (EBC, 2016).

Em entrevista ao site *Brasil de Fato*, a última presidenta do conselho, Rita Freire, diz que a empresa abandonou o modelo de comunicação pública, que se pauta no interesse social e coletivo. “O que está acontecendo com a EBC hoje, além do desmonte de vários setores, é servir ao governo federal como uma linha da transmissão dos seus interesses” (BRASIL DE FATO, 2016).

A Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão, do Ministério Público Federal, defende em nota técnica a inconstitucionalidade da MP que mais tarde se tornou lei.

Para os membros do Ministério Público Federal, as inúmeras modificações na estrutura da EBC demonstram que a intenção foi enfraquecer a autonomia na formulação da linha editorial e da programação da emissora, buscando, assim, torná-la mais vulnerável em face do mercado e, em especial, do Poder Executivo. (MPF, 2016).



Já o coletivo Intervezes (2017) denuncia que desde a edição da MP 744, em outubro de 2016, “dezenas de profissionais foram demitidos, programas foram retirados da grade das emissoras, contratos foram cancelados e funcionários estão sendo perseguidos” (INTERVOZES, 2017).

É importante ressaltar que, nos últimos 10 anos, a TV Brasil veiculou mais de 400 programas entre as categorias cidadania, cultura, educação, esportes, infantil e notícias, com programação voltada para o cidadão. Atualmente, conta com mais de quatro horas diárias de jornalismo ao vivo, exibe um programa voltado para pessoas portadoras de deficiência e é a única TV aberta que dedica especial atenção ao público infantil, com a transmissão de mais de sete horas diárias de programas, além de contar com programas premiados compondo sua grade semanal.

## **2.2 TV Cultura: 50 anos de conquistas e desafios**

A TV Cultura entrou no ar no dia 20 de setembro de 1960 com caráter comercial e fazia parte dos Diários Associados, império de comunicação de Assis Chateaubriand. Nessa época o governo de São Paulo desenvolvia junto com a TV Cultura o projeto chamado Sefort, Serviço de Educação e Formação pelo Rádio e Televisão, o primeiro passo para a TV educativa (LIMA, 2008).

Quando Roberto de Abreu Sodré assumiu o governo de São Paulo em 1967, tinha o projeto de criar um canal para promover a educação e a cultura. Para tanto, agiu da seguinte maneira: “de um lado, criou a Fundação Padre Anchieta – FPA, entidade de direito privado que devia gerir as futuras emissoras de rádio e TV. De outro, adquiriu do grupo de Assis Chateaubriand, com alguma facilidade, mas não sem polêmica, a TV Cultura, Canal 2” (LIMA, 2008, p. 42).

Só em 16 de junho de 1969, a emissora é relançada com caráter público, de propriedade do governo do Estado de São Paulo e administrada pela Fundação Padre Anchieta. A TV surge inspirada em emissoras públicas como a PBS americana e a BBC britânica, com proposta de fazer uma comunicação pública e isenta, com missão baseada em quatro princípios básicos: educação, cultura, informação e entretenimento de qualidade.

Para isso, a Fundação Padre Anchieta foi instituída pela Lei Estadual nº 9.819/67 e regulamentada pelo Decreto Estadual nº 48.660 que estabelece a autonomia financeira e administrativa e proíbe finalidades político-partidárias. A fim de garantir o cumprimento dessa missão, também foi criado um Conselho Curador composto por 35 membros, dos quais 8 são representantes do governo Municipal e Estadual, 3 vitalícios e o restante são representantes da sociedade civil. Atualmente, o Conselho Curador é composto por 47 membros, dos quais 3 são vitalícios, 20 são natos, 23 são eletivos e 1 é representante dos funcionários da Fundação, sendo o diretor-presidente e os diretores executivos escolhidos pelo conselho para mandatos de 3 anos.

Durante os primeiros anos no ar, a emissora tinha um caráter mais elitista, sem se preocupar com a audiência, somado a isso podemos citar a rigidez imposta pela Ditadura Militar que engessava ainda mais a programação. Essa realidade veio mudar já na década de 1970, com a introdução de conteúdo jornalístico na emissora. Apesar de José Bonifácio Nogueira, então presidente da FPA, ter ressalvas quanto à censura, o jornalista Fernando Pachêco Jordão conseguiu convencê-lo a criar um telejornal semanal em 1971. O jornal *Foco na Notícia* era uma espécie de revista voltada para o noticiário internacional (LIMA, 2008).

Em seguida, no ano de 1972, foi substituído pelo telejornal *Hora da Notícia*, dessa vez diário, com a proposta de fazer um conteúdo diferenciado e voltado para a educação e a formação do cidadão (JESUS, 2015). A mudança foi proposta por Vladimir Herzog, convidado para dirigir o departamento de jornalismo da emissora. O jornalista havia trabalhado na BBC e tinha a intenção de colocar em prática sua experiência de jornalismo isento e comprometido com a população. A ideia era contrapor a imagem de tranquilidade e segurança nacional pretendida pelo Estado.

O HN é caracterizado ainda pela exibição das reportagens especiais produzidas pelo cineasta João Batista de Andrade, cujo objetivo fim era provocar na sociedade o senso crítico na busca pelo retorno da democracia, obscurecida pela repressão imposta pelo regime militar. (JESUS, 2015, p. 81).

Lançado no período de maior repressão do Regime Militar, na época sob o comando de Emílio Médici e com o AI-5 instaurado, o jornal *Hora da Notícia* abordava temas diretamente ligados ao telespectador e praticava um jornalismo interpretativo (MEIRELLES; BISPO, 2013), algo inusitado levando em consideração o período conturbado em que o Brasil se encontrava. Lima explica que

a equipe de jornalistas tinha uma consciência clara das dificuldades de se fazer jornalismo naquele momento político, durante o governo do general Médici. Existia também uma vontade de mudar os conteúdos da informação, fazer o telejornalismo de investigação, de questionamento, como um serviço de informação prestado à sociedade, uma proposta de consciência sobre os fatos. (LIMA, 2019, p. 62).

Sérgio Mattos (2010) lembra que, entre 1964 e 1985, a televisão foi diretamente influenciada pelo governo, marcada pelo desenvolvimento das telecomunicações e, ao mesmo tempo, por uma grande preocupação com o conteúdo e a forte censura. Isso gerava constantes conflitos entre os responsáveis pela programação da emissora e o governo estadual que a comandava.

Mesmo com todas as barreiras, o resultado da nova maneira de fazer jornalismo teve a aprovação do público, o que pôde ser percebido pela audiência, “passando praticamente de zero para números como 3% e 4%, o que podia ser classificado como excelente para a época” (MEIRELLES; BISPO, 2013, p. 109). Contudo, as represálias por parte do governo eram constantes, assim como as tentativas de interferência no conteúdo veiculado, como previa Bonifácio, o que provocou demissões e desentendimentos dentro da emissora.

O episódio mais marcante se deu em 1975, quando o diretor de jornalismo da emissora, Vladimir Herzog, foi convocado para prestar esclarecimentos no DOI-CODI (Destacamento de Operações e Informações – Centro de Operações de Defesa Interna) e acabou morto. Depois do episódio, o Departamento de Telejornalismo entrou em regime de medo, o que culminou na extinção do jornal (GARCIA, 2011).

Além do jornalismo, a TV Cultura seguia com foco em sua programação infantil, liderada por *Vila Sésamo*<sup>11</sup> e com os programas educativos como Tele Escola, Curso de Auxiliar de Administração de Empresas, Curso de Auxiliar de Comércio Exterior e cursos de idiomas. No ano de 1977, vai ao ar pela primeira vez o programa dominical de entrevistas *Vox Populi*, após uma proposta de reformulação da grade feita pelo jornalista Roberto Muylaert. Lima (2019) lembra que o *Vox Populi* foi

um programa de entrevista que teve um papel relevante na volta da democracia no Brasil. Era um programa inovador, no qual a equipe de produção saía à rua gravando perguntas de populares para o entrevistado. O primeiro entrevistado foi o polêmico secretário da Segurança Pública, coronel Erasmo Dias, célebre por sua truculência, uma escolha que de certo modo, sacramentava o programa aos olhos do regime, garantindo sua exibição. (LIMA, 2019, p. 71).

Em 1986, dá-se início a uma nova era na TV Cultura. Com o fim do Regime Militar, a redemocratização do país e a eleição de Roberto Muylaert<sup>12</sup> para presidente da Fundação Padre Anchieta, a TV Cultura inicia a sua fase mais próspera. “Foi o período também em que a TV ganhou muitos prêmios, obteve os maiores índices de audiência, realizou grandes investimentos e, como se pode ver posteriormente, contraiu várias dívidas deixadas para a gestão seguinte” (GARCIA, 2011, p. 122)

Muylaert tinha como objetivo desfazer a mentalidade de televisão estatal que dominava até então. Rocha (2010, p. 10) explica que “é a partir desse momento que a programação da TV Cultura sofre alterações que a deixam mais informativa e menos educativa”. Na gestão Muylaert, a TV ganhou um novo transmissor e passou a operar em um canal via satélite, deixando de ser uma emissora local e passando a transmitir para todo o Brasil.

Após uma pesquisa para conhecer seu público, o presidente da FPA, Roberto Muylaert descobriu que a TV Cultura só era assistida pelas classes A e B, e por consequência, considerada uma emissora elitizada, pois seu sinal não

---

<sup>11</sup>O programa *Vila Sésamo* foi importado dos Estados Unidos pela TV Cultura em parceria com a TV Globo. Como os custos de produção eram altos, e precisavam de anunciantes a parceria com a emissora comercial foi fundamental para o êxito do projeto (LIMA, 2019).

<sup>12</sup> Roberto Muylaert permaneceu na presidência da Fundação Padre Anchieta entre 1986 e 1995 (LIMA, 2008).

alcançava os bairros de periferia. Depois de mudar seu transmissor, “mudou também o perfil de seus espectadores, que passou a ser predominantemente das classes C e D.” (LIMA, 2019, p. 118)

Foi também nesse período que a TV Cultura lança o *Jornal da Cultura*, que estreou em 29 de dezembro de 1986 e até hoje se configura como o principal telejornal da emissora, exibido de segunda a sábado, às 21h15. Ele surge como uma novidade, pois “suas pautas contavam com convidados para discutir assuntos como economia, política, saúde e educação, que debatiam os prós e os contras, contando com o ponto de vista do cidadão” (LIMA, 2019, p. 100), cumprindo, dessa maneira, seu papel de ser um telejornal de análise e compreensão dos acontecimentos, algo que não era feito na época.

Para além do jornalismo, a gestão Muylaert representou um avanço na programação em geral, com programas de arte, cultura e infantil, utilizando uma linguagem que conversava com os públicos das mais diversas faixas etárias. Programas como *Matéria Prima* e *Fanzine*, além de séries como *Confissões de Adolescente* para os jovens. Para as crianças, programas como *Rá-tim-bum*, *Castelo rá-tim-bum*, *Mundo da Lua* e *X-Tudo*, que se tornaram símbolos da infância de quem cresceu nos anos 1990. “A conquista de importantes prêmios internacionais para a emissora e, em particular, para a sequência de programas infantis, como *Rá-Tim-Bum*, *Castelo Rá-tim-bum* e *Mundo da Lua* levaram a TV Cultura a figurar no cenário mundial das televisões públicas” (LIMA, 2019, p. 130).

Em 1995, Jorge da Cunha Lima assume a presidência da Fundação Padre Anchieta e, apesar dos anos de glória, a gestão anterior também deixara dívidas que se agravaram com o corte de verbas feitos pelo governo estadual. A gestão de Cunha Lima foi marcada por demissões e reestruturação para manter a programação de qualidade (GARCIA, 2011). Uma alternativa foi a procura de verbas no setor privado e em publicidade institucional de órgãos municipais, estaduais e federais, “o que atenuou, mas não resolveu os problemas financeiros, além de receber críticas de pessoas que consideravam inaceitável a presença de anúncios nos intervalos da programação” (LIMA, 2019, p. 134).

Rocha (2010) afirma que a gestão de Jorge da Cunha Lima foi um período de dívidas, reprises e redução da capacidade de produção. Durante os nove anos que esteve à frente da presidência da Fundação Padre Anchieta, Cunha Lima foi alvo de polêmica e desconfiança, resultando em acusações de sindicatos e políticos, além de uma CPI que investigou as contas da emissora. Garcia (2011) corrobora, avaliando que “a presidência de Cunha Lima foi marcada pelo sucateamento e pela defasagem tecnológica” (GARCIA, 2011, p. 129).

Em 2004, Jorge da Cunha Lima não conseguiu se reeleger para o quarto mandato e perdeu o cargo de presidente da FPA para Marcos Mendonça que ficou à frente da Fundação entre 2004 e 2007, e depois de 2013a 2019. No ano de 2005, comandado por Rolando Boldrin, estreia o programa *Sr. Brasil*, que mostra as mais diversas vertentes da música popular brasileira e acabou se tornando a cara da TV Cultura. “Logo em seu ano de estreia ganhou o prêmio APCA de melhor programa da televisão brasileira” (LIMA, 2019, p. 172).

Com pontos positivos e negativos, a primeira Gestão Mendonça, entre 2004 e 2007, é marcada pelos formatos mais comerciais e a inserção de propagandas de varejo. “Mendonça via nisso um grande feito, já que o faturamento da emissora subiu de pouco mais de 300 mil reais por mês para cerca de um milhão, esquecendo-se que o 5º. estatuto da Fundação Padre Anchieta proíbe a veiculação de publicidade na emissora” (GARCIA, 2011, p.133).

Depois disso, em junho de 2007, o jornalista Paulo Markun assume a presidência da FPA e permanece até 2010. Com promessa de fazer uma gestão voltada para a busca de excelência na programação, a realidade foi um pouco diferente do que planejado. O ombudsman da TV Cultura, Ernesto Rodrigues, fazia constantes críticas à programação, considerada por ele como elitista (GARCIA, 2011).

Logo no início do mandato do novo presidente, o núcleo de jornalismo da televisão passou por uma reformulação. O Jornal da Cultura foi repaginado, ganhou novos apresentadores, cenário e equipamentos de captação e edição que

modernizaram e agilizaram sua realização. (LIMA, 2019, p.177).

Também em 2007 foi criado o programa *Opinião Nacional*, que a cada semana trazia convidados para debater um assunto de interesse público, situando o telespectador acerca do tema, além de responder perguntas da plateia e dos telespectadores, marcando o início da interação no jornalismo produzido pela emissora (LIMA, 2019).

Markun foi sucedido por João Sayad, ex-secretário de cultura indicado pelo então governador José Serra e, como de costume, aprovado pelo Conselho Curador. Sua gestão começou com reestruturações na grade de programação e demissões no quadro de funcionários (GARCIA, 2011), em contrapartida, Sayad terminou seu mandato à frente da Fundação Padre Anchieta com um aumento de 30% na captação de recursos e um aumento de 20% na audiência (LIMA, 2019).

Porém, como audiência não é sinônimo de sucesso no caso da TV Cultura, o Intervozes (2012) publicou um dossiê denunciando os desmontes e as privatizações durante a gestão de Sayad. Segundo o documento, a TV Cultura retrocedeu pelo menos 15 anos com a demissão de profissionais qualificados e equipes sobrecarregadas.

As gestões anteriores da Fundação, com Marcos Mendonça e Paulo Markun, já demonstravam a carência de investimentos e recursos. Um contrato de gestão que o governo paulista obrigou a Fundação Padre Anchieta a assinar em 2009 já indicava o futuro das Rádios e TV Cultura com míseros recursos. Este contrato previa a redução gradual de verbas orçamentárias para a TV e o conseqüente aumento da captação publicitária. (INTERVOZES, 2012).

Entre os programas que foram extintos durante a gestão de Sayad estão: *Cultura Retrô*; *Nossa Língua*; *Vitrine*; *Entrelinhas*; *Grandes Momentos do Esporte*; *Letra Livre*; *Login*; *Zoom*; *A'uwe*, único programa televisivo do mundo dedicado exclusivamente à cultura indígena; *Autor por Autor*; *Teatro Rá-tim-bum*; e *Lá e Cá*, parceria entre a TV Cultura e a portuguesa RTP.

Com o excesso de demissões e o sucateamento da estrutura técnica, o jornalismo também perdeu a força das reportagens, que praticamente deixaram de ser exibidas. E o *Jornal da Cultura* ficou pautado mais em comentários do que em notícias (INTERVOZES, 2012).

A segunda gestão de Marcos Mendonça tem início em junho de 2013, com um déficit orçamentário de 43 milhões de reais e, por isso, coube a ele uma revisão dos contratos e das despesas da emissora (LIMA, 2019). O ano de 2013 também foi marcado pela realização de um seminário reunindo especialistas brasileiros e estrangeiros, com o intuito de repensar as práticas e as possíveis atualizações da Fundação Padre Anchieta e, por fim, realizado um diagnóstico e definidas frentes para um plano de ação:

implantação de um sistema de gestão organizacional; implantação de um sistema de prevenção e de controle de riscos, através da criação de uma área de conformidade; renovação da identidade institucional das marcas da fundação e de suas emissoras; implantação de um programa de sustentabilidade financeira; implantação de novos canais multiplataforma, para enfrentar a transição para o mundo digital; proposição de novas diretrizes de programação jornalística; elaboração de um projeto de relacionamento institucional com o governo federal; e reavaliação da política patrimonial, considerando otimização dos espaços e a previsão de um fundo patrimonial, que poderia incluir a disponibilização do patrimônio dispensável. (LIMA, 2019, p. 206).

A partir do diagnóstico, mudanças importantes foram implementadas. O jornalismo ganhou destaque na grade de programação, com nove programas. Ao passo que teve que se adaptar à nova realidade orçamentária, diminuindo as reportagens nacionais e focando mais nas pautas paulistas (LIMA, 2019).

Foram lançados o *Jornal da Cultura* 1ª edição, o *Hora do Esporte* e o *JC Debate*. O *Jornal da Cultura* adotou uma reunião de espelho, em que se decidia as notícias do dia, no período da tarde. A mudança trouxe mais qualidade, com pautas mais abrangentes e de maior interesse do telespectador. Foi estabelecida a produção de séries especiais de reportagens dentro do objetivo de explorar os temas com profundidade. (LIMA, 2019, p. 207).



Em entrevista ao portal UOL no ano de 2015<sup>13</sup>, Marcos Mendonça admitiu que a TV passava por dificuldades financeiras causadas por uma redução de 20% no repasse do governo estadual. O então presidente da Fundação Padre Anchieta explica que

O governo é o grande financiador da TV Cultura. No início do ano, houve um contingenciamento geral do governo do Estado, onde 20% do orçamento foi cortado. A gente tem possibilidade de comercializar espaço publicitário dentro de uma postura nossa. Bebida nós não comercializamos, nós não fazemos anúncios na área infantil. Produtos que têm alguma coisa duvidosa nós não fazemos veiculação - por exemplo, eu não vou anunciar para você um emagrecedor que promete resultados em uma semana. (MENDONÇA, 2015).

Ele completa dizendo:

O orçamento geral da TV Cultura é de R\$ 160 milhões, 170 milhões. Nós temos um enfrentamento de uma dificuldade em torno de R\$ 10 milhões. Estamos buscando caminhos para diminuir esse número e aumentar nossa receita de uma maneira que possamos nos equilibrar. (MENDONÇA, 2015).

Em 2019, último ano da gestão de Marcos Mendonça, o cenário já pode ser visto com um pouco mais de otimismo. Em entrevista ao jornal *Estado*<sup>14</sup>, em maio de 2019, Mendonça fala que encerra seu mandato com um superávit de R\$ 7 milhões, graças à publicidade, aos serviços e ao licenciamento da marca. Ele fala ainda sobre a dicotomia qualidade *versus* audiência.

Gostaria imensamente de ter a audiência da Globo, mas audiência não significa qualidade. Há necessidade de as pessoas diferenciarem esses dois itens. Nunca vou ter audiência com dança clássica, mas estou oferecendo ao público a oportunidade de assistir a um espetáculo de dança clássica em casa. A TV Cultura não faz concessões para ter audiência. (MENDONÇA, 2019).

---

<sup>13</sup> Cf. MENDONÇA, Marcos. Presidente da TV Cultura nega desmonte e diz que não haverá mais demissões. [Entrevista cedida a] Beatriz Amendola. **UOL**, São Paulo, 18 ago. 2015. Disponível em: <https://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2015/08/11/presidente-da-tv-cultura-nega-desmonte-e-diz-que-nao-havera-mais-demissoes.htm> Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>14</sup> Cf. MENDONÇA, Marcos. 'Não fazemos concessões para ter audiência maior'. [Entrevista cedida a] Pedro Venceslau. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 12 maio 2019. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,nao-fazemos-concessoes-para-ter-audiencia-maior,70002825330> Acesso em: 15 ago. 2019.

No entanto, essa não é uma opinião unânime. Isso porque o atual governador de São Paulo, João Dória, tem planos diferentes para a nova gestão da Fundação Padre Anchieta, com mais presença do mercado e menos participação do governo do Estado. Para tanto, definiu o perfil do novo presidente da FPA como um executivo do mercado de TV selecionado por um *headhunter*. O nome escolhido e aprovado pelo Conselho Curador foi o de José Roberto Maluf, ex-diretor de grupos como Bandeirantes, SBT e Fundação Cásper Líbero. Além disso, o governador criou o Conselho Gestor da TV Cultura, formado por 13 integrantes e presidido por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni<sup>15</sup>.

Em um artigo publicado por Dória no Jornal *O Estado de São Paulo*<sup>16</sup>, ele define seus planos como uma busca por mais audiência.

E, no setor privado, mais faturamento, com publicidade e licenciamentos. Com mais recursos, poderemos fazer uma TV ainda melhor. Vamos atingir públicos diferentes com conteúdos distintos, que poderão ser desfrutados de muitas formas, inclusive em celulares e tablets, com qualidade e segurança. (DÓRIA, 2019).

O artigo escrito pelo governador paulista defende uma independência da TV Cultura por meio de parcerias com o mercado, esquecendo que o caráter principal da TV Pública é justamente a independência do mercado e a liberdade de produzir conteúdos de qualidade sem a interferência da publicidade. Nesse passo, vemos que a TV Cultura caminha para se igualar às TVs comerciais.

O jornalista e pesquisador Eugênio Bucci<sup>17</sup> (2019, *online*) alerta sobre isso, explicando que “emissoras públicas só são úteis quando são diferentes das privadas e, para serem diferentes, de verdade, não podem ser canais de

---

<sup>15</sup> Cf. JOÃO Dória formata TV Cultura “pró-mercado”. **Exame**, São Paulo, 12 maio 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/joao-doria-formata-tv-cultura-pro-mercado/> Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>16</sup> Cf. DÓRIA, João. O Futuro da TV Cultura. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 8 jun. 2019. Opinião. Disponível em: <https://opinio.estado.com.br/noticias/espaco-aberto,o-futuro-da-tv-cultura,70002861457> Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>17</sup> Cf. BUCCI, Eugênio. Governo e mercado no futuro da TV Cultura. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 20 jun. 2019. Opinião. Disponível em: <https://opinio.estado.com.br/noticias/espaco-aberto,governo-e-mercado-no-futuro-da-tv-cultura,70002880839> Acesso em: 15 ago. 2019.

comércio”. Bucci (2019) defende ainda que tais decisões não devem vir do governador, já que ele não é um gestor da TV Cultura, e sim do seu Conselho Curador, responsável por fazer as escolhas na Fundação Padre Anchieta.

O papel de quem governa é um só: garantir autonomia estável e sustentável para essas instituições – que, de sua parte, elaboram e implementam suas próprias políticas, respondendo depois pelos resultados. Não há vínculo de subordinação entre as boas emissoras públicas e os governos democráticos. (BUCCI, 2019).

Sobre o assunto, Marcos Mendonça defende que, independentemente da dependência orçamentária do governo estadual, a TV precisa ter sua independência editorial. Em depoimento para Lima (2019), Mendonça é taxativo:

esse é um papel fundamental da TV Cultura: ser uma emissora isenta, que tem credibilidade, que está a serviço do público, e não a serviço do governante. Nisso o conselho Curador, na minha avaliação, tem um papel importante, o de garantir a independência editorial da fundação. (LIMA, 2019, p. 206).

O início da gestão de Maluf acontece em meio às comemorações dos 50 anos da TV Cultura e já inicia com mudanças na programação e muita expectativa em torno das novas escolhas para emissora. Nos próximos capítulos, abordam-se os resultados dessas escolhas.

### **2.3 O jornalismo público na TV cultura**

Desde a sua implantação na década de 1970, o jornalismo da TV Cultura é reconhecido por ser combativo e independente, não só mostrando as notícias, mas também fazendo com que o público entenda os assuntos que estão sendo tratados por meio de comentários, debates e da participação do espectador. Exemplo disso é o jornal *Hora da Notícia*, liderado por Vladimir Herzog. No entanto, o modelo de jornalismo público propriamente dito só viria a ser implantado na TV Cultura no ano 2000, sob a gestão de Jorge da Cunha Lima<sup>18</sup>, com um investimento de R\$ 4 milhões para a compra de equipamentos e contratação de profissionais (GARCIA, 2011), inspirado pelo jornalismo cívico dos Estados Unidos.

---

<sup>18</sup> Jorge da Cunha Lima foi diretor-presidente da Fundação Padre Anchieta de 1995 a 2004.

Segundo Rothberg (2011), uma das características desse novo movimento do jornalismo era ouvir pessoas comuns, a fim de entender quais temas mereciam cobertura. Pensando nisso, o jornalismo público da TV Cultura “teria como missão substituir o espetáculo de imagens de violência que imperava na mídia, por um noticiário que propiciasse a reflexão e o debate de temas de real relevância para a sociedade” (GARCIA, 2011, p. 139).

Tendo isso em vista, Martín-Barbero (2002) defende que a televisão pública é aquela que interpela o público e inclui o consumidor enquanto cidadão. É um lugar de reconhecimento e empoderamento das pessoas que não têm fala e, por isso, é de extrema importância para a sociedade democrática. Por essa razão, o jornalismo produzido na televisão pública também deve ser responsável por provocar mudanças na sociedade, mostrar temáticas e abordagens que não têm espaço nas televisões comerciais e criar oportunidades para o diálogo entre televisão e sociedade.

Para que o jornalismo público seja feito com qualidade e excelência, é preciso levar em consideração alguns conceitos como o de pluralidade de vozes. De acordo com Coutinho (2013), tal conceito “orientaria a constituição de programas jornalísticos em uma emissora pública como espaço para o exercício do direito à comunicação, para além do direito à informação de qualidade, aferida segundo parâmetros de excelência” (COUTINHO, 2013, p. 30) que se traduzem no estímulo à educação e à cidadania.

Levando isso em consideração, Otondo (2002) acredita que o jornalismo de televisão pública é uma inovação para a TV Cultura, uma maneira de mostrar o compromisso da emissora para com a sociedade, abordando os mais diferentes temas.

Estórias relativas à vida (meio ambiente, qualidade de vida, ciência, tecnologia, saúde), ao desenvolvimento da cidadania (políticas públicas, serviços, informações úteis e explicações sobre decisões do governo), ao enriquecimento cultural (artes, cultura popular, criação, grandes espetáculos), para começar. Dar a toda informação ou notícia um tratamento adequado, sistemático, profundo, isento do sensacionalismo do momento. E, finalmente, procurar a mudança, a mobilização, e o fortalecimento das relações sociais. Procurar fontes

alternativas de informação, e, acima de tudo, ouvir as pessoas. (OTONDO, 2002, p. 282).

O jornalista Marco Antônio Coelho Filho, diretor de jornalismo na época da implantação do modelo de jornalismo público na TV Cultura, conta que a intenção era mostrar menos notícias e dar mais informação. Em entrevista ao jornal *O Estado de São Paulo*<sup>19</sup>, Coelho Filho explica que o modelo foge do conceito superficial do jornalismo televisivo e oferece mais informação nas reportagens.

Como maior desafio do jornalismo público, Coelho Filho apregoava a dificuldade do próprio jornalista de contar história de construção em vez de destruição, ou seja, deixar de abordar catástrofes, chacinas, desvios de recursos e falar sobre processos de políticas públicas ou outras ações e estratégias que vêm angariando resultados positivos. Como desafio subsequente, estava justamente atrair telespectadores para "algo que não fale necessariamente com seu lado 'demasiadamente humano' (morte, sexo e mães chorando). (GARCIA, 2011, p.141).

Dois anos antes da implantação do modelo de jornalismo público, os jornalistas da emissora já começavam a participar de *workshops* e rodas de debate para entender como a ideia seria colocada em prática. Nesse sentido, como explica Coutinho (2013, p. 29), os telejornais e programas jornalísticos deveriam se tornar a ponte entre os acontecimentos e a sociedade promovendo “uma melhor compreensão da realidade, tornando mais próximo e efetivo, seu entendimento e a apropriação pelos telespectadores”.

Além disso, apesar de ter sido implantado em 2000, somente no ano de 2004, já na gestão de Marcos Mendonça<sup>20</sup>, seria lançado um Guia de Princípios do Jornalismo Público da TV Cultura, que vinha sendo produzido desde 1998 sob supervisão de Coelho Filho, com a intenção de orientar os jornalistas acerca do novo modo de fazer jornalismo na emissora. O guia traz orientações sobre a necessidade de apresentar um texto mais informal, claro, preciso e objetivo, tendo como preocupação principal o didatismo, levando o

---

<sup>19</sup> Cf. CULTURA usa novo conceito de jornalismo. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 13 ago. 2000. Opinião. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,cultura-usa-novo-conceito-jornalistico,20000813p5026>Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>20</sup> Marcos Mendonça foi presidente da Fundação Padre Anchieta entre 2004 e 2007 e de 2013 até 2019.

telespectador a chegar às suas próprias conclusões. Sobre a maneira de produzir um telejornal voltado para o interesse e as necessidades do cidadão, Garcia (2011) explica que

Por meio do envolvimento público e do auxílio no desenvolvimento de um espírito mais crítico na população, o jornalismo público concebido pela TV Cultura tem como alvo suplantar seu papel de informante dos acontecimentos e passar a atuar como coadjuvante em ações de cidadania, incentivando atividades que propiciem uma melhor qualidade de vida nos centros urbanos. (GARCIA, 2011, p.139).

Esse modelo de jornalismo traz uma redução da carga de informações e aprofunda os temas debatidos de maneira a coibir o supérfluo e o grotesco das pautas do jornal. No modelo de jornalismo público assumido pela TV Cultura, são destaques temas de interesse à vida, ao desenvolvimento da cidadania e ao enriquecimento cultural (GARCIA, 2011). Deixando de lado temas relacionados à violência, ao sensacionalismo e à busca de audiência. Segundo o guia da emissora,

o jornalismo público não pode se render às facilidades derivadas dos consensos e das rotinas funcionais. Se a informação é um bem, uma forma de se educar, quem a recebe precisa de mais do que flash dos fatos; estes só poderão ser compreendidos em perspectiva quando forem contextualizados, esmiuçados e cotejados. Reduzi-los a micro ocorrências excitantes faz crescer no receptor o desejo insaciável por algum tipo de gratificação instantânea, normalmente alheia à razão. (TV CULTURA, 2006, p.44).

Esse conceito de jornalismo público é definido na teoria por estudiosos do tema que buscam um ideal de jornalismo público isento e engajado nas questões sociais e na transformação do telejornal em um lugar de trocas de experiências e visibilidade das minorias, mas o mais importante neste caso é saber se a teoria é levada para a prática na execução dos telejornais da emissora. Por isso, é preciso avaliar o modelo de produção do *Jornal da Cultura*, principal telejornal da TV Cultura.

Em 2017, foi elaborado um novo Guia de Jornalismo da TV Cultura com o objetivo de orientar os profissionais de todos os setores do jornalismo da

emissora, além de guiar estudantes e profissionais recém-formados. Segundo Ricardo Taira, coordenador geral e editor-chefe de jornalismo da emissora,

com o Guia de Jornalismo, fica estabelecida a linguagem única para a comunicação com os telespectadores. São as regras que vão aprimorar o debate sem o viés político e ideológico. Além da linha editorial, o guia traz passo a passo de cada setor da redação: produção, pauta, edição, direção, reportagem e equipe técnica, e também as tarefas de cada um, com as devidas nomenclaturas. (LIMA, 2019, p. 214).

O documento também define diretrizes para o jornalismo da Fundação Padre Anchieta, tais como pluralidade, mediação, debate e equilíbrio. Uma produção de qualidade que consiga qualificar o debate coletivo de maneira relevante e atrativa. O guia explica ainda que

Devemos conceber o jornalismo para além do hard news, mas como uma forma de conhecimento (compreensão crítica) dos fatos de interesse público, envolvendo as mais diversas linguagens, as mais inventivas abordagens e os fundamentos mais contemporâneos do pensamento. (FPA, 2017).

Outro assunto a ser destacado quando se trata do jornalismo é a independência e capacidade de abordar os mais diversos temas sem uma identidade política e ideológica. Sobre o tema, Fábio Magalhães (LIMA, 2019), membro vitalício do conselho curador, explica que uma de suas principais lutas no conselho é o respeito pelos princípios da comunicação pública.

O jornalismo deve ter uma pauta e uma interpretação independentes. Tenho atuado no conselho para que os conceitos éticos da televisão pública sejam respeitados na nossa programação. Recentemente, trouxe para ser discutido no conselho aspectos éticos do jornalismo na TV Cultura e defendi que era urgente alterar o modo como ele estava sendo conduzido. Jorge da Cunha Lima teve papel importante nas alterações e na implantação de um jornalismo mais plural e independente. Atualmente, a análise crítica dos fatos se sobrepõe à opinião pessoal.” (LIMA, 2019, p. 216).

Ainda sobre independência, o pesquisador Laurindo Leal Filho (2000) defende que ela não se apoia apenas em uma estrutura jurídico-institucional.

Ela é importante, mas só surte pleno efeito se complementada por uma total independência financeira, e isso a Fundação Padre Anchieta nunca alcançou. Com praticamente a totalidade dos seus recursos provenientes do orçamento do estado de

São Paulo, a instituição acabava ficando à mercê dos governantes de turno. Muitas vezes a liberação de recursos durante a ditadura esteve condicionada à propaganda oficial presente nos programas de entretenimento e, principalmente, no telejornalismo. a veiculação de matérias obrigatórias, impostas pelo governador nomeado, era uma constante na programação. (LEAL FILHO, 2000, p. 112).

Apesar da tentativa de colocar no ar um jornalismo crítico e isento, uma das principais barreiras enfrentadas para alcançar o objetivo sempre foi a mão do Estado, que tenta interferir nas pautas devido à dependência político-financeira da TV com o governo de São Paulo, responsável pela maior parte do orçamento da emissora. Exemplos disso são as interferências sofridas sempre que notícias negativas sobre a gestão do estado são divulgadas.

No início de junho de 1989, o Jornal da Cultura mostrou uma reportagem sobre a inauguração de um comitê do candidato ao governo Ulysses Guimarães e professores da rede pública pisoteando um cartaz do então governador Orestes Quéricia. Duas semanas mais tarde, Roberto Muylaert, presidente da FPA, e Alfredo Cecílio Lopes, diretor superintendente da fundação, enviaram uma carta de advertência a Roberto de Oliveira, coordenador de programação da TV Cultura, declarando que o Jornal da Cultura estava divulgando notícias contrárias ao governo. (ROCHA, 2010, p. 11).

Otondo (2008, p. 314) alerta que, mesmo com o Conselho Curador, as vontades do Palácio dos Bandeirantes<sup>21</sup> falam mais alto, pois “a dependência financeira do Estado e a influência dos conselheiros natos, acabam “politizando” as decisões”. Assim, o maior desafio do jornalismo da TV Cultura tem sido se posicionar como local de diversidade e conseguir falar para os cidadãos de maneira clara e isenta, superando a barreira político-administrativa.

## **2.4 O Jornal da Cultura**

Com o fim do Regime Militar, a TV Cultura entra em uma nova fase, marcada pelo início da gestão de Roberto Muylaert. A emissora ganha um lugar de destaque, deixando de ser unicamente educativa e se tornando uma televisão nos moldes das TVs públicas europeias e americana.

---

<sup>21</sup> Sede do governo de São Paulo.



É nesse contexto que, em 29 de dezembro de 1986, estreia o *Jornal da Cultura*, apresentado pelo jornalista Hamilton Tramontá, substituindo o *RTC notícias*. Com uma proposta de trazer democracia e isenção, o jornal inaugura um formato com comentaristas na bancada para falar sobre os temas mostrados e explicar mais a fundo as pautas do dia. Para o jornalista Rodolfo Konder, que foi âncora do jornal, esse é um dos fatores que o torna diferente. Em depoimento à TV Cultura (LIMA, 2019), ele explica que

Na época era uma experiência diferente ter alguém que comentasse as notícias. Acho que a essência da democracia é o respeito às diferenças e à diversidade, mas também acho que há valores e princípios universais. Nossa linha editorial era comprometida com a defesa desses valores e princípios, mas também com a aceitação das diferenças e valorização da diversidade. O jornal tinha uma ética que o distinguia. (LIMA, 2019, p.100).

O formato do jornal foi mudando ao longo dos anos, mas a presença dos comentaristas na bancada é um dos pilares do *Jornal da Cultura* e permanece até hoje. Em 2007, início da gestão de Paulo Markun, o *Jornal da Cultura* ganha uma repaginação, novos apresentadores, novos equipamentos, mais interatividade, modernização e agilidade (LIMA, 2019). Em 2013, o jornalismo

adotou uma reunião de espelho, em que se decidia as notícias do dia, no período da tarde. A mudança trouxe mais qualidade, com pautas abrangentes e de maior interesse do telespectador. Foi estabelecida a produção de séries especiais de reportagens dentro do objetivo de explorar os temas com profundidade. (LIMA, 2019, p. 207).

Já em 2017, a interatividade se torna uma marca do jornalismo da TV Cultura<sup>22</sup>. Sob o comando de William Correia, o *Jornal da Cultura* ganha novo formato, dessa vez com a participação do telespectador pelo Twitter, por meio da *hashtag* #jornaldacultura. Os comentários feitos pelo público são selecionados e aparecem na tela, além de serem lidos pelo apresentador e no último bloco do telejornal, comentados pelos especialistas do dia, que respondem às perguntas feitas pelo telespectador na rede social. Outra novidade é que a partir de 2017 o jornal passou a ser transmitido ao vivo pelo

---

<sup>22</sup> Cf. INTERATIVIDADE vira nova marca do Jornalismo TV Cultura. **TV Mais News**, Mato Grosso, 31 jul. 2017. Disponível em: <http://www.tvmaisnews.com.br/noticia/639/interatividade-vira-nova-marca-do-jornalismo-tv-cultura> Acesso em: 15 ago. 2019.

YouTube<sup>23</sup> e Facebook<sup>24</sup>, o que o tornou mais acessível para espectadores de outros estados do Brasil, com a vantagem de poder ser assistido a qualquer momento pela audiência.

Além disso, em agosto de 2017, o *Jornal da Cultura* inova mais uma vez, trazendo ao público um formato de plateia interativa<sup>25</sup>. Nesse formato, às quartas-feiras, o estúdio ganhava uma pequena plateia formada por estudantes e telespectadores previamente inscritos pelo e-mail [plateiajc@tvcultura.com.br](mailto:plateiajc@tvcultura.com.br). Os participantes assistiam ao noticiário e em seguida participavam do JC+, 30 minutos de continuação do jornal que era exibido pelo YouTube. Esse formato foi ao ar pela última vez em 15 de agosto de 2018<sup>26</sup>.

A última renovação pela qual o noticiário passou foi em julho de 2019. Após José Roberto Maluf assumir a presidência da Fundação Padre Anchieta, com a proposta de trazer mais visibilidade e audiência para a TV Cultura, o diretor de jornalismo William Correia, que também era âncora do jornal, pediu para deixar o cargo, alegando divergências com a nova proposta da emissora<sup>27</sup>.

Quem assumiu a bancada foram as jornalistas Karyn Bravo e Ana Paula Couto, que já era apresentadora do JC primeira edição. Após período de análise do jornal, que será detalhado mais à frente, percebemos que nesse novo formato os comentários aparecem repetidamente na tela, mas não são lidos em nenhum momento pelas âncoras, o que distancia a interação do

---

<sup>23</sup> Cf. TV CULTURA. **Jornalismo TV Cultura**. Canal do youtube. Disponível em:

<https://www.youtube.com/jornalismotvcultura> Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>24</sup> Cf. TV CULTURA. **Jornalismo TV Cultura**. Perfil do Facebook.

Facebook:@jornalismotvcultura. Disponível em: <https://www.facebook.com/jornalismotvcultura/> Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>25</sup> Cf. 'Jornal da Cultura' ganha plateia e conteúdo extra no YouTube. **Portal Comunique-se**, 2 ago. 2017. Disponível em: <https://portal.comunique-se.com.br/jornal-da-cultura-plateia-youtube/> Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>26</sup> Última edição do Jornal da Cultura com Plateia e JC+: Cf. Jornal da Cultura - 15/08/2018. [s.l.], 2018. 1 vídeo (52 min). Publicado pelo canal Jornalismo TV Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IBM2DGHd-6c> Acesso em: 15 ago. 2019; JC+: Falta emprego ou qualificação profissional?. [s.l.], 2018. 1 vídeo (30 min). Publicado pelo canal Jornalismo TV Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IBM2DGHd-6c> Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>27</sup> Cf. PADIGLIONE, Cristina. William Corrêa deixa TV Cultura por conflitos com a nova direção da emissora. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 3 jul. 2019. Disponível em: <https://telepadi.folha.uol.com.br/jornal-da-cultura-volta-sofrer-alteracoes-agora-por-ordem-da-nova-diretoria-da-tv-cultura/> Acesso em: 15 ago. 2019.

telespectador. Quanto aos comentários dos especialistas, a princípio foram reduzidos, e os convidados só sentam à bancada a partir do segundo bloco do noticiário.

De acordo com Kneipp e Silva (2018) os comentários do *Jornal da Cultura* representavam em média 50% do noticiário. Segundo o estudo, “em quase todos os dias da amostra recortada o mesmo apresentou uma variação entre 41,78% e 51,8% do tempo do telejornal.” (KNEIPP; SILVA, 2018, p. 18). Além disso, as pesquisadoras falam sobre a liberdade dos comentaristas acerca dos temas e de suas opiniões.

No *Jornal da Cultura*, os comentaristas permanecem ao vivo, na bancada, junto com a apresentadora e interagem toda vez que são convocados, e algumas vezes voluntariamente sem haver a convocação da apresentadora. “A âncora escolhe para quem quer dar a palavra primeiro lugar. A qualquer momento um comentarista pode contestar o outro” (Taira, 2018). De acordo com o editor chefe, os comentaristas não recebem nenhum tipo de orientação com antecedência, no período da tarde (que antecede o telejornal) eles têm acesso ao “espelho” do telejornal, com os temas que serão abordados. “O conteúdo das reportagens ele fica sabendo na hora. Preferimos dessa forma para causar um impacto. Eles passam a ter a mesma sensação do telespectador ao receber a informação pela primeira vez” (Taira, 2018). (KNEIPP; SILVA, 2018, p. 18-19).

A partir da observação dessa pesquisa, observa-se que, com as mudanças no formato, a partir de julho de 2019, a participação dos comentaristas foi reduzida. Além de só sentarem à bancada a partir do segundo bloco, os especialistas são convidados a se posicionar apenas sobre os assuntos relacionados à sua especialidade. Dessa maneira, o tempo de comentários foi reduzido assim como a possibilidade de debates e contrapontos de opiniões. Sobre essas alterações no formato e suas consequências, aborda-se mais no capítulo de análise.

### 3 DISCUSSÕES QUE CERCAM A QUALIDADE NA TELEVISÃO

Muitos pesquisadores tentaram definir o significado de qualidade na televisão e o que seria necessário para um produto televisivo ser considerado de qualidade. De fato, a qualidade na televisão é um conceito amplo, que depende de parâmetros técnicos, bom texto, conhecimento das demandas da audiência, diversidade de temas abordados e muitos outros. E, justamente por se tratar de um tema subjetivo, é possível que haja divergências entre os estudiosos do tema sobre o que seria caracterizado como TV de qualidade. Neste capítulo, vamos apresentar algumas discussões que cercam o conceito da qualidade na televisão, os principais pesquisadores do tema e ampliar essa temática para o campo do jornalismo, a fim de compreender o que faz com que um telejornal seja considerado um produto de qualidade.

A discussão sobre qualidade na televisão surgiu a partir do livro M.T.M.: Quality Television, organizado por Jane Feuer, Paul Kerr e TiseVahimagi em 1984, na Inglaterra (MACHADO, 2005). No livro, publicado pelo renomado Instituto Britânico de Filme (BFI), os autores tentam definir o que faz com que os programas da produtora M.T.M.<sup>28</sup> sejam tão atrativos para a audiência e tão aclamados pela crítica. Feuer, Kerr e Vahimagi (1984, p. 36) apostam que a qualidade viria dos personagens complexos, diálogos sofisticados e a identificação com a audiência, fatores-chaves para que seja possível transformar uma comédia de personagens em uma comédia de qualidade.

Os critérios de qualidade utilizados para caracterizar um programa são geralmente associados à sua capacidade ética, de gerar confiança e respeito aos telespectadores. Desse modo, uma Televisão de qualidade deveria se preocupar com a veiculação de programas violentos, imorais, sexistas, racistas, entre outros que possam ferir de alguma maneira a dignidade humana (BORGES, 2008). Essa discussão passa pelo caráter moral e estético, levando em consideração diversos padrões de qualidade que ainda não são unânimes

---

<sup>28</sup> Sigla da produtora de TV de Mary Tyler Moore.

entre pesquisadores como Mulgan, Machado, Freire Filho, Borges, Pujadas e Feuer.

Entretanto, nem todo intelectual da comunicação acredita que seja possível falar de qualidade na TV. Por ser um produto para a massa, a maioria dos pesquisadores conservadores é cética sobre um nível estético na televisão, onde tudo é produzido em escala industrial e para agradar o grande público. Em uma entrevista para a revista *Veja*, o autor Nelson Rodrigues defende o seu ponto de vista de que a televisão tem que se adequar às massas e não o contrário. “A TV tem que ser feita para as massas e as massas são burras e têm mal gosto e não tem nada a ver com a grande arte, com a grande música, com a grande pintura” (Veja *apud* FREIRE FILHO, 2001, p.7). Por outro lado, Machado (2005, p.23) argumenta que a demanda comercial e o contexto industrial não impedem a televisão de criar produtos artísticos e se preocupar com os elementos estéticos, para o autor, esta preocupação é um dos elementos que fazem a televisão de qualidade.

Sobre o conceito de qualidade e suas diversas vertentes, Pujadas (2003) defende que é preciso discuti-lo de maneira ampla, visando não apenas um programa, mas o sistema televisivo como um todo. A autora entende que a ampliação do debate pode levar a uma melhora nas políticas de televisão e na maneira como consumimos os produtos televisivos como um todo. Ela explica que

O conceito de televisão de qualidade é um dos conceitos mais citados recentemente no debate sobre os objetivos e as políticas de televisão, especialmente na definição da especificidade das televisões de serviço público. Como no caso da noção de serviço público, em torno de cujo conceito foram cristalizadas interpretações tão diversas que muitas vezes perderam seu valor com o tempo, a televisão de qualidade como categoria corre o risco de se converter em outro campo confuso de coexistência de definições possíveis, variáveis e interesses diversos se não se distingue entre diversidade e validade, entre a tarefa “científica” e a tarefa “política”. (PUJADAS, 2003, p.10, tradução nossa)<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Tradução da autora para: “El concepto de televisión de calidad es uno de los conceptos más citados recientemente en el debate sobre los objetivos y las políticas de televisión, especialmente en la definición de la especificidad de las televisiones de servicio público. Como en el caso de la noción de servicio público, alrededor de cuyo concepto han cristalizado interpretaciones tan diversas que a menudo con el tiempo han perdido su valor, la televisión de

Nesse contexto, Machado (2005, p.25) relembra que a diversidade também é um fator importante para a qualidade. O autor acrescenta que “a melhor televisão seria aquela que abrisse oportunidades para o mais amplo leque de experiências diversificadas”, assim como o Channel Four, no Reino Unido, criado para promover a diversidade e a expressão de uma sociedade plural e multicultural.

O Channel Four é um exemplo de qualidade na televisão pois se propõe a investir em produtores independentes, inovando na forma e no conteúdo de seus programas. Se levamos em consideração a ‘Qualidade em TV’ no sentido inicial da M.T.M., observaremos “a contínua negociação da tensão entre o econômico e o estético, entre a produção textual e a produção de mercadoria” (FREIRE FILHO, 2008, p.79). Essa negociação faz com que o produto televisivo seja ao mesmo tempo atrativo para o público e para a publicidade. Pensando dessa maneira, Borges (2008, p.3) explica que o modelo do Channel Four originou o processo de convergência entre a TV de qualidade e o Cinema Arte. Mas o que é de fato um programa de qualidade? François Jost defende que um programa de qualidade é

Primeiramente um programa que respeita os compromissos do canal, suas missões como suas obrigações. Mas também um programa que, recusando a simples serialização, tenta inventar. Pode ser uma invenção narrativa, como traz a série americana, mas pode ser também uma invenção estilística, independentemente de qual seja o gênero ao qual pertence o programa. (JOST, 2013, p.303, tradução nossa)<sup>30</sup>

Porém nem tudo está relacionado aos programas. Em alguns casos a audiência também é responsável por uma televisão de qualidade. Fontcubierta (2008) defende que a audiência deve possuir ‘Competência Midiática’, ou seja, “conhecer, entender e analisar novas linguagens, códigos, tecnologias da

---

calidad como categoria corre el riesgo de convertirse en otro campo confuso de coexistencia de definiciones, variables e intereses varios si no se distingue entre diversidad y validez, entre la tarea «científica» y la tarea «política».

<sup>30</sup> Tradução da autora para: D’abord un programme qui respecte les engagements de la chaîne, ses missions comme ses obligations. Mais aussi un programme qui, refusant la simple sérialisation, tente d’inventer. Ce peut-être une invention narrative, comme en apportent les séries américaines, mais ce peut-être aussi une invention stylistique et ce, quel que soit le genre auquel appartient le programme.

informação e comunicação; conhecer o processo de produção de conteúdo, analisá-los criticamente e em determinado contexto” (2008, p.195). Dessa maneira, o público discutirá criticamente o que há de certo e errado, o que pode ser diferente e poderá opinar de forma embasada e concreta sobre os conteúdos. Fontcubierta defende ainda que a audiência com competência midiática “se aproxima dos meios com a exigência de encontrar não apenas informação, mas também significados” (2008, p.195).

Gómez (2002) defende que esta alfabetização televisiva é urgente na América Latina como um todo, já que o público tem aprendido de maneira autodidata a linguagem televisiva, apenas assistindo, no entanto não conseguem desenvolver capacidades expressivas a partir desta linguagem. O resultado disso, são pessoas pouco críticas a cerca do conteúdo que recebem das mídias audiovisuais.

Ainda sobre essa questão, Pujadas (2013) explica que é preciso que a audiência seja alfabetizada midiaticamente para que, dessa forma, possa adquirir um senso crítico e que seja capaz de avaliar se o conteúdo recebido está atendendo às suas necessidades e expectativas.

Quem são aqueles que aceitam sem nenhum tipo de reparo a noção de qualidade televisiva? Quem são aqueles que se atrevem (neste contexto regido pela lei da oferta e da procura e por uma competitividade extrema) a formular definições da qualidade televisiva e a propor variáveis de mensuração? É claro que são aqueles profissionais da televisão, acadêmicos e críticos televisivos que reconhecem o saber fazer televisivo, as particularidades de sua linguagem; aqueles que têm um conhecimento especializado (media literacy ou alfabetização mediática) suficientes para dar conta dos matizes implicados em cada programa. Em geral, implica a todos aqueles profissionais, socializados com a televisão que a avaliam a partir dos padrões televisivos, não com os padrões provenientes da cultura escrita (que, por sua vez, cairiam naquilo que Bourdieu chamava a hysteresis do habitus). (PUJADAS, 2013, p.245)

No entanto, a questão é que essa tão sonhada audiência de qualidade e alfabetizada midiaticamente é formada pela massa, pessoas pobres e ricas, de modo que se torna impossível garantir um nível tão alto de conhecimento e engajamento de todos eles sem que haja um esforço maior para educa-los. Em

relação à audiência do Brasil, Freire Filho (2001) relata que “dos cerca de dois milhões de telespectadores ‘colados’ diariamente aos 600 mil aparelhos ligados no Rio de Janeiro em 1968, 1 milhão e 400 mil eram pobres ou muito pobres – favelados” (2001, p.2). E esta realidade não mudou muito nos dias atuais. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015<sup>31</sup>, a televisão passa mais tempo ligada em casas com pessoas que estudaram até a 8ª série e conseqüentemente tem renda menor. Quando perguntadas sobre a frequência com que assistiam televisão, 76% das pessoas com escolaridade até 8ª série responderam que assistem televisão sete dias por semana, resultado igual ao daqueles que ganham até 2 salários mínimos, 76% deles assistem televisão diariamente.

Enquanto isso, na Grã-Bretanha, conhecida por ter a melhor TV do mundo (LEAL FILHO, 1997)<sup>32</sup>, o público paga uma taxa de licença para assistir televisão, e foi acostumado desde o início com produtos que respeitam as diferenças e prezam pelas necessidades da comunidade, e talvez esta seja a razão pela qual a audiência Britânica seja tão preocupada com a qualidade de sua televisão. Se o sistema televisivo é mantido com o dinheiro da audiência, ela é mais que bem-vinda e legitimada a dizer o que tem ou não qualidade e exigir dos meios de comunicação o que eles desejam assistir quando estão diante da TV.

A preocupação com as necessidades da audiência e a capacidade de transformar as demandas da sociedade em produtos também é uma característica de qualidade na televisão. Freire Filho (2004, p.107) pontua que “TV de qualidade é aquela que desempenha, com humildade, a função de mediar a ‘alta cultura’ para as massas”. Mais do que privilegiar apenas um elemento que possa caracterizar a televisão de qualidade, Machado (2005) explica que “uma televisão de qualidade deve ser capaz de equacionar uma

---

<sup>31</sup> BRASIL. Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2020.

<sup>32</sup> Laurindo Leal Filho escreveu o livro “A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão”, em que demonstra o porquê da televisão britânica ter conquistado este posto.



variedade muito grande de valores e oferecer propostas que sintetizem o maior número possível de “qualidades”.” (MACHADO, 2005, p.25).

Levando isso em conta, Borges (2014, p.31) entende que a qualidade está relacionada como os mais diversos elementos, tais como “equilíbrio entre a programação própria e externa, a originalidade na distribuição e promoção de programas para públicos específicos, a presença de mecanismos de proteção contra programas menos seguros”, tudo isso faz com que o espectador se sinta parte da programação e se reconheça nos conteúdos, principalmente as classes frequentemente excluídas, que só aparecem na programação de forma degradante e sensacionalista.

Foi exatamente com o intuito de oferecer a melhor programação aos telespectadores que a Televisão Britânica foi criada sob os princípios básicos de educação, entretenimento e informação. Segundo Borges (2008, p.8), a qualidade na televisão “deve ser analisada a partir da conceituação de seu papel, suas propostas culturais e sociais e os valores éticos que deve veicular”.

Embora a televisão deva agradar todos os tipos de audiência, algumas pessoas acreditam em ‘audiência qualitativa’<sup>33</sup>, levando em consideração que o consumo em massa tiraria a qualidade do programa. Feuer, Kerr e Vahimagi (1984, p.56) defendem esse ponto de vista colocando a ‘audiência qualitativa’ como aquela que entende e aprecia os textos instruídos e complexos, os conteúdos psicologicamente profundos dos ‘programas de qualidade’. Os autores acrescentam ainda que “a ‘audiência qualitativa’ se separa da audiência massiva e pode assistir TV sem culpa, e sem perceber que o discurso ambíguo que eles estão recebendo é também a TV comum”.

O fato é que, ainda que a televisão seja um meio de comunicação em massa, e alcance diferentes tipos de público, os padrões de qualidade podem sempre ser alcançados através da preocupação com os conceitos técnicos, elementos estéticos, linguagem, diversidade e as necessidades da sociedade. Deste modo, a televisão não só atrairia a ‘audiência qualitativa’, citada por

---

<sup>33</sup> Grifo dos autores Feuer, Kerr e Vahimagi

Feuer, Kerr e Vahimagi (1984), como também educaria e transformaria o entendimento da audiência massiva.

Muitos estudos sobre qualidade na televisão se limitam em discutir os programas e a programação e acabam esquecendo que a televisão possui um papel social muito importante e que a qualidade tem um conceito muito mais amplo. Geoff Mulgan, em seu livro *The Question of Quality* (1990, p. 8) defende que os sistemas de radiodifusão devem se preocupar em encontrar um meio termo entre “a liberdade de expressão dos produtores e a liberdade de escolha da audiência, e entre as necessidades de diversidade e aquelas em comum na sociedade”<sup>34</sup>. Ele acrescenta ainda que “qualquer debate sério sobre radiodifusão não pode deixar de lembrar seu papel na sociedade, as qualidades e defeitos da sociedade, seus mais efetivos modos de organização, e o grau em que partilham interesses em comum”<sup>35</sup>.

Para analisar a qualidade de um sistema de televisão, é importante levar em consideração a sociedade em que ele está inserido, suas características, seus hábitos de consumo, pois talvez, o que seja um produto de qualidade em uma cultura, seja hostilizado por outra. E é por isso que não podemos comparar a qualidade da televisão britânica com a qualidade da televisão brasileira, já que vivemos em contextos sociais e econômicos muito distintos. Dessa maneira, Mulgan (1990) desenvolveu sete critérios para analisar a qualidade na televisão, dentre eles estão: técnica; demanda da audiência e mercado; estética; poder de gerar mobilização; valorização das diferenças, minorias e excluídos; aspectos pedagógicos e valores morais; além da diversidade de experiências.

Segundo o autor (MULGAN, 1990), a qualidade técnica, leva em consideração a qualidade dos profissionais e das produções, analisando problemas técnicos como luz, som, imagem, roteiro, direção e produção, ou seja, o trabalho dos profissionais e equipamentos envolvidos na produção

---

<sup>34</sup>Tradução da autora para: “the producers’ freedom of expression and the viewers’ freedom to choose, and between the needs of diversity and those of social solidarity”.

<sup>35</sup>Tradução da autora para: “any serious debate about broadcasting cannot avoid looking at its place in society, the society’s virtues and ills, its most effective modes of organization, and the degree to which it shares common interests”.

televisiva. A qualidade também pode ser avaliada através das demandas da audiência e do mercado. Ele acredita que essa tarefa pode ser complicada, pois nem sempre o que a audiência deseja é o mais lucrativo para as emissoras e para os anunciantes. Por isso, esta qualidade se encontra na competência para balancear os dois com o intuito de cativar a audiência e os anunciantes. Já a qualidade estética, para Mulgan (1990), não deve estar ligada a grandes obras literárias e cinematográficas, mas sim utilizar sua natureza instantânea e de entretenimento de uma maneira efetiva.

A TV de qualidade deve ainda gerar mobilização, criar comunidades em que se dividam as experiências vividas por meio de programas de TV. O pesquisador fala ainda sobre a capacidade da televisão de promover interação entre as pessoas, um exemplo é a abordagem de temas universais, que converse com todos, valorize o telespectador. Uma televisão de qualidade deve valorizar o indivíduo. Para Mulgan (1990,p.24), a televisão pode ser vista com um ecossistema, uma vez que sua programação pode influenciar a audiência de maneira positiva ou negativa. Ele acredita que uma televisão que não transmite valores morais ruins, hipocrisia e falsidade pode melhorar a sociedade. Por último, o autor define a qualidade como diversidade, ou seja, a televisão deve se preocupar em transmitir programas para as audiências em massa, assim como para as minorias, diversificando temas, gêneros e formatos e promovendo a inclusão de todos os atores sociais.

Levando em consideração esses aspectos, percebemos que o significado de qualidade em TV é muito mais amplo do que podemos imaginar e que alcançar tal padrão requer uma mudança comportamental dos meios de comunicação assim como da audiência. Dessa forma, a televisão de qualidade atrairia diversos tipos de público, garantindo uma audiência não só massiva, ou seja, mantendo um alto índice de audiência, mas acima de tudo uma audiência qualitativa, que se sentiria representada e respeitada pela programação oferecida.

Já a pesquisadora espanhola Eva Pujadas (2003) defende que não há apenas uma maneira de classificar a qualidade na televisão. Dentre as inúmeras possibilidades de analisar a qualidade da televisão, cada pesquisador

define seus próprios critérios de análise de maneira individual, segundo o que ele acredita ser mais importante e como acha que deve se desenvolver sua pesquisa. Pujadas (2003) explica ainda que

é neste sentido que a perspectiva ética, como perspectiva que nutre de critérios fundamentados para a ação, estreitamente vinculada à ação política, deve desembaraçar a compreensão ingênua da diversidade de critérios sobre a qualidade na televisão, da escolha necessária de uma opção de qualidade, que é necessariamente política e, portanto, não neutra (PUJADAS, 2003, p.3)<sup>36</sup>

Ainda sobre os possíveis critérios de análise da qualidade, Pujadas os divide em duas perspectivas distintas, a externa e a interna. Para a autora, as perspectivas externas levam em consideração questões éticas, culturais e sociais. Já a perspectiva interna, utiliza critérios como conteúdo do programa, forma do programa, a interrelação entre forma e conteúdo e por fim, as referências ao gênero. Sobre a análise do conteúdo dos programas a autora explica que

Também se fala do realismo como um dos valores que definem o tipo de conteúdo, a inovação temática, a não-banalização, a importância dada à controvérsia (definida como uma característica que faz referência a um tipo de programa que tenta adquirir um compromisso para o conflito de ideias da vida real ou que propõe maneiras alternativas de ver o mundo, alguma de suas partes, ou que levanta questões políticas e sociais discutíveis) e, finalmente, a originalidade no tratamento (PUJADAS, 2003, p.8)<sup>37</sup>

Levando isso em conta, percebemos que apesar dos diferentes discursos e diferentes escolhas para os critérios de análise da qualidade televisiva, algumas características são comuns em todos os autores: a necessidade de perceber o telespectador como personagem principal no

---

<sup>36</sup> Tradução da autora para: Es en este sentido que la perspectiva ética, como perspectiva que nutre de critérios fundamentados para la acción, estrechamente vinculada a la acción política, debe desembarazar la comprensión ingênua de la diversidad de criterios sobre la calidad en la televisión de la elección necesaria de una opción de calidad, que es necesariamente política y, por tanto, no neutral.

<sup>37</sup> Tradução da autora para: “También se habla del realismo como uno de los valores que definen el tipo de contenido, la innovación temática, la no-trivialización, la importancia dada a la controversia (definida como un rasgo que hace referencia a un tipo de programa que intenta adquirir un compromiso hacia el conflicto de ideas de la vida real o que propone maneras alternativas de ver el mundo, alguna de sus partes, o que plantea cuestiones políticas y sociales discutibles) y, finalmente, la originalidad en el tratamiento.”

processo, e que a maneira como ele recebe o conteúdo produzido pela televisão influencia diretamente em suas experiências e a forma de se relacionar com o mundo. Por isso é imprescindível a uma televisão de qualidade mostrar a diversidade, promover a inclusão dos mais diversos atores sociais e perceber a audiência como um ser pensante e capaz de traduzir o que está sendo apresentado. Dessa forma, Borges (2008) acredita que

uma televisão de qualidade deve oferecer ao telespectador narrativas que estimulem a imaginação e não sejam previsíveis, como as conhecidas histórias em que o bem vence o mal e o final é sempre feliz. Nesse sentido, este conceito de televisão de qualidade não privilegia nenhum gênero ou formato, pois as narrativas podem ser desenvolvidas em qualquer um deles. (BORGES, 2008, p.161-2)

Ainda sobre os diversos critérios de análise da qualidade, encontramos o estímulo ao pluralismo cultural, diversidade de vozes, visibilidade de diferentes grupos sociais, principalmente de minorias. Também podemos citar como característica de uma televisão de qualidade a capacidade de criar novos formatos e apresentação e uma inovação estética. Para YvanaFechine (2006)

de modo geral, os critérios de qualidade associados mais diretamente ao campo ético privilegiam o papel social da TV, assim como sua função educativa. Nessa perspectiva, a qualidade é frequentemente associada à capacidade da TV de reforçar a democratização da sociedade e promover laços sociais entre as diversas comunidades, estimulando debates, envolvimento e experiências coletivas em torno de determinados temas ou fenômenos.” (FECHINE, 2006, p.2)

No Brasil, as discussões sobre qualidade e tentativas de regulamentação são sempre vistas como censura e logo perdem força tanto no cenário político quanto pela sociedade em geral. Historicamente a falta de qualidade na televisão brasileira vem sendo associada com a baixaria e o sensacionalismo em busca de audiência, deixando o conteúdo em segundo plano. Esse comportamento vem se repetindo há anos, inclusive dentro do telejornalismo, e a cada guerra de audiência, quem perde é o telespectador que deixa de receber um conteúdo voltado para o seu crescimento intelectual e social. Fechine (2006) explica que

com exceção de algumas medidas tímidas, como a obrigatoriedade da indicação do horário e da faixa etária

recomendáveis para exibição do programa, o Governo pouco tem interferido nos conteúdos exibidos, ficando a cargo de entidades formadas pelos próprios representantes das emissoras de rádio e de televisão a autocensura e a mediação da vigilância recíproca entre as empresas de comunicação. (FECHINE, 2006, p.3)

Nesse sentido, Pujadas (2013) entende que uma das formas possíveis de alcançar a qualidade televisiva seria a partir da criação de padrões de qualidade a serem seguidos e respeitados. Um acordo tácito entre as emissoras com o intuito de elevar o nível de qualidade da programação, como já foi feito no Brasil, no início da década de 1970, entre a Rede Globo e a TV Tupi. Na ocasião, “as duas emissoras se comprometeram a excluir de suas programações os gêneros de shows que servissem de fatos ou pessoas para explorar a credice popular ou incitar a superstição” (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p.117). O resultado foi a diminuição dos espetáculos de mau gosto e o jornalismo sensacionalista da TV brasileira, pelo menos, até o final da década seguinte. Pujadas (2013) entende que

estabelecer padrões de qualidade é possível sempre e quando se tenha produzido um acordo prévio sobre os próprios objetivos da televisão e de seus instrumentos. Ou seja, em relação aos seus objetivos é necessário um acordo prévio sobre o que se trata é ir além do papel, que demasiado amiúde menciona como objetivo o fomento de uma cidadania crítica, mas para a qual o único material oferecido a mantém em seu papel de audiência pacífica. (PUJADAS, 2013, p.246)

Um exemplo disso é a criação do Padrão Globo de Qualidade, como ficou conhecida a escolha da emissora de elevar o nível de qualidade de suas produções em relação ao caráter técnico, estético e profissional, consolidado a partir de 1973 com a estreia de programas como o Fantástico e o Globo Repórter, que na época produzia documentários e trazia para a televisão cineastas de renome, oriundos do Cinema Novo (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010). De acordo com Freire Filho (2008), este padrão “consubstanciava o intento declarado da emissora do Jardim Botânico de ser “popular” sem ser “popularesca”. Evidenciava-se então a formação de uma hierarquia “dentro” da indústria televisiva, numa divisão em três níveis” (p.92). São eles, o popular culto, o popular e o popularesco.

Tendo em vista o discurso de qualidade da Rede Globo de Televisão, a emissora harmonizou critérios de excelência como infraestrutura, apuro técnico, efeitos especiais, cenários, programação visual, modernização dos gêneros, divulgação da cultura, da tradição, dos artistas e dos autores nacionais (FREIRE FILHO, 2008). No entanto, essa era do alto padrão de qualidade foi perdendo força, principalmente após a chegada do SBT nos anos de 1980, até que os anos de 1990 trouxeram à televisão brasileira o processo de “mexicanização” da programação, iniciado pelo SBT com a importação das novelas mexicanas e adotado por todas as outras emissoras em busca de audiência, inclusive a Rede Globo de Televisão, em uma tentativa de não perder o público que estava migrando para o canal de Sílvio Santos (FREIRE FILHO, 2008; RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010). Em um artigo para o jornal Folha de São Paulo, o diretor de teatro Gerald Thomas critica os rumos da televisão brasileira durante a década de 1990.

Mexicanização, populismos, sexualização e violência excessiva, lbope, classes D, E, F ou Z, todas essas justificativas para a bestificação da programação de televisão só demonstram que o mesmo povo que já teve a TV como ópio hoje parece ter se tornado o ópio da TV. (THOMAS, 1999)<sup>38</sup>

Uma das possíveis razões para o retorno do popularesco à televisão brasileira se deve ao aumento ao acesso à televisão pela camada mais pobre da sociedade com a diminuição da inflação trazida pelo Plano Real em 1994. “Foram vendidos cerca de 28 milhões de aparelhos de televisão, entre 1994 e 1998”, destes, “cerca de 6 milhões representavam o primeiro televisor da família” (RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010, p.172). Danilo Rothberg (2011) explica que em países como o Brasil, que não possuem nenhum tipo de regulamentação da mídia, as guerras de audiência ao invés de elevar a qualidade do conteúdo, acabam tendo efeito contrário. O autor destaca, dessa maneira, que

Assim tais embates têm gerado importantes consequências negativas, com conteúdos que estimulam o preconceito, o empobrecimento da experiência estética diante da televisão e a

---

<sup>38</sup> THOMAS, GERALD. Do “padrão Globo” ao “padrão mexicano” de qualidade. **Folha de São Paulo**, 1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq12089910.htm>. Acesso em: 02. Jan. 2020.

desinformação sistematicamente construída com base em relatos jornalísticos marcados por superficialidade, fragmentação e superficialismo. (ROTHBERG, 2011, p.13)

Durante a década de 1990, em uma tentativa de elevar a qualidade do conteúdo produzido pela televisão brasileira, o governo federal tentou estabelecer uma auto-regulamentação do setor, porém não obteve êxito. O resultado foi a criação de uma faixa-etária indicativa para cada horário da programação. Sobre o assunto, Freire Filho explica que existe dificuldade e resistência ao se falar sobre uma qualidade para a televisão, já que

as raras ocasiões em que se adensa, em nossa “mídia cultural”, a discussão estética ou artística ratificam a percepção de que, para a crítica especializada, televisão de qualidade é aquela que desempenha, com humildade, a função de mediar a “alta cultura” para as massas; que serve de trampolim para voos mais altos da imaginação.” (FREIRE FILHO, 2008, P.97)

Freire Filho continua sua reflexão sobre a qualidade televisiva encarando a triste realidade de que “o debate se apequenou de tal maneira que ficamos com a impressão, às vezes, de que televisão de qualidade é sinônimo de televisão sem bunda e ponto final” (2008, p.97). Além disso, devido ao trauma da censura à televisão nos anos de 1970, quando os militares tentavam impor um padrão ideal de comportamento para a sociedade e, conseqüentemente, da televisão, até os dias atuais qualquer tentativa de regulamentação da mídia brasileira é vista como um retorno da censura. Contribuindo com o debate, Arlindo Machado (2005) pontua que

Qualitytelevision passa então a ser uma expressão rapidamente tomada como bandeira para uma abordagem diferenciada da televisão, logo adotada por um punhado de estudiosos e críticos, malgrado nenhum deles tenha conseguido definir de forma clara o que seria “qualidade” em televisão (MACHADO, 2005, p.22)

Diferentemente do que acontece no Brasil, onde não se pode definir ao certo as funções da televisão, na Inglaterra, ainda nos anos de 1980 foram definidos objetivos e funções a serem desempenhadas pelos serviços público e privado de televisão. Gabriela Borges (2008) explica que as seguintes funções e objetivos foram estabelecidas pelo governo da então primeira-ministra Margaret Thatcher:



acesso geográfico universal; apelo universal aos gostos e interesses; atenção especial às minorias; contribuição para a percepção da identidade e comunidade nacional; afastamento dos interesses adquiridos; financiamento directo e universalidade de pagamento; competição baseada na boa programação ao invés de estar baseada nos índices de audiência; linhas de orientação que promovem a liberdade dos programadores muito mais do que restringem a sua liberdade. (BORGES, 2008, p.157)

A partir destes princípios básicos foi possível determinar o que seria ou não tolerado na programação televisiva e dessa forma, estabeleceu-se padrões mínimos de qualidade com base no respeito, na diversidade e na ética. Nesse sentido, Borges (2008) entende que “a qualidade de um canal de televisão depende da sua capacidade de construir uma imagem de marca através da sua política de programação” (BORGES, 2008, p.161), levando sempre em consideração o que a marca quer transmitir para seus telespectadores e como ela espera ser reconhecida pela sociedade. Ainda sobre a necessidade de regulamentação do serviço de televisão, Pujadas (2013) explica que

em alguns países, a própria noção de qualidade é diretamente promovida a partir da regulamentação televisiva, em outros a promoção da qualidade faz parte dos estatutos de fundação de algumas cadeias de televisão, em alguns a qualidade é estimulada a partir dos conselhos audiovisuais – quando estes estão providos de capacidade de sanção – ou em determinadas regiões a qualidade faz parte das culturas profissionais. Outros textos apontam para os hábitos de audiência e para sua alfabetização mediática para celebrar a qualidade existente ou criticar sua ausência, em referência à audiência como um requisito prévio à existência da qualidade (em termos do que a audiência pede, ou do que não gosta...). Assim, qualquer sistema televisivo conforma um cenário específico, define algumas determinadas condições nas quais a televisão de qualidade tem mais ou menos oportunidades de emergir. (PUJADAS, 2013, p.238)

Ainda que seja difícil encontrar um denominador comum na maneira com a qual podemos determinar a qualidade da televisão brasileira, Machado (2005) acredita que “A querela sobre o que é ou não é qualidade em televisão não deve servir de pretexto para se fugir do debate sobre o significado dos produtos e processos televisuais. A crítica, na verdade, é parte constituinte do próprio processo de fazer televisão” (MACHADO, 2005, p.26). Ou seja, nós como pesquisadores temos o dever de continuar buscando formas de analisar

qualitativamente as emissoras e a programação televisiva, debater como é possível respeitar as diferenças e apresentar conteúdos que dialoguem tanto com as massas como com as minorias e apresentar resultados que possam ser colocados em prática.

Um exemplo disso é a TV Cultura, que em uma pesquisa realizada pelo Instituto Populus em 2013, a pedido da BBC, ficou em segundo lugar em qualidade de programação, perdendo apenas para a BBC One. A pesquisa intitulada *International Perceptions of TV Quality*<sup>39</sup> analisou 66 emissoras de televisão em 14 países do mundo e revelou que a qualidade está ligada também à percepção da audiência sobre o conteúdo que ela recebe das emissoras de televisão. Borges (2014, p.31) explica que a qualidade pode ser vista tanto como um “elemento legitimador do serviço público de televisão”, quanto pode ser utilizada como um discurso “sobre a importância do serviço público de televisão para a preservação do pluralismo e da democracia”, como veremos mais adiante em relação aos critérios de qualidade no telejornalismo público produzido pela TV Cultura.

### **3.1 Qualidade no jornalismo**

A qualidade no jornalismo é um tema que vai além da qualidade na televisão, pois se trata da qualidade aplicada ao fazer jornalístico, na maneira como noticiar os fatos e como as escolhas do veículo afetam os consumidores do conteúdo que é produzido. É importante lembrar que a qualidade no jornalismo está relacionada ao jornalismo impresso, televisivo, radiofônico ou digital<sup>40</sup>. Mas antes de falarmos sobre a qualidade no telejornalismo, mais especificamente no telejornalismo público, vamos apresentar as discussões acerca da qualidade no jornalismo como um todo. Christofolletti entende que

Na indústria jornalística (e em outras também), o tema da Qualidade assume dois sentidos: diferencial competitivo e promotor de uma cultura organizacional que padroniza procedimentos, reduz desperdícios, otimiza recursos e atende rapidamente às demandas que recebe. Um terceiro sentido vem repercutindo nos meios gerenciais, o que correlaciona

---

<sup>39</sup> International Perceptions of TV Quality. Disponível em:

<http://downloads.bbc.co.uk/mediacentre/international-research-data.pdf>

<sup>40</sup> Neste caso leia-se o jornalismo que é distribuído em plataformas digitais na Internet.

Qualidade à Responsabilidade Social Empresarial, também entendido como um fator estratégico para o aumento da visibilidade da empresa na comunidade ao seu entorno. (CHRISTOFOLETTI, 2010, p.14)

Christofoletti (2010) explica que a qualidade no jornalismo pode ser definida em dois aspectos: a qualidade interna, levando em conta o grau de adequação entre as expectativas dos consumidores; e a qualidade externa, que diz respeito à percepção que os consumidores têm do serviço oferecido. Sobre as instâncias internas, cabe à direção do veículo de jornalismo a preocupação de alcançar os resultados desejados. Christofoletti (2010) elenca algumas ações que podem influenciar na qualidade interna, tais como: criação de cargos como ombudsman, ouvidor ou gerente de controle de qualidade; concepção e implementação de manuais de redação; criação e composição de conselho de leitores; instituição de prêmios internos para incentivar a competitividade entre seus profissionais; ações para a profissionalização da gestão; elaboração de projetos editoriais; reformas internas; adoção de processos de normatização e gerenciamento; busca de excelência técnica e inovações tecnológicas; fortalecimento e organização empresarial; e ações para a expansão de negócios pela via da diversificação.

Já a qualidade externa (CHRISTOFOLETTI, 2010) pode ser alcançada por meio de ações realizadas pela própria sociedade organizada, entre as quais podemos citar como exemplo: observatórios de mídia; iniciativas de análise e crítica de mídia; códigos de ética profissional; ensino de graduação ou formação profissional; ensino de pós-graduação ou formação profissional; regulamentação estatal do mercado; premiações ou distinções exteriores às empresas do ramo; eventos de discussão sobre as rotinas produtivas; e documentos propositivos de novas políticas editoriais em consonância com setores não jornalísticos organizados da sociedade.

Todos estes fatores contribuem para a criação de um jornalismo responsável, preocupado com a ética e com as demandas da sociedade, como a veracidade dos fatos, a pluralidade de temas e a diversidade de vozes. Em relação aos indicadores de qualidade no jornalismo, muitos autores são unânimes em dizer que a qualidade no jornalismo está diretamente ligada à

diversidade. Diversidade de vozes, pensamentos e também na maneira como os conteúdos são apresentados. Borges (2013), por exemplo, analisa a diversidade como critério fundamental para a qualidade do jornalismo. Levando em conta a diversidade de pontos de vista, de sujeitos representados, de temas, de formatos e a diversidade geográfica. A autora conclui que

a diversidade assim pensada contribuirá para o fornecimento de informação crítica e contextualizada, que reflete sobre a atualidade, promove a objetividade, a imparcialidade e os valores positivos, fatores que indubitavelmente contribuirão para a formação de uma sociedade mais democrática e plural, com cidadãos bem informados e conscientes. (BORGES, 2013, p.295)

Além da diversidade, fatores como inovação estética, contextualização dos temas abordados, pluralidade de interpretações e a interação com o público podem ser vistos como indicadores de qualidade no jornalismo e fazem diferença no produto final que é entregue ao cidadão. Neste sentido, a autora Beatriz Becker (2010) acredita que estas referências podem indicar que uma produção jornalística de qualidade deve quebrar regras discursivas, transformar e mesclar gêneros, inserir diversos pontos de vista na mesma narrativa. Essa transformação na forma de pensar o jornalismo, traz dinamicidade para o fazer jornalístico e aproxima o público, tornando-o parte do processo, por meio da interatividade e da participação popular. Também pode ser vista como uma característica da qualidade no jornalismo a criação de novas maneiras de perceber e narrar os assuntos cotidianos, tornando-os mais interessantes e atrativos a todos os tipos de públicos.

O conceito de telejornalismo de qualidade está inserido numa ampla proposta de reflexão crítica sobre televisão de qualidade, desenvolvida nas análises sobre as produções televisivas de diferentes gêneros, em diversos países, interessados em observar os programas como expressões políticas e culturais da atualidade. (BECKER, 2008, p.359)

Apesar da dificuldade de definir o conceito de qualidade no jornalismo e na televisão, é possível perceber que existem consensos sobre as características que os produtos de qualidade apresentam para o espectador. “Nas definições de críticos e públicos, a qualidade é concretamente atribuída aos produtos televisivos comprometidos com os valores sociais, entre os quais

tolerância, paz, solidariedade e respeito são os mais reiterados.” (FARRÉ, 2008, p.343). E, mesmo que instintivamente, o público sabe que o conteúdo de qualidade é aquele que respeita a dignidade humana, promove o debate e esclarece os assuntos de forma didática e clara. Desta maneira, podemos entender que “qualidade é, acima de tudo, uma opção ética sobre o tipo de revelação que se deseja estabelecer com o espectador e a finalidade desse vínculo.” (FARRÉ, 2008, p.344)

A autora (FARRÉ, 2008) explica ainda que a qualidade no jornalismo está relacionada, de modo geral, com a qualidade dos enunciados e a qualidade de enunciação. Ela explica, que no primeiro caso, é necessário que o produto jornalístico satisfaça as necessidades básicas de informação, entretenimento e ócio; respeite a pluralidade das crenças; estimule a imaginação, solicite a atenção concentrada do público; respeite as leis e a cultura nacional; fomente o conhecimento de outras culturas; e apresente trabalhos artisticamente bons. Já a qualidade de enunciação está ligada à diversidade de gêneros apresentados; a pluralidade de temas; a promoção da inovação; e ao desenvolvimento da cultura e da educação.

Becker (2005) entende que os parâmetros para construir o conceito de telejornal de qualidade devem se basear mais na agenda da sociedade e menos em temas políticos, e focar na valorização do interesse público e na independência. Abrir espaço para diferentes vozes, dar voz para a população mais pobre e negra e alcançar a diversidade necessária para a prática de um bom jornalismo. Neste sentido, é preciso lembrar que “o direito à comunicação pressupõe que os cidadãos tenham voz, que essa possa ser expressa, publicizada, também na mídia.” (COUTINHO, 2013, p.25). E para que os cidadãos possam ter protagonismo, é necessário que haja cada vez mais espaços de troca entre mídia e sociedade, principalmente na televisão pública, que tem como um dos seus principais objetivos, enquanto radiodifusão pública, promover a cidadania e garantir o direito à informação e à comunicação.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Entre os objetivos da radiodifusão pública e da TV Brasil estão 1. Abordar temas de relevância nacional; 2. abordar temas de relevância internacional; 3. Oferecer mecanismos para debate público; 4. Promover a Cidadania; 5. Desenvolver a consciência crítica do cidadão;

Para Martín-Barbero (2002), televisão pública é aquela que interpela o público, e o inclui enquanto cidadão. Tendo isso em vista, Coutinho (2013) defende que emissoras públicas como a TV Brasil e a TV Cultura, por exemplo, devem cumprir um papel social e complementar que as emissoras comerciais não exercem na formação do cidadão e no direito à comunicação. Dessa maneira, uma televisão pública de forma geral,

deveria possibilitar a difusão de diferentes vozes, imagens e sons, produzidos segundo uma diversidade de princípios editoriais de tal modo que a pluralidade de opiniões e perspectivas fosse construída a partir da experimentação do direito de comunicar, em um canal público.” (COUTINHO, 2013, p.27)

Os discursos da televisão pública, segundo Mazziotti (2002) se baseiam em três pilares principais: ter uma programação de qualidade; assumir o que a televisão comercial deixa vago; e apresentar diversidade cultura, tolerância e abertura para sujeitos culturais. Nessa perspectiva, “a qualidade tem a ver, então, com a criatividade, com a possibilidade de expressar outras maneiras e de maneiras novas, o que se quer contar” (MAZZIOTTI, 2002, p.215). E, no caso dos gêneros informativos, é preciso tender aos conhecimento e integração das diversas regiões do país, mesclando informações regionais e nacionais, além de incluir debates, entrevistas e comentários de especialistas para uma compreensão mais ampla dos assuntos apresentados.

---

6. Desenvolver programação educativa promotora de cidadania; 7. Desenvolver programação artística promotora de cidadania; 8. Desenvolver programação cultural promotora de cidadania; 9. Desenvolver programação informativa promotora de cidadania; 10. Desenvolver programação científica promotora de cidadania; 11. Fomentar a construção da cidadania; 12. Fomentar a consolidação da democracia; 13. Fomentar a participação na sociedade; 14. Garantir o direito à informação; 15. Garantir o direito à livre expressão do pensamento; 16. Garantir o direito à criação; 17. Garantir o direito à comunicação; 18. Cooperar com os processos educacionais; 19. Cooperar com os processos de formação do cidadão; 20. Apoiar processos de inclusão social; 21. Apoiar processos de socialização da produção de conhecimento; 22. Garantir espaços para exibição de produções regionais; 23. Garantir espaços para exibição de produções independentes; 24. Buscar excelência em conteúdos; 25. Buscar excelência em linguagens; 26. Desenvolver formatos criativos e inovadores; 27. Constituir centro de inovação e formação de talentos; 28. Competir pelo aumento da audiência sem alterar a programação; 29. Promover parcerias e fomentar produção audiovisual nacional; 30. Estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos; 31. Estimular a produção e garantir a veiculação de conteúdos interativos, especialmente, aqueles voltados para serviços públicos. Lei Federal 11.652/2008. Disponível em: <http://bit.ly/1BX9TCU>. Acesso em: 09.01.2020.

Sobre as perspectivas gerais de um modelo de telejornalismo público, Coutinho (2013, p.29) afirma que uma das preocupações deveria ser em relação à “oferta de conteúdos voltados para o cidadão e as diferentes comunidades.” Nesse sentido, a pesquisadora entende que os telejornais e programas jornalísticos

Deveriam ter como premissa e/ou promessa promover uma melhor compreensão da realidade, tornando mais próximo e efetivo, seu entendimento e apropriação pelos telespectadores. Estes deveriam ser compreendidos e representados nas reportagens como cidadãos e também como grupos sociais. (COUTINHO, 2013, p.29)

E, portanto, “um dos objetivos do Telejornalismo Público deve ser a veiculação de explicações aprofundadas sobre a sociedade, assim como sobre os sistemas político e fiscal que as organiza” (COUTINHO, 2013, p.29), e sempre lembrar que é preciso priorizar o interesse público em detrimento de outros critérios de noticiabilidade<sup>42</sup>.

A perspectiva da pluralidade de vozes no telejornalismo público orientaria a constituição dos programas jornalísticos em uma emissora pública como espaço para o exercício do direito à comunicação, para além do direito à informação de qualidade, aferida segundo parâmetros de excelência. (COUTINHO, 2013, p.30)

Sobre esse tema, Rothberg (2011) avalia que uma das maneiras de diferenciar o jornalismo público é justamente a qualidade dos enquadramentos dos conteúdos abordados, devido a uma menor preocupação com as reportagens e um maior tempo dedicado a explicar os assuntos. Coutinho(2013) explica ainda que as principais diferenças entre o telejornalismo público e o comercial estaria na pauta dos noticiários, o tempo destinado a cada tema, fontes consultadas e estrutura da informação que é repassada. Seria uma forma de avaliar a qualidade do telejornalismo perceber se o conteúdo é aprofundado, amplamente debatido, para que possa além de informar, educar os telespectadores. Outro indício de qualidade no jornalismo segundo Coutinho (2013), seria os cuidados com a ética, preservação da dignidade humana, cuidado na representação da diferença, recusa à

---

<sup>42</sup> Segundo Traquina (2008), os principais critérios de noticiabilidade são: morte, notoriedade, proximidade, relevância, tempo, notabilidade, inesperado, conflito e infração.

perpetuação de estereótipos e o respeito ao cidadão. Também é preciso verificar se o jornal abre espaço para diferentes vozes e perspectivas, chamando diversas camadas da sociedade para o debate e fazendo com que outros atores sociais sejam reconhecidos. Coutinho (2013) defende que esta é uma outra vertente da qualidade uma vez que

Essa perspectiva ou orientação reclamaria especial atenção para a incorporação e representação das chamadas minorias não apenas via realização de pautas específicas, mas na cobertura cotidiana, na representação da população de um modo geral. Isso se justifica na medida em que não haveria um único brasileiro, uma identidade padrão, mas diferentes públicos que os telejornais deveriam narrar em suas edições com os quais eles deveriam representar. (COUTINHO, 2013, p.33)

Pensando nisso, é importante ter em mente que um telejornalismo público de qualidade deve colocar o cidadão em primeiro lugar, se distanciando dos interesses comerciais e dos números da audiência para, dessa forma, conseguir se aproximar dos seus reais objetivos. Assim, “espera-se desse veículo de comunicação a transmissão de uma programação integralmente engajada com o que é de efetivo interesse público, na expectativa de uma pluralidade de vozes, opiniões e pontos de vistas.” (GOUVÊA, 2013, p.141)

Dessa maneira, lembramos que para que haja um jornalismo de qualidade na televisão pública é preciso que se estabeleça discussões e debates sobre os cotidianos das pessoas, alternativas comunicacional e informativa aos meios comerciais hegemônicos. De acordo com Gouvêa (2013), a televisão pública é um modelo alternativo, que privilegia a diversidade de representação, culturas, opiniões e vozes. E, portanto, o seu jornalismo deve trilhar o mesmo caminho a fim de alcançar a qualidade desejada.

Em síntese, há telejornalismo de qualidade, quando uma cobertura jornalística do Brasil e do mundo representa a pluralidade de interpretações e a diversidade de temas, atores sociais, quando imaginamos que existem novas elaborações e outros modos de construir sentidos sobre o mundo real



cotidiano na tela da televisão, quando aprendemos a pensar com as imagens, e experimentamos, como disse Machado (2002:18), novas poéticas audiovisuais, revestimos o habitual de novos estímulos e significados. (BECKER, 2008, p.367)

Por isso, procuramos identificar os aspectos que tornam o jornalismo público um lugar de diversidade, pluralidade, debate de temas, utilizando uma didática que consiga explicar assuntos complexos e mostrar temas de interesse dos cidadãos, representando todas as camadas sociais, alcançando assim o conceito de qualidade tão desejado e idealizado pelos estudiosos.

### **3.2 Critérios de qualidade no telejornalismo público**

Depois de uma reflexão sobre alguns conceitos que envolvem o tema da qualidade tanto na televisão como um todo quanto no jornalismo, principalmente o jornalismo público, segue-se um pouco sobre os critérios que podem ser utilizados para avaliar a qualidade de um produto. Os critérios e parâmetros são os mais diversos, por isso buscar-se-á o que os principais estudiosos do tema têm aplicado em suas análises, para então delimitar os parâmetros que serão empregados nesta pesquisa.

Freire Filho (2008), por exemplo, elenca onze critérios de qualidade utilizados por diversos teóricos a fim de estabelecer que a avaliação da qualidade televisiva pode ser distinta e depende da intenção do que se pretende avaliar.

Em suas múltiplas acepções, o conceito de qualidade televisiva pode estar associado, entre outros aspectos, à originalidade (temática e/ou formal); ao profissionalismo (na condução dos negócios e/ou produção dos programas); ao apuro técnico; ao cultivo da diversidade (de opções de programação; de perspectivas ideológicas e culturais); ao localismo; à independência (frente à pressões econômicas e políticas); à veracidade representativa (ligada à apreciação de um certo “efeito de realismo” que obedece a convenções genéricas); à correção moral; à retidão ética; à atenção às demandas das minorias e dos grupos excluídos ou dissidentes; à contribuição para a esfera pública; à experiência de prazer e diversão da audiência. (FREIRE FILHO, 2008, p.78)

Farré (2008) reforça que “a diversidade é também um critério que está na base dos principais indicadores de qualidade para os programas individuais” (FARRÉ, 2008, p.346) e, portanto, vários autores escolhem este como um

parâmetro para suas análises qualitativas. Outras maneiras de avaliar os conteúdos dos programas, é por meio da observação dos temas abordados, das vozes e fontes de informação utilizadas e, no caso da televisão pública, a identificação de indicadores da comunicação pública no programa.

A autora (Farré, 2008) em sua pesquisa, levou em consideração critérios como tema e sua hierarquia; caracterização do apresentador; tipo de representação audiovisual; linguagem; e valores sociais. Ela explica que “se a qualidade for medida por critérios objectivos, pode-se alcançar um melhor reconhecimento dos limites da programação que temos e, logo, avançar para encaminhar propostas para uma televisão que se deseja” (FARRÉ, 2008, p.355).

Já o pesquisador francês François Jost (2013, p.292) estabelece como critérios de qualidade as especificações técnicas do programa e acredita que “o primeiro critério para julgar a qualidade é o cumprimento das especificações ou os compromissos do canal.”<sup>43</sup>

A maioria dos critérios de qualidade refere-se ao próprio produto audiovisual. Dois conjuntos de argumentos são usados: argumentos extrínsecos, baseados em critérios externos ao produto, argumentos intrínsecos, que encontram esses critérios no próprio produto. (JOST, 2013, p.294, tradução nossa)<sup>44</sup>

Nesse caso, os critérios extrínsecos se relacionam com o gênero enquanto os intrínsecos estão ligados às características técnicas do programa. Jost (2013) explica que existem várias maneiras de pensar o assunto. Na primeira delas, é possível verificar se os telespectadores acreditam que o produto condiz com que foi prometido, com seus objetivos iniciais. Já outra forma seria julgar se o programa está de acordo com os objetivos em relação aos destinatários.

---

<sup>43</sup> Tradução da autora para: “le premier critère pour juger de la qualité est la conformité au Cahier des charges ou aux engagements de la chaîne.”

<sup>44</sup> Tradução da autora para: “La majorité des critères de la qualité portent sur le produit audiovisuel lui-même. Deux séries d’arguments sont mobilisés: des arguments extrinsèques, qui s’appuient sur des critères extérieurs au produit, et des arguments intrinsèques, qui trouvent ces critères dans le produit lui-même.”

Os propósitos educacionais e culturais ainda estão presentes nos critérios de qualidade. Eles dão origem a dois tipos de avaliação. O primeiro consiste em discutir os respectivos méritos de dois termos que se opuseram na França desde Pascal: o coração e a razão. O segundo a julgar o programa pelo seu valor exemplar. (JOST, 2013, p.302, tradução nossa)<sup>45</sup>

Jost (2013) acrescenta ainda à lista de critérios de qualidade os valores éticos. Mas dentre tantos critérios possíveis, como saber qual escolher na hora de analisar? O autor acredita que mesmo que as classificações dos critérios sejam fundamentadas é difícil escolher apenas um e por isso orienta que a qualidade de um programa de televisão se encontra na combinação de vários desses níveis e por isso, cabe ao pesquisador encontrar sua linha de análise e combinar critérios e parâmetros que possa representar a qualidade do programa. Essa escolha vai depender do gênero do programa analisado, do tipo de emissora que o veicula e dos objetivos do programa, o que ele se propõe a apresentar, para avaliar o cumprimento de sua missão.

Em seu estudo sobre gestão da qualidade aplicada ao jornalismo, Guerra (2010) leva em consideração aspectos da qualidade enquanto uma referência às expectativas dos clientes, e utiliza como base a norma ABNT NBR ISO 9001:2008<sup>46</sup>. Ele explica que as expectativas dos consumidores aparecem em uma dimensão privada quando relacionada aos gostos e preferências do indivíduo e em uma dimensão pública enquanto cidadãos que tem direitos e deveres quando inseridos em sociedades democráticas. Diante disso, Guerra (2010) define que

Qualidade é o grau de conformidade entre as notícias publicadas e as expectativas da audiência, consideradas as expectativas da audiência em duas dimensões: a) dimensão privada, relativas a seus gostos, preferências e interesses pessoais; e b) dimensão pública, relativas ao interesse público como Valor-Notícia de Referência Universal. (GUERRA, 2010, p.46)

---

<sup>45</sup> Tradução da autora para: Les finalités éducatives et culturelles restent bien présentes dans les critères de qualité. Elles donnent lieu à deux types d'évaluation. La première consiste à discuter des mérites respectifs de deux termes qui s'opposent en France depuis Pascal: le coeur et la raison. Le second à juger le programme en fonction de sa valeur d'exemplarité.

<sup>46</sup> Norma que certifica os Sistemas de Gestão da Qualidade e define os requisitos para a implantação do sistema. Este documento possui ferramentas de padronização, e é considerado um modelo seguro para a implantação da Gestão da Qualidade.

Neste sentido, a proposta de Guerra (2010) para a avaliação da qualidade leva em consideração as seguintes diretrizes: requisitos gerais; responsabilidade da direção e liderança organizacional; estratégias e planos; audiência e sociedade; informações e conhecimentos; gestão de recursos; realização do produto e dos processos; medição, análise e melhoria/resultados.

Esta abordagem pode ser empregada em qualquer empresa jornalística que deseja colocar em prática um plano de gestão da qualidade de seus processos, no entanto, considerando que a presente pesquisa foca no telejornalismo da TV Cultura, procuramos apresentar aqui, e utilizar em nossa análise, critérios que se encaixem no perfil de um jornalismo realizado em um canal de televisão pública. Nesta perspectiva, Schlaucher (2013, p.162) aponta que “a discussão sobre qualidade em TV ganha ainda mais relevância quando o foco recai sobre os operadores públicos, que cumpriram uma função fundamental no que diz respeito ao direito de todos os cidadãos ao acesso à informação”.

Em uma pesquisa sobre critérios de qualidade em emissoras públicas, como parte da série Debates CI da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) propuseram quase 200 perguntas que servem de base para a verificação do conceito de qualidade em três áreas: gestão, conteúdo e técnica.

Alguns parâmetros de qualidade para a televisão pública elencados na pesquisa foram: transparência de gestão; diversidade cultural; cobertura geográfica (No jornalismo, há reportagens sobre as diversas cidades ou regiões?) e oferta de plataformas; padrão público (democrático e republicano) do jornalismo (A emissora se corrige publicamente quando alguma reportagem ou noticiário deixa passar, inadvertidamente, um erro? Essas orientações são bem-sucedidas para evitar o proselitismo religioso? Os diversos pontos de vista estão representados nos debates de ideias? O jornalismo é objetivo – no sentido de evitar a subjetividade – e independente? As fontes ouvidas nas reportagens refletem os padrões de diversidade que pautam a programação geral da emissora?); independência; interação com o público; caráter público

do financiamento; grau de satisfação da audiência, experimentação e inovação de linguagem; e padrões técnicos (BUCCI; CHIARETTI; FIORINI, 2012, p.25).

Esses parâmetros de avaliação da TV pública nos levam a perceber que esta TV é como o lugar preferencial para a oferta de um telejornalismo de qualidade, uma vez que as características necessárias para a prática de um bom jornalismo já estão contidas nos seus objetivos, e para Coutinho (2011) este telejornalismo deveria ter o papel de se tornar parte da conversação cotidiana. Mas quais as práticas o cidadão deve buscar em um bom jornalismo? Segundo a Avaliação do Jornalismo da TV Brasil realizada pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) entre 2010 e 2011, sob coordenação da professora Iluska Coutinho, o telejornalismo público deve proporcionar o aprofundamento de temas; estímulo ao debate público; objetividade; interação e troca com o público; isenção (trazendo diversas vozes, opiniões contrárias e apresentando contrapontos); prática do direito à informação (pluralidade de fontes e de tempo de fala para a população); atenção para a representação do que é de interesse público; e representação de diferentes grupos identitários (inclusão de minorias).

Como podemos perceber, as práticas que fazem o jornalismo ter qualidade são aquelas práticas básicas que deveriam fazer parte de toda a produção jornalística, noções de ética, interesse público, veracidade dos fatos, diversidade de fontes. No entanto, o que acontece no jornalismo comercial é que a busca por audiência acaba empobrecendo os debates, aumentando os níveis de sensacionalismo e quem perde com isso é o consumidor, que não consegue ter um panorama mais aprofundado dos fatos, uma noção crítica da sociedade e dos fatos que lhe são apresentados. A pesquisadora Beatriz Becker (2009) defende que existem algumas características básicas para que a informação jornalística promova alguma consciência crítica no cidadão sobre determinada realidade histórica. Ela entende que

as novas relações entre tempo–espaço, portanto, também demandam outras referências sobre as práticas jornalísticas que possam reafirmá-las como formas de conhecimento superando a homogeneidade dos discursos e privilegiando o reconhecimento das diferenças. (BECKER, 2009, p.106)

Nesse sentido, Becker (2008, 2009) acredita que entre as características básicas para a produção de um telejornalismo de qualidade estão a objetividade, a relevância, a pluralidade, a interatividade e a criatividade no uso da linguagem audiovisual. Além disso, outro fator que podemos acrescentar é a diversidade de atores e temas, que fazem com que todos os espectadores se sintam incluídos e representados.

As noções de objetividade e imparcialidade no jornalismo são mais apropriadas a uma concepção empiricista da realidade que está fora do enquadramento da nossa perspectiva teórica. Entretanto, essas noções são úteis na análise porque elas enquadram o modo como o jornalismo é socialmente aceito, e regulam, pelo menos retoricamente, as ações profissionais e as expectativas do público. (GOMES, 2006, p.5)

Itânia Gomes (2006), em sua pesquisa sobre pressupostos teórico-metodológicos para análise de um jornalismo de qualidade, leva em conta aspectos sociais, ideológicos e culturais e elenca as noções de verdade e a relevância como principais critérios de qualidade a serem utilizados no jornalismo como um todo. Além disso, “fazem sentido as noções de imparcialidade e objetividade e as distinções entre fato e ficção, informação e entretenimento” (GOMES, 2006, p.9). Para ela, os valores-notícia estão intrinsecamente ligados à expectativa da sociedade e à responsabilidade social do jornalismo, e devem ser levados em consideração no fazer jornalístico.

Em relação ao fazer televisivo, Schlaucher (2013) entende que uma televisão que se coloca como referência para o espectador, deve cumprir o papel de integração entre os indivíduos. Dessa forma,

a busca pela diferenciação do serviço público de televisão não pode se basear apenas em estudos que trabalhem somente aspectos quantitativos; os números não traduzem, necessariamente, os interesses (dos) públicos e as potencialidades de formatos e narrativas que invistam na pluralidade, na inovação e na diversidade – ou seja, não conseguem medir as expectativas dos telespectadores.(SCHLAUCHER, 2013, p.163).

Nesse sentido, a fim de conseguir realizar uma análise reflexiva e aprofundada da televisão pública portuguesa, Gabriela Borges (2014) prefere dividir seus parâmetros de análise por área de atuação. Dessa forma, ela cria

indicadores diferentes para as áreas cultural, social, infanto-juvenil, educativa e jornalística, como podemos observar no quadro 1. Nesta última área, que é também objeto de nosso estudo, a pesquisadora destaca aspectos como democracia e cidadania (oferecimento de informação crítica e contextualizada, reflexões sobre a atualidade, isenção e imparcialidade e promoção de valores positivos); e diversidade (ela elenca aí a diversidade real de opiniões, de sujeitos apresentados, de temas, geográfica e de formatos), destacados no quadro 2. Borges (2014) também leva em consideração se os programas jornalísticos cumprem ou não as funções do serviço público, tais como: informativa, política, mobilização de valores, equilíbrio territorial, identitária, interrelacional, social, divulgação; cultural, de preservação das garantias democráticas, à participação sociocultural, à interatividade. Todas as funções do serviço público estão descritas no quadro 3.

Quadro 2 – Parâmetros de qualidade por área de atuação

<b>Áreas de atuação</b>	<b>Parâmetros de qualidade</b>
Área cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Democratização do acesso à arte ao conhecimento por meio da cultura;</li> <li>• Papel cultural a ser desempenhado pela televisão pública.</li> </ul>
Área social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papel social a ser desempenhado pela televisão pública;</li> <li>• Participação dos cidadãos;</li> <li>• Papel pedagógico da televisão na abordagem de assuntos de suma importância na era da globalização.</li> </ul>
Área infanto-juvenil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cidadania e democracia;</li> <li>• Participação do público.</li> </ul>
Área educativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importância do papel desempenhado pelas universidades no panorama do audiovisual português;</li> <li>• Utilização do potencial pedagógico na formação de futuros profissionais, pois os alunos são responsáveis pelas produções.</li> </ul>
Área jornalística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Democracia e cidadania;</li> <li>• Diversidade.</li> </ul>

Fonte: Borges, 2014.

Quadro 3 – Aspectos a serem observados na área jornalística

Parâmetros de qualidade	Aspectos a serem observados
Democracia e cidadania	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferecimento de informação crítica e contextualizada;</li> <li>• Reflexões sobre a atualidade;</li> <li>• Isenção/imparcialidade;</li> <li>• Promoção de valores positivos.</li> </ul>
Diversidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversidade real de opiniões.</li> <li>• Diversidade de sujeitos representados.</li> <li>• Diversidade de temas (dar visibilidade aos temas mais relevantes e muitas vezes não abordados pelas mídias em geral.</li> <li>• Diversidade geográfica.</li> <li>• Diversidade de formatos, com um equilíbrio no uso de estruturas textuais que possibilitem uma compreensão mais completa da realidade (por exemplo, a narração, a entrevista ou a exposição).</li> </ul>

Fonte: Borges, 2014.

Em uma análise semiótica do plano do conteúdo, a autora (BORGES, 2014) elenca 22 indicadores de qualidade, dentre eles estão: relevância; estímulo ao pensamento, debate de ideias e apresentação de desafios; ampliação do horizonte do público; promoção da conscientização política e/ou social dos cidadãos; estímulo à participação cívica; diversidade; nível de informação; entretenimento; recurso às fontes; seriedade; objetividade; subjetividade; precisão; oportunidade; interesse público; produção de sentido; credibilidade; promoção da identificação do espectador; adequação em relação ao público; e exatidão dos fatos narrados. Além disso, são avaliados aspectos da mensagem audiovisual como: inovação da linguagem; ousadia em termos de formato para a veiculação da mensagem; criatividade e inovação no formato; e eficácia na transmissão da proposta comunicativa do programa.



Quadro 4 – Funções do serviço público de televisão

<b>Função</b>	<b>Descrição</b>
Preservação das garantias democráticas	Assegurar a livre expressão e confrontação de ideias, promover o debate plural sobre questões de interesse público.
Informativa	Garantir o respeito à independência profissional e ao pluralismo.
Cultural	Relativa à informação e à promoção das artes como área do conhecimento humano, cuja difusão deve ser assumida como um compromisso do serviço público de comunicação.
Educativa	Relativa à necessidade de considerar o uso do audiovisual com fins educativos, tanto no que diz respeito à educação permanente quanto ao apoio a todos os níveis do sistema educativo.
Divulgação	Relativa à necessidade de socializar o conhecimento científico e técnico a fim de garantir a igualdade de oportunidades na sociedade.
Social	Relativa à oferta de programas de interesse social, favoráveis ao bem-estar das pessoas.
Política	Estímulo à participação dos cidadãos na vida política.
Interrelacional	Colocar em contato diversos setores profissionais, sociais, culturais e políticos.

Identitária	Relativa à criação de espaços audiovisuais para a projeção de identidades culturais e linguísticas.
Mobilização de valores	Difusão de valores positivos pela televisão ao serem definidas formas de intervenção positiva da televisão na sociedade.
Equilíbrio territorial	Necessidade de garantir uma cobertura nacional que represente diferentes grupos e minorias étnicas e sociais.
Estímulo à interatividade	Facilitar a todos os cidadãos o acesso à administração e aos serviços públicos.
Estímulo à participação sociocultural	Contribuir para a produção de valores agregados na formação de mentalidades e no estímulo ao exercício da cidadania.
Diversidade	Contribuir para a veiculação de uma pluralidade de perspectivas, pontos de vista, gêneros, sujeitos representados, temas e formatos.

*Fonte: Borges, 2014.*

Por fim, dentre os parâmetros de qualidade da área jornalística apresentados ao longo deste capítulo, podemos destacar os seguintes aspectos a serem levados em consideração para a análise: aprofundamento dos temas; estímulo ao debate público; isenção; interesse público; interação e troca com o público; e diversidade, tanto de opiniões, como cultural, de sujeitos, inclusão de minorias, pluralidade de temas, de localidades e de formatos trazendo inovação de formatos e linguagens. Tendo em vista os parâmetros de análise, dentre os aspectos do telejornal que devem ser observados estão: as pautas escolhidas; o tempo de cada matéria; o tempo dedicado a explicar os temas; as fontes consultadas; e a estruturação das

reportagens. No próximo capítulo, explicaremos mais sobre os critérios que serão utilizados para a análise e como eles serão úteis para avaliar a qualidade do Jornal da Cultura.

## 4 OBSERVAÇÃO DIRETA NO JORNAL DA CULTURA

Como pincelamos no capítulo anterior, a análise de conteúdo do Jornal da Cultura será baseada em critérios práticos, identificados por meio de uma observação sistemática do Jornal da Cultura durante uma semana de exibição. Para realizar esta pesquisa, escolhemos como método de pesquisa a observação direta intensiva, que segundo Marconi e Lakatos (2010) é realizada por meio de duas técnicas: observação e entrevista. Como parte deste método, foi executada uma observação não-participante nos bastidores da produção do Jornal da Cultura entre os dias 20 e 22 de agosto de 2019. Neste mesmo período, realizamos entrevistas com os jornalistas responsáveis pelo jornal para compreender suas escolhas, e por fim executar a observação sistemática do telejornal.

Neste caso, a semana escolhida para realizar a observação sistemática foi entre os dias 09 e 14 de setembro de 2019<sup>47</sup>. Isso porque o consideramos um período de estabilidade no formato do telejornal, visto que ele passou por várias mudanças<sup>48</sup> e também por ser um espaço temporal próximo à observação não-participante feita pela pesquisadora entre os dias 20 e 22 de agosto de 2019. Neste capítulo, mostraremos como as observações foram realizadas, quais as percepções das observações, qual é a opinião dos jornalistas que produzem o Jornal da Cultura e quais foram critérios escolhidos para avaliar a qualidade do telejornal e realizar a análise que será a apresentada no próximo capítulo.

---

<sup>47</sup> Os episódios utilizados na observação sistemática como base para a análise de conteúdo estão disponíveis em: segunda-feira (09) - <https://www.youtube.com/watch?v=j5TAtwGs6AQ>; terça-feira (10) - <https://www.youtube.com/watch?v=l0bvL11omJs>; quarta-feira (11) - <https://www.youtube.com/watch?v=ms-zQjMHt-Q>; quinta-feira (12) - [https://www.youtube.com/watch?v=0ql6fg\\_hR8E](https://www.youtube.com/watch?v=0ql6fg_hR8E); sexta-feira (13) - <https://www.youtube.com/watch?v=GFVKk-WOSbA>; e sábado (14) - <https://www.youtube.com/watch?v=gZqfKhm47AU>

<sup>48</sup> Após a mudança de gestão da Fundação Padre Ancheta, responsável pela TV Cultura, em junho de 2019, José Roberto Maluf assumiu com desejo de renovação na emissora. Por isso em julho de 2019 o Jornal da Cultura passou por uma mudança completa, ganhou novas âncoras, novo diretor de jornalismo, novo cenário e tudo isso acabou influenciando na escolha do período a ser analisado. Falaremos sobre os impactos da mudança para a qualidade do jornal no próximo capítulo.

#### **4.1 Considerações sobre as rotinas do telejornal (observação não-participante)**

Uma das etapas importantes para a realização desta pesquisa, é a observação não-participante, que possibilita a compreensão dos aspectos técnicos da produção do jornal, de forma a identificar como são feitas as escolhas de pauta, tempo de matérias, fontes consultadas, comentaristas que participam do jornal tanto na bancada, como por Skype, e tudo mais que envolve o dia a dia da redação, e que servirá de base para uma análise mais aprofundada do conteúdo final do telejornal.

Para Marconi e Lakatos (2010, p.193), a observação não-participante consiste em tomar contato com a realidade estudada, sem integrar-se a ela, neste caso, o pesquisador tem o papel de espectador. “Isso, porém, não quer dizer que a observação não seja consciente e dirigida, ordenada para um fim determinado.” A observação não-participante do Jornal da Cultura foi realizada entre os dias 20 e 22 de agosto de 2019 e consistiu no acompanhamento das rotinas do jornal, sem a interferência da pesquisadora. Durante esses três dias na redação, foi possível compreender as rotinas de produção do telejornal, as escolhas de pautas, a produção de matérias, o revezamento de comentaristas e as escolhas dos comentários dos espectadores que são mostrados na tela ao longo da edição do jornal pelo Coordenador de jornalismo, Ricardo Taira, que assume o papel de editor-chefe do jornal, acompanhando tudo pelo switcher.

A princípio percebe-se que a equipe de jornalismo da TV Cultura é pequena e responsável por todos os programas jornalísticos da emissora. Portanto, a chefia de reportagem, comandada por MariciCapitelli e a coordenação de pauta, chefiada por Marici Arruda, são as mesmas para todos os jornais. O coordenador geral do jornalismo da emissora é Ricardo Taira, também assume o papel de editor-chefe do Jornal da Cultura.

No primeiro dia de pesquisa, observa-se a equipe de chefia de reportagem. Esta equipe é responsável pela supervisão da equipe de reportagem, logística, pauta e produção do telejornal. No Jornal da Cultura, a

equipe acompanha as reportagens, define a bancada de comentaristas do jornal, divide as equipes de reportagem, e resolve os problemas de produção das reportagens, atendendo a demandas dos editores e dos repórteres, além de resolver as demandas de convidados, carros que transportarão os comentaristas e contatos de última hora, demanda de entrevistas por whatsapp, etc. São eles também que entram em contato com o especialista que entrará por Skype durante o jornal. Os jornalistas da chefia de reportagem também são responsáveis pelo factual, assuntos urgentes que ocorrem no dia e precisam ser cobertos pelo jornal.

Na terça-feira (20/08), a pesquisa acompanha a chefe de reportagem MariciCapitelli e o jornalista Lucas Vieira, jornalista responsável pela bancada de comentaristas. Durante o dia observa-se a reunião dos editores, que acontece diariamente às 16h. Neste momento, todos os editores do jornal, a chefe de reportagem e as apresentadoras se reúnem para discutir o espelho do programa, qual editor ficará responsável por cada matéria, como será a abordagem de cada uma delas, quais serão as notas cobertas, giro nacional e a chamada “lapada internacional”, com os destaques internacionais da edição. Neste momento o editor-chefe, Ricardo Taira, escolhe quem vai ser o especialista que falará por Skype e sobre o que ele tratará. Também define qual será a matéria de rede apresentada no dia.

As editorias do jornal não são pré-definidas, mas a matéria de política, que vem de Brasília, sempre fica na responsabilidade do editor Paulo Salgado, já as notas internacionais ficam por conta do editor Michel Sousa. O editor de rede é Silvano Floriano Filho, e ele fica responsável por contatar as afiliadas em busca de matérias que cubram as diversas regiões do país.

Na terça-feira (20) o assunto mais relevante do dia foi o sequestro do ônibus na ponte Rio-Niterói e teve edição de Karina Lacerda. Por ser um assunto factual, a chefia de reportagem foi orientada a encontrar um especialista em segurança e negociação de sequestro para falar por Skype durante o programa. A orientação de Ricardo Taira era entrar em contato com o tenente coronel reformado Diógenes Lucca, negociador responsável pelo sequestro de Silvio Santos e ex-comandante do GATE (Grupo de Ações

Táticas Especiais da PM de São Paulo). Depois de muitas tentativas, o jornalista Lucas Vieira conseguiu conversar com o tenente-coronel Lucca, no entanto ele não estaria disponível no momento do jornal para fazer a entrada via Skype. O plano alternativo foi o especialista em segurança e gestão de risco, Maurício de Faria.

Outra responsabilidade da equipe da chefia de reportagem é a organização da bancada. Dessa forma, por volta das 17h a equipe envia para os comentaristas um resumo com as notícias que farão parte do jornal, a fim de que eles possam se preparar para as perguntas na bancada. É importante frisar que nem todos os assuntos são debatidos na bancada e o tempo de comentários depende da pauta do dia e o tempo de fechamento do espelho com as matérias prontas. No espelho do jornal está pré-determinado o tempo de comentário para cada assunto (Anexo 01), mas pode ser flexibilizado na hora do jornal dependendo da discussão. Um exemplo disso foi o VT Cora Coralina, que não foi ao ar pois Taira decidiu dar mais tempo aos comentários na bancada do jornal em detrimento da matéria que foi produzida pela Rede em homenagem ao aniversário da escritora goiana Cora Coralina.

Sobre a reportagem, o Jornal da Cultura conta com 4 equipes compostas por repórter, cinegrafista e auxiliar que é responsável pelo áudio e também é o motorista do carro. Além disso, existe um videorepórter que faz o papel de cinegrafista e repórter, ele é responsável pela matéria inteira. As equipes entram em horários diferentes para cobrir todo o turno da tarde. Dessa maneira a primeira equipe entra às 12h e a última às 15h. O deadline das equipes é 19h30, para que haja tempo hábil para a edição do texto e edição de imagens.

Às 20h30 é gravada a chamada do jornal. Ana Paula e Karyn se revezam na gravação da chamada. Karyn explicou que quando ela grava a chamada, Ana Paula faz a entrevista por Skype e vice-versa. A escalada também é feita com antecedência. As apresentadoras fazem a gravação do OFF da escalada e das notas cobertas até às 20h. Os textos da escalada, Giro nacional e Lapada internacional são produzidos por Amanda Valeri, editora-executiva do jornal e passam pela revisão do coordenador geral Ricardo

Taira. Às 21h15 o jornal entra no ar, e a observação foi feita pelo switcher. De lá, têm-se a visão do estúdio do jornal e do estúdio em que ficam os intérpretes de libras, que recebem o áudio e fazem a tradução simultânea que é transmitida no canto inferior direito da tela durante a veiculação do jornal.

Neste dia, o jornal teve comentários do economista e doutor em ciências políticas Ricardo Sennes e do historiador Jaime Pinsky. O pico de audiência foi de 1,3 pontos, com 291 *tweets* recebidos, vários destes foram veiculados, mas sempre respeitando o máximo de 13 simultaneamente. No último bloco foi apresentado na tela os três comentários que foram previamente selecionados por Taira para serem discutidos no final pelos especialistas. Ele vai selecionando os comentários ao longo do jornal e no fim escolhe os três que tenham mais relevância com os assuntos que foram tratados na edição. No início do jornal tem poucos *tweets* mas este número vai aumentando à medida em que o jornal vai passando. Outra coisa que foi possível identificar, é que são sempre as mesmas pessoas que participam comentando por meio das redes sociais.

No segundo dia, a observação tem início na reunião de pauta. Participam deste momento a coordenadora de pauta Marici Arruda, a chefe de reportagem MariciCapitelli e o editor-chefe do jornal, Ricardo Taira. Neste primeiro momento, os jornalistas discutem as notícias que poderão ser pauta do dia seguinte, bem como pensar no espelho do jornal, comentaristas, quais matérias serão importantes e se relacionam com o campo de atuação do especialista que estará na bancada. É importante lembrar que a bancada é definida com uma ou duas semanas de antecedência, para que seja possível preparar um cronograma e preparar as pautas do dia de acordo com os convidados. É durante esta reunião que é finalizado o espelho do jornal do dia que foi iniciado no dia anterior. Neste momento já dá para saber se alguma pauta caiu, ou terá que ser substituída e se há algum factual mais importante para entrar no jornal do dia.

A coordenadora de pauta Marici Arruda leva alguns destaques de jornais de circulação nacional para que possam se tornar pauta para o jornal do dia seguinte. Um exemplo disso foi a matéria sobre profissionais autônomos que



ganhavam menos de um salário mínimo por mês. A matéria foi baseada em uma reportagem do jornal Valor Econômico e virou pauta para o dia 22/08.

Durante a reunião, Taira sugeriu que fizessem uma matéria sobre tecnologia para que Marcelo Tas pudesse ser contemplado com um comentário mais especializado. Dessa maneira, Arruda sugeriu uma reportagem sobre o mundo dos games. Taira concordou, mas pediu que a matéria fosse positiva. O ponto de partida foi a diminuição da carga tributária para games anunciada pelo governo federal. A intenção foi mostrar que este é um mercado crescente no Brasil e que envolve não só fãs de jogos, mas profissionais de diversas áreas, movimentando a economia brasileira.

Saindo da reunião de pauta, Marici Arruda dividiu as pautas entre sua equipe, colocando no sistema os encaminhamentos, como a pauta deveria ser orientada, qual seria o ponto de partida e as matérias que embasariam o tema. O deadline da pauta é às 17h30. Caso o pauteiro não consiga definir personagens e especialistas para falar sobre o tema a pauta cai e eles têm até às 19:30 para fazer outra. A equipe de pauta é composta por 5 jornalistas, além da coordenadora de pauta. Cada um deles é responsável por uma pauta do jornal, mas também se ocupam de pautas de outros programas da emissora e da edição de sábado do Jornal da Cultura, bem como sua bancada.

Também foi possível acompanhar o trabalho da jornalista Daiane Alioto, que ficou responsável pela pauta sobre o mercado de games no Brasil. O primeiro passo é ver tudo que há sobre o tema no sistema, se há fontes conhecidas, ver os dados, últimas matérias publicadas na imprensa sobre o tema. Em seguida é a vez de procurar por personagens. E um aliado do pauteiro tem sido as redes sociais. Daiane afirma que a melhor maneira de buscar personagens para as matérias é pelo Facebook. Por meio de um grupo de troca de informações entre jornalistas e assessores é possível encontrar empresas de todos os tipos para participar das pautas. Neste caso, Daiane precisava de uma empresa desenvolvedora de jogos para falar sobre o tema, além de profissionais que trabalhavam na área para falarem sobre o mercado. A jornalista conseguiu por meio de um assessor de imprensa, duas empresas de games, uma com 15 e outra com 33 funcionários e conseguiu marcar a pauta

antes das 17h30. Sobre o uso das redes sociais no jornalismo, Daiane explica que tem seu lado bom e seu lado ruim. Ela argumenta que o lado bom é a praticidade de se conectar com pessoas que querem contar suas histórias, e o lado ruim é a precarização do trabalho. Segundo a jornalista tudo é resolvido com mais agilidade e as pessoas não querem mais perder muito tempo com a apuração dos fatos, o contato humano e isso pode prejudicar a qualidade do material final.

Um exemplo disso é a matéria “Sem mínimo”, sobre os profissionais autônomos que ganham menos de um salário mínimo por mês. O mote inicial para esta matéria era uma reportagem do jornal Valor econômico, com base em uma pesquisa do instituto Idados, que mostrava que “42% dos 'conta própria' recebem menos de um mínimo por mês”<sup>49</sup>. A pauta foi feita levando em conta esta reportagem, sem fazer nenhum estudo mais aprofundado sobre o tema e sem ter acesso à pesquisa. No dia seguinte, a matéria acabou caindo por falta de dados mais completos e uma pesquisa maior. Outro exemplo são as entrevistas por WhatsApp. Sempre que um assunto não conseguiu ser abordado completamente pela reportagem, Taira sugere uma sonora com especialista por WhatsApp. O lado bom é a facilidade de pegar o depoimento sem a necessidade de deslocamento de equipe até o local, no entanto nem todos os entrevistados são capazes de mexer com equipamentos digitais, e não conseguem gravar um vídeo por conta própria e enviar por WhatsApp.

Após a finalização das pautas às 17h, foi a vez de acompanhar a rotina dos editores ao lado de Sérgio Bonfim. Nesse horário o editor já tinha o direcionamento para a sua matéria que seria sobre a tecnologia 4.0, e estava aguardando a equipe de reportagem voltar com o material que seria editado. A repórter Marcela Terra, foi a um evento do governo do estado que divulgava a criação de um centro para a quarta revolução industrial, responsável por preparar empresas e empregados para receber a nova tecnologia. O editor e a repórter se comunicam por chat para definirem como será o texto dos OFFs e da passagem, bem como as imagens de apoio que serão necessárias. Como o evento foi apenas uma coletiva de imprensa para falar sobre o tema, foram

---

<sup>49</sup> Matéria disponível em: <https://www.valor.com.br/brasil/6399645/42-dos-conta-propria-recebem-menos-de-um-minimo-por-mes>

necessárias várias imagens de apoio de bancos de imagens da Reuters por exemplo, de eventos anteriores e quadro explicativo. Tudo isso foi solicitado por Sérgio ao produtor Danilo Martinho, profissional de rádio e TV responsável pelas imagens e pela transmissão do jornal e da entrevista por Skype. Por causa de dificuldades para finalizar o texto e disponibilidade do editor de vídeo, a reportagem só foi finalizada às 21:30 quando o jornal já estava no ar. Como a matéria só entraria no último bloco, ela foi finalizada por último.

Após o material finalizado, foi possível acompanhar o jornal pelo Switcher, a cabine de comando onde ficam o editor-chefe, o diretor de imagens, o técnico de áudio e o produtor. Durante o jornal, Ricardo Taira fica em contato com as apresentadoras através do ponto eletrônico. Ele dá orientações de tempo e de perguntas para os convidados, além de ir avisando sobre pautas que caíram, etc. Taira também fica no computador acompanhando a audiência do jornal, passando informações para o diretor de jornalismo Leão Serva e realizando a seleção de *tweets* que vão para a tela. No dia 21, o pico de audiência foi de 1,2 ficando atrás apenas da Globo, Record e SBT. Neste dia foram recebidos 368 *tweets* que são selecionados de acordo com a relevância do tema, que não tenha comentários ofensivos, mas Taira garante que escolhe opiniões de todos os gêneros, inclusive críticas ao jornal e aos comentaristas. O que foi possível perceber nos dias de observação do jornal no switcher, foi a não seleção de comentários muito polêmicos e desrespeitosos, quando o assunto era o presidente Bolsonaro, muitos *tweets* de defensores do chefe do executivo eram agressivos e desqualificando o jornal, por isso não entravam no ar.

Neste dia os comentaristas foram o empresário Emerson Kapaz e o advogado Marcos da Costa. No fim do Jornal, o debate entre o convidado Marcos da Costa e da apresentadora Ana Paula Couto sobre a prescrição de crimes chamou a atenção por ser um tanto acalorado e levar mais de três minutos, o que acabou atrasando o fim do jornal. No dia seguinte, Taira contou que este comportamento da apresentadora não era aceitável e que tinha conversado com ela para que o episódio não se repetisse.

No último dia de observação foi a vez de acompanhar a rotina da apresentadora Karyn Bravo. Sua primeira atividade ao chegar à redação Vladimir Herzog é acompanhar a reunião dos editores e receber o espelho do jornal para ficar a par dos assuntos que serão tratados na edição. Enquanto Taira faz os apontamentos acerca dos temas, ela faz anotações para possíveis perguntas e pesquisas que serão necessárias para se preparar para o jornal. Karyn é uma nova contratação da TV Cultura, e depois de 12 anos apresentando jornal no SBT, assumiu o desafio de encarar a bancada do Jornal da Cultura, que segundo ela é o trabalho mais desafiador e difícil de sua carreira por se tratar de um jornal de tradição e no qual ela precisa entrevistar os convidados. Segundo a jornalista, ao longo de sua carreira como apresentadora já ficou à frente de jornais de até três horas de duração, mas nunca teve autonomia para criar perguntas e desenvolver suas ideias, ficando sempre restrita ao teleprompter.

Sobre o assunto, Ricardo Taira afirma que Karyn é um diamante que está sendo lapidado. Ao contrário de Ana Paula Couto, que já tem anos de experiência tanto no Jornal da Cultura 1ª edição quanto no Jornal da Cultura, Karyn ainda não tem experiência em fazer perguntas, principalmente porque uma das exigências é que as perguntas sejam isentas e que não direcionem a resposta do comentarista. Taira orienta também que não haja movimentos de confirmação quando o especialista falar, ele explica que o jornalista tem o papel de mediar o debate e não pode manifestar de maneira alguma a sua opinião.

Pensando nisso, Taira sempre revisa as perguntas que serão feitas aos comentaristas na bancada e ao especialista que é entrevistado via Skype. Karyn explica que faz quatro ou cinco perguntas sobre cada tema para que Taira escolha as melhores perguntas para entrar. Bravo afirma que também é importante escolher a ordem das perguntas, pois pode ser que não de tempo perguntar tudo. Depois de levar as perguntas para a aprovação de Taira, ela volta com algumas perguntas riscadas e outras reformuladas e me explica que o “chefe”, como é chamado Taira, achou algumas perguntas tendenciosas, outras que fugiam muito do tema, outras muito técnicas e que não se

relacionavam com a área de conhecimento do comentarista. Ele reformulou algumas também por estarem muito grande ou pouco claras. No fim, Karyn faz a redação final das perguntas e seleciona qual convidado responderá cada questão.

Karyn e Ana Paula não trocam informações sobre as perguntas que cada uma vai fazer. Só chegando na bancada conversam rapidamente sobre quem começa a perguntar cada vez. Karyn explica que estão juntas na bancada há menos de um mês e por isso algumas adequações ainda são necessárias, mas a troca de olhares já é suficiente para que elas se entendam no ar. A bancada com duas mulheres é uma das novidades do Jornal da Cultura, que estreou o novo formato no dia 29 de julho de 2019, com novo cenário, novas apresentadoras, tags na tela, *tweets* aparecendo constantemente, mais notícias e menos comentários.

O novo formato do jornal é um projeto da nova gestão, que na verdade queria excluir os comentaristas do jornal, no entanto houve resistência do coordenador geral de jornalismo Ricardo Taira, que acredita que os comentaristas na bancada são o diferencial do jornal. O meio termo foi a retirada dos comentaristas no primeiro bloco. Neste primeiro bloco, que é menor, são apresentadas notas e o giro nacional, em seguida, o segundo bloco inicia com os comentaristas falando sobre o que foi apresentado no primeiro bloco. Taira explica também que este segundo bloco é o maior, pode durar até 30 minutos e concentra o maior pico de audiência, justamente por causa da maior participação dos especialistas. O terceiro bloco também é grande e o último bloco tem em média 5 minutos e funciona apenas como encerramento, uma notícia mais leve e comentários dos *tweets* que vão para a tela final.

No último dia de observação, 22 de agosto, os comentaristas do jornal foram o filósofo Luiz Felipe Pondé e o jornalista Marcelo Tas. Neste dia foi registrado o maior pico de audiência, chegando a 1,5 pontos no Ibope<sup>50</sup>, também foi registrado o maior número de *tweets*, 376 ao longo de todo o jornal.

---

<sup>50</sup> Em 2019, cada ponto do IBOPE equivale a 73.015 domicílios na Grande São Paulo. <https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2019/01/03/ponto-de-audiencia-tem-novo-valor-em-2019.htm>

## 4.2 A Qualidade na visão dos produtores

Além da observação não-participante, durante o período de imersão na redação da TV Cultura, foi possível entrar em contato com os jornalistas que fazem o telejornal e conversar sobre suas impressões a respeito da prática jornalística. Como não realizamos uma entrevista formal, podemos dizer que foi utilizado o método de entrevista despadronizada ou não estruturada. Este método é definido por Marconi e Lakatos (2010, p.197) como “uma forma de poder explorar mais amplamente a questão. Em geral, as perguntas são abertas e podem ser respondidas dentro de uma conversação informal”. Para tanto, preparamos um roteiro (apêndice 1) com algumas perguntas que nortearam a conversa com os profissionais, levando em consideração a escolha das pautas, a escolha dos comentaristas para a bancada, o projeto de plateia no jornal, a existência de um manual de orientação para a produção do jornalismo público e a interação com o público.

Quando perguntada sobre os cuidados que os jornalistas devem tomar por se tratar de uma televisão pública, a coordenadora de pauta MariciArruda comentou que a emissora não tem nenhuma orientação específica, mas que toma os cuidados básicos para agir de acordo com o código de ética jornalística, não expor vítimas de acidentes, não identificar pessoas vulneráveis, não agir com sensacionalismo na exploração dos temas e sempre pensar na compreensão do telespectador. Sobre o guia de jornalismo público, os jornalistas e editores entrevistados pela pesquisadora afirmaram não receber orientações específicas sobre um manual de jornalismo público da TV Cultura.

Outro tópico questionado durante a entrevista foram as alterações sofridas pelo telejornal. A respeito das mudanças recentes sofridas pelo Jornal da Cultura em 2019, o coordenador de jornalismo da emissora, Ricardo Taira, explica que a cada mudança de gestão há também a mudança em alguns aspectos do jornal. Em junho de 2019, quando o novo presidente José Roberto Maluf assumiu a Fundação Padre Anchieta, decidiu que mudanças importantes deveriam ser feitas, e as ideias do novo presidente desagradaram o então diretor de jornalismo da emissora, William Correia, que também era âncora do

Jornal da Cultura. Correia pediu demissão do cargo e em seu lugar na direção assumiu Leão Serva. Junto com Serva, se concretizou a proposta de ter dois âncoras e uma menor participação dos comentaristas. Taira explicou que inicialmente a ideia era retirar os comentaristas do jornal, mas ele foi enfático sobre a permanência, e defende que esta é a característica principal do jornal. O nosso público nos assiste por causa dos comentaristas, se retirarmos isso, ele vira mais um jornal.

Em entrevista para o programa metrópoles<sup>51</sup>, o presidente da FPA, José Roberto Maluf, defendeu que os comentaristas devem se ater aos comentários sobre assuntos de sua área de especialidade. Sobre esse assunto, Taira comentou que vai tentando mudar isso aos poucos. Ele explica que um convidado como Pondé e Karnal não vão vir aqui para fazer um comentário e ir embora. São pessoas que tem capacidade de falar sobre outros assuntos. Neste sentido, ele explica que todos os convidados escolhidos são pessoas esclarecidas, de renome em suas profissões, que podem opinar, mesmo que não de forma especializada, sobre assuntos do cotidiano e dão margem para um debate saudável na bancada.

O jornalista responsável por organizar a bancada do jornal, Lucas Vieira, explica que quando um convidado nunca foi ao programa, ele acaba falando menos, mas um critério na escolha do convidado é ter experiência com a câmera, saber falar bem em público, pois precisam ter uma desenvoltura para o ao vivo. Portanto é esperado que o comentarista que é selecionado para participar do *Jornal da Cultura* tenha bagagem cultural e desenvoltura para discorrer sobre diversos temas que possam surgir. Lembrando ainda que as matérias apresentadas no jornal e as perguntas feitas pelas âncoras sempre levam em consideração o convidado especialista do dia.

Sobre os comentaristas na bancada, Lucas Vieira (2019, informação verbal) explicou que a definição da dupla é feita levando em consideração profissões distintas, posicionamento ideológico distintos, e compatibilidade de

---

<sup>51</sup> TV Cultura. Making off do novo Jornal da Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TWIsrCzSbcs>

agendas. Em média, 80 comentaristas passam pela bancada do jornal anualmente, mas sete deles são contratados pela emissora e tem vaga cativa na bancada pelo menos uma vez ao mês. São eles: o filósofo Mario Sérgio Cortella, o historiador Marco Antonio Villa, o filósofo Luiz Felipe Pondé, o economista e doutor em ciências políticas Ricardo Sennes, a historiadora Arlene Clemesha, o jornalista Marcelo Tas e o advogado Airton Soares.

Ainda sobre os especialistas, Vieira explica que desde o mês de julho de 2019, a bancada das sextas-feiras é formada por dois políticos, na semana observada os políticos que participaram fazendo os comentários do jornal foram os deputados federais Kim Kitaguri, do DEM e Nilto Tatto, do PT. Também às sextas-feiras, os convidados que formam a bancada são responsáveis por indicar um livro. As únicas instruções passadas para o comentarista é que não seja livros em outras línguas, livros escritos por eles mesmos e eles devem avisar com antecedência o livro para que não seja o mesmo livro ou um livro que foi indicado anteriormente. Neste dia, é produzida uma matéria sobre literatura para aproveitar o gancho.

Aos sábados, a bancada de comentaristas ganha uma configuração um pouco diferente, assim como o restante do jornal, que é um pouco menor, tem apenas uma apresentadora e ganha um espaço dedicado ao esporte. Neste dia a seleção dos comentaristas é de responsabilidade da equipe de pauta. A jornalista Daiane Alioto afirmou que aos sábados os especialistas comentam os destaques políticos e econômicos da semana. A jornalista explica ainda que esta é uma tarefa um pouco mais complicada, pois a maioria dos profissionais não quer trabalhar sábado à noite. Taira afirma que muitos comentaristas prestigiados aceitam participar da bancada pela tradição da TV Cultura, que possui um lugar de destaque para a sociedade paulistana, de credibilidade e de afetividade.

Quando questionado sobre o fim da plateia<sup>52</sup> durante o jornal, Lucas Vieira explica que este era um projeto de William Correia e que perdeu força

---

<sup>52</sup> A experiência da Plateia interativa dentro do Jornal da Cultura foi um projeto criado pelo então diretor de Jornalismo da TV Cultura William Correia que estreou em 2 de agosto de 2017 e trazia uma plateia para o estúdio do Jornal todas as quartas-feiras. Os participantes



com o afastamento do jornalista em junho de 2018. Era um trabalho que exigia uma logística grande, pois os convidados da plateia saíam muito tarde da emissora e tinham que ser deixados em casa. Além disso, alguns comentaristas não gostavam de ter que ficar mais meia hora no jornal e depois tirar foto com os convidados da plateia, por causa do horário.

Lucas Vieira e MariciCapitelli, responsáveis pela plateia, também falaram que a lista de interessados a participar chegou a ter dois meses de espera, mas no fim a procura ficou mais escassa, e muitos se interessavam em participar apenas com alguns comentaristas específicos, o que dificultava a seleção da plateia. Outro desafio relatado era escolher pessoas que falassem bem, orientá-las quanto às perguntas, roupas, comportamento ao vivo, etc. Era preciso ter cuidado para escolher pessoas que tivessem o perfil certo para participar, já que a plateia ficava no estúdio durante todo o jornal. Como o trabalho era árduo, após a saída de William Correia, ninguém abraçou o projeto pois segundo eles “era trabalhoso demais”, dessa maneira, em 15 de agosto de 2018 foi ao ar pela última vez o *Jornal da Cultura* com plateia e mais 30 minutos de transmissão exclusiva pela internet, o que caracteriza uma estratégia de transmidiação<sup>53</sup>.

A partir das conversas com os jornalistas que fazem parte da equipe do *Jornal da Cultura*, foi possível compreender algumas escolhas, mas também perceber que muito daquilo que identificamos como possíveis sinais de qualidade e de compromisso com o jornalismo público são feitos de maneira intuitiva e não fazem parte de um guia ou manual de práticas de jornalismo em um serviço público de televisão. Discorreremos mais acerca das percepções da observação e da entrevista no próximo capítulo, que será dedicado à análise do *Jornal da Cultura*.

---

acompanhavam o jornal e ao final da edição era exibido um conteúdo extra no YouTube, com um tema apresentado por um VT e 30 minutos de debate entre a plateia e os especialistas da bancada.

<sup>53</sup>YvanaFechine (2014) explica que estratégia de transmidiação funciona como “um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si, e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelos meios digitais” (p.7)

### **4.3 O *Jornal da Cultura* como alternativa (observação sistemática)**

Para realizar a análise de conteúdo do *Jornal da Cultura*, escolhemos iniciar o procedimento com uma observação sistemática do jornal, a fim de identificar os pontos a serem analisados e poder estruturar a análise. Marconi e Lakatos (2010, p.193) explicam que “na observação sistemática, o observador sabe o que procura e o que carece de importância em determinada situação; deve ser objetivo, reconhecer possíveis erros e eliminar sua influência sobre o que sabe.”

Para tanto, nos dedicaremos a observar nos episódios selecionados, quais as pautas escolhidas, o tempo de cada matéria, o tempo dedicado a explicar os temas abordados, a diferença de tempo entre as matérias e os comentários, quais foram as fontes consultadas, e como é a estrutura das reportagens. Tudo isso fará com que seja possível identificar indicadores de qualidade no telejornal.

Levando em consideração tudo que foi apresentado e os critérios para uma análise que mais se encaixavam na proposta desta pesquisa, escolhemos seis indicadores que irão nos auxiliar na hora de analisar a qualidade de um telejornal público: aprofundamento dos temas; estímulo ao debate público; isenção; interesse público; interação e troca com o público; e diversidade, tanto de opiniões, como cultural, de sujeitos, inclusão de minorias, pluralidade de temas, de localidades e de formatos trazendo inovação de formatos e linguagens. E dentre os aspectos do telejornal que devem ser observados estão: as pautas escolhidas; o tempo de cada matéria; o tempo dedicado a explicar os temas; as fontes consultadas; e a estruturação das reportagens.

Estes indicadores foram escolhidos por se tratarem de temas recorrentes nas análises dos pesquisadores citados e por se estarem ligados a análise da qualidade no telejornalismo público, como a diversidade, critério unânime e utilizado para as análises de Borges (2008, 2013, 2014), Pujadas (2003), Coutinho (2013) e Farré (2008). Ainda sobre diversidade, Mulgan (1990) defende que uma das qualidades da Televisão é a valorização das diferenças, minorias e excluídos. O autor fala ainda que a televisão deve gerar

mobilização, nesse sentido, analisaremos a qualidade por meio do estímulo ao debate público, indicador escolhido também por Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) como base para a verificação do conceito de qualidade nas áreas de gestão, conteúdo e técnica televisiva. Outro indicador escolhido levando em consideração os estudos de Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) foi a interação e troca com o público, vista por Coutinho (2011) como um valor que o bom jornalismo deve buscar. Sobre o interesse público, Mulgan (1990) explica que é necessário que a televisão perceba as demandas da audiência e do mercado, enquanto Coutinho (2011) utiliza este critério para demonstrar a qualidade do jornalismo público. Tanto Borges (2014), quanto Coutinho (2011) utilizam a isenção como um de seus critérios de qualidade, neste caso indicada por meio de opiniões contrárias e apresentação de contrapontos. Por fim, outro critério escolhido foi o aprofundamento de temas, outro indicador presente na pesquisa de Coutinho (2011).

Após a observação sistemática das edições selecionadas previamente do *Jornal da Cultura*, será possível realizar a análise de conteúdo e provar ou não as hipóteses da pesquisa de que o *Jornal da Cultura* pode ser uma alternativa de qualidade no telejornalismo brasileiro, principalmente se levarmos em conta o caráter público do jornal analisado.

## 5 A QUALIDADE NO JORNAL DA CULTURA

Neste capítulo será realizada uma análise qualitativa e quantitativa do conteúdo do *Jornal da Cultura* a fim de compreender se o telejornal pode ser reconhecido como um programa de qualidade a partir dos indicadores estabelecidos previamente. Para Bardin (1977, p.21) a análise de conteúdo qualitativa pode ser determinada pela “presença ou a ausência de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração.” Já na análise quantitativa “o que serve de informação é a frequência com que surgem certas características do conteúdo” (p.21). Nesse caso, a pesquisa vai observar a quantidade de matérias, número e tipo de fontes consultadas e tempo de exibição de cada edição do jornal.

Para tanto, seguimos o método de Bardin (1977) que separa a análise em três etapas: Pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Na pré-análise, selecionamos o material que seria analisado, no caso uma semana de edições do *Jornal da Cultura* entre os dias 09 e 14 de setembro de 2019 (quadro 5). Na exploração do material, foi feita a observação sistemática, onde foi possível assistir todas as edições selecionadas e identificar os pontos que seriam analisados.

Quadro 5 – Semana de análise do *Jornal da Cultura*

<b>Data</b>	<b>Número de matérias</b>	<b>Número de blocos</b>	<b>Tempo de jornal</b>
09/09/2019 – Segunda-feira	9	3	39'07
10/09/2019 – Terça-feira	12	4	54'30
11/09/2019 – Quarta-feira	11	4	56'18
12/09/2019 – Quinta-feira	11	4	54'39
13/09/2019 – Sexta-feira	11	4	53'02
14/09/2019 – Sábado	13	3	41'05

Fonte: quadro produzido pela autora com base na observação dos episódios.

Por fim, chegamos à etapa do tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Neste espaço, apresentaremos a análise das pautas escolhidas para o jornal, tempo das matérias exibidas, tempo dedicado a explicar os

temas, fontes consultadas e a estrutura das notícias. Para enfim utilizar os critérios selecionados e que servirão de parâmetro para a análise da qualidade, como o aprofundamento dos temas, estímulo ao debate público, isenção, interesse público, interação e troca com o público e diversidade, como podemos observar mais detalhadamente no quadro 6.

*Quadro 6– Critérios de análise para a observação sistemática e análise de conteúdo, e como esses critérios serão observados*

<b>Critérios de análise</b>	<b>Tópico para observação</b>
1.Aprofundamento dos temas	Os temas abordados são explicados? O assunto é aprofundado e apresentado em mais de uma edição do jornal? Os temas são apresentados de forma clara e objetiva?
2.Estímulo ao debate público	Os temas abordados levam a uma reflexão e estimulam o debate público?
3.Isenção	O jornal privilegia uma posição política? Os âncoras demonstram posicionamento? As pautas são escolhidas de forma clara e objetiva? O governo estadual interfere nas decisões do jornal?
4.Interesse público	As matérias são feitas com base nos interesses das mais diversas classes sociais? Os temas são de interesse público ou privilegiam apenas uma parcela da população?
5.Interação e troca com o público	Os cidadãos são estimulados a participar? Existe formas de interação com o público durante o jornal? A opinião do público é ouvida?
6.Diversidade	Neste quesito a pesquisa observa se nos episódios é possível perceber uma diversidade de opiniões, temas, culturas, localidades, formatos e inclusão das minorias.

*Quadro elaborado pela autora.*

## 5.1 Análise de conteúdo no *Jornal da Cultura*

O *Jornal da Cultura* é exibido de segunda a sábado às 21h15, e em geral tem duração média de 54 minutos. Às segundas-feiras o telejornal é reduzido em 15 minutos devido ao programa *Roda Viva*, que é veiculado ao vivo a partir das 22 horas. Já aos sábados, o formato é um pouco diferente, com apenas uma apresentadora, cerca de 40 minutos de duração e a inserção de notícias esportivas no último bloco.

O *Jornal da Cultura* é apresentado diariamente pelas jornalistas Ana Paula Couto e Karyn Bravo, que são acompanhadas na bancada por dois especialistas que comentam as notícias do dia e fazem explicações sobre os temas abordados. Usualmente os especialistas são de profissões diferentes e visões de mundo distintas, o que traz maior dinâmica ao telejornal. Cada edição tem quatro blocos, com exceção das segundas e sábados, que por conta do tempo reduzido têm apenas três blocos. O primeiro deles inicia com a escalada e com o giro nacional, que são notas cobertas sobre assuntos que foram destaque no cenário político e econômico nacional, além de uma matéria. O segundo bloco tem início com a introdução dos especialistas que compõem a bancada do dia, e eles abrem o bloco comentando as notícias apresentadas na abertura do telejornal. Este é o maior bloco do jornal que tem em média 30 minutos e é nele em que os comentaristas mais interagem. O terceiro bloco traz a chamada lapada internacional, notas cobertas que dão um panorama geral do que aconteceu no mundo naquele dia e uma matéria ou mesmo uma nota coberta, o bloco finaliza com mais comentários dos especialistas. O último bloco é o menor e tem apenas uma matéria de assuntos mais cotidianos, os chamados *fait divers*<sup>54</sup> e os comentários do *Twitter* que aparecem na tela para que os especialistas possam discutir. Um destaque no telejornal é tradução em libras durante todo o programa, com o revezamento de três intérpretes durante cada edição, o tornando acessível para as pessoas

---

<sup>54</sup> O termo francês *fait divers*, ou fatos diversos, foi introduzido por Roland Barthes (1964) para classificar fatos curiosos, bizarros e escandalosos. Atualmente é utilizado no jornalismo televisivo para as matérias com assuntos rápidos, fáceis e divertidos numa tentativa de misturar informação e entretenimento e tornar mais leve o final do telejornal. (DEJAVITE, 2001).

com deficiência auditiva, prática que apesar de necessária por promover a inclusão, não é praticada por telejornais de emissoras de TV comercial.

As notícias são apresentadas em formato de VT, nota coberta, nota seca, nota vivo e entrevista com os convidados da bancada e o especialista que entra ao vivo via *Skype*. Dos formatos citados, destaca-se a nota coberta, um recurso muito utilizado no *Jornal da Cultura*, uma vez que devido ao pouco recurso, possuem uma equipe reduzida de repórteres, produzindo assim um pequeno número menor de VTs. Diariamente são exibidas cerca de quatro notas cobertas, além de algumas notas secas. No sábado (14/09), por exemplo, o uso de notas cobertas foi ainda maior, nove no total, incluindo o giro nacional e a lapada internacional, ao passo que apenas três matérias foram veiculadas (quadro 7). Em relação ao formato dos VTs, pode-se observar que nem todos possuem passagem, alguns são apenas narrados e incluídos depoimentos colhidos em eventos públicos ou mesmo vídeos enviados pelos entrevistados por WhatsApp, mais uma tentativa de produção de conteúdo com poucos repórteres.

Quadro 7– Formato das notícias no *Jornal da Cultura*.

<b>Formatos</b>	<b>09/09/19</b>	<b>10/09/19</b>	<b>11/09/19</b>	<b>12/09/19</b>	<b>13/09/19</b>	<b>14/09/19</b>
Entrevista	2	3	3	3	2	2
Nota Coberta	4	4	5	5	4	9
Nota seca	2	3	0	1	1	1
Nota pé	0	1	0	0	0	0
Link ao vivo	1	0	0	0	1	0
VT	2	4	6	5	6	3

Quadro produzido pela autora com base na observação dos episódios.

Um telejornal pode apresentar diversos formatos na hora de trazer a notícia, por isso, um dos itens observados foi a distribuição dos formatos dentro do telejornal. Nesse sentido, foram identificados seis: entrevista, nota coberta, nota seca ou pelada, nota pé, link ao vivo e VT. Paternostro (2006, p. 212) explica que a nota coberta é o texto lido pelo apresentador do telejornal em *off*. E acrescenta que “as matérias internacionais, feitas com texto *off* e imagens geradas das agências, são notas cobertas”. Já a nota pé, é lida no final da matéria complementando as informações trazidas pela reportagem. O VT é a

matéria editada, “o mesmo que videotape, mas também usado para indicar a fita na qual está editada a matéria” (PATERNOSTRO, 2006, p. 226). A fita entrou em desuso, mas o vocabulário continua sendo utilizado no telejornalismo.

Gráfico 1— Formato das notícias no Jornal da Cultura

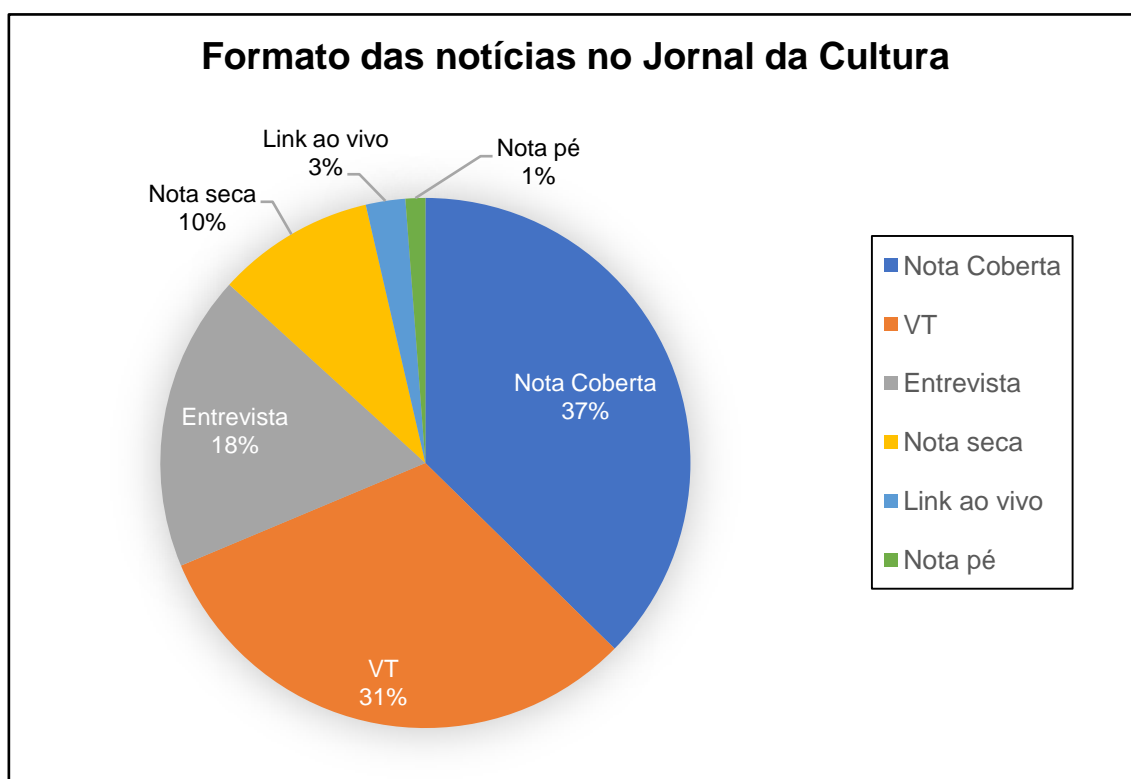


Gráfico produzido pela autora com base na observação dos episódios.

A partir do gráfico 1 é possível visualizar a proporção entre as notícias apresentadas por meio de VTs e notas cobertas ao longo das edições observadas. Com isso identifica-se uma maior produção de notícias no formato nota coberta, representando 37% do conteúdo produzido. Em segundo lugar, com 31% estão os VTs, seguidos pelas entrevistas, presentes diariamente no telejornal e ocupa 18% do conteúdo. Outros formatos como a nota seca, o link ao vivo e a nota pé, são recursos pouco utilizados pela produção do *Jornal da Cultura*.

Sobre as pautas escolhidas para o jornal, política e economia são predominantes, juntas somam 37% do telejornal, e alguns assuntos como a nova CPMF e a saúde do presidente Bolsonaro foram assunto em praticamente



todos os dias analisados. Outras pautas abordadas foram sobre tecnologia, educação, saúde e pautas relacionadas à cidade de São Paulo, como é apresentado no gráfico 1, onde podemos perceber os temas que mais apareceram durante as edições analisadas pela pesquisa.

*Quadro 8– Temas abordados no Jornal da Cultura*

<b>Temas</b>	<b>09/09/19</b>	<b>10/09/19</b>	<b>11/09/19</b>	<b>12/09/19</b>	<b>13/09/19</b>	<b>14/09/19</b>
Política	2	3	2	3	1	2
Economia	1	2	2	2	2	1
Saúde	0	0	1	1	0	1
Meio ambiente	0	0	0	2	1	1
Seg. pública	0	1	0	0	0	0
Transporte	0	0	1	1	0	0
Internacional	1	2	2	1	1	2
Cotidiano	1	2	0	0	3	1
Tecnologia	0	0	1	0	0	0
Educação	1	1	1	0	0	1
Esporte	0	0	0	0	0	4
Justiça	0	1	1	1	1	0

*Quadro produzido pela autora com base na observação dos episódios.*

Ao longo de seis edições, o tema política ocupou 21% do total de pautas, em seguida com 16% das pautas estão os temas relacionados à economia. A editoria internacional ocupou 16% das pautas, levando em conta a exibição diária da lapada internacional, e em outros três dias foi exibida uma segunda nota sobre o tema. Meio ambiente, educação, justiça e esporte tiveram o mesmo espaço ao longo das edições do jornal, salientando que o último só foi apresentado na edição de sábado. Saúde foi tema de três notícias e transporte duas, e foram responsáveis por 5% e 3% das pautas respectivamente. Temas como segurança pública e tecnologia só tiveram espaço uma vez cada um ao longo da semana se análise, representando 2% do total de pautas analisadas. Durante os dias de observação não houve pautas sobre cultura, serviços e ciência. Nesse quesito, observa-se que não houve muita diversidade de temas ao longo das edições analisadas pela pesquisa.

Gráfico 2 – Temas abordados no Jornal da Cultura.

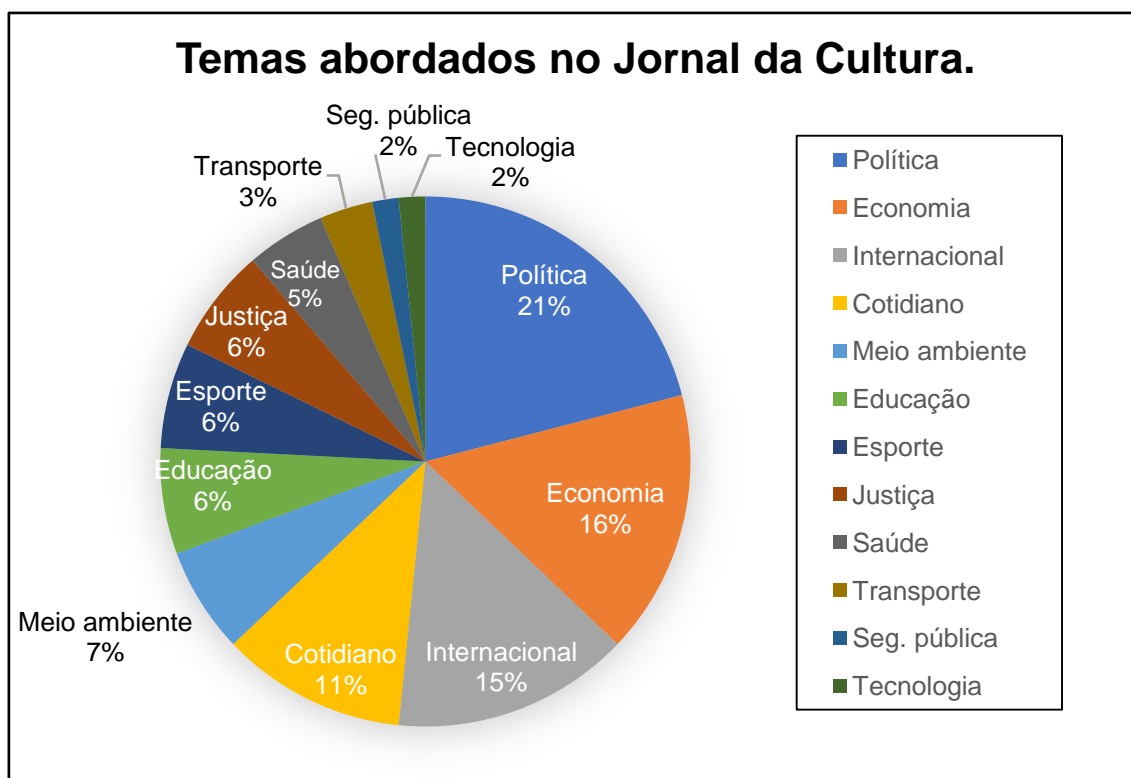


Gráfico produzido pela autora com base na observação dos episódios.

Uma observação acerca das vozes ouvidas nas matérias de política, é que são entrevistados representantes do centro, de esquerda e de direita, como por exemplo na reportagem veiculada na edição do dia 10/09/19 sobre a sabatina do novo Procurador Geral da República (PGR) Augusto Aras no Senado. Além do presidente do senado, Davi Alcolumbre, foram entrevistados os líderes do PSL, PSD e PSDB no senado, a matéria apresentou ainda as vozes do próprio PGR, assim como de procuradores que protestavam pela sua escolha. O fato pode ser considerado como um ponto positivo para qualificar a isenção do jornal e a variedade de vozes. Outro exemplo foi no dia 11/09/19 em uma reportagem sobre a demissão do secretário da Receita Federal, Marcos Cintra. Nela, são ouvidos o presidente em exercício Hamilton Mourão, um deputado do PT, o líder do PSL no senado, o autor da PEC tributária do MDB, o presidente da câmara, Rodrigo Maia, O secretário da fazenda de São Paulo, Henrique Meirelles, e o presidente do consórcio nacional de secretarias da fazenda. Essa diversidade de vozes tornou possível compreender o que o governo e a oposição pensam sobre o assunto, bem como pessoas mais voltadas para a área tributária, como os secretários.

Ainda sobre as fontes consultadas nas reportagens, observa-se que uma preocupação editorial do *Jornal da Cultura* é trazer o maior número de vozes possível para falar sobre os assuntos apresentados. No caso da matéria sobre o desbloqueio das bolsas CAPES veiculada no dia 11/09/19, foram entrevistados dois estudantes afetados, o ministro da educação, Abraham Weintraub, o diretor de pesquisa da Universidade Federal de Uberlândia e um professor de administração pública da Fundação Getúlio Vargas. Isso demonstra que o telejornal se preocupa com a inserção de diversas vozes, desde a população afetada, autoridades e professores. O mesmo caso se repete na notícia sobre tratamentos eficazes contra o Ebola, que foi ao ar no dia 12/09/19 e é uma das poucas matérias com temática internacional, mas que trouxe a voz de moradores do Congo, da diretora do Médicos sem Fronteiras e do diretor da Organização Mundial de Saúde. Outro fato observado é que durante a semana de análise não houve nenhuma entrevista com o governador de São Paulo, João Dória, apenas uma nota coberta relacionada ao governo estadual, apesar da TV Cultura ser financiada pelo governo, o fato demonstra a tentativa de se manter a isenção no jornal. No quadro 9, é possível ter um panorama geral das fontes consultadas e o resultado encontrado foi que ao longo dos 30 VTs analisados por esta pesquisa, foram utilizadas 109 fontes, a maior parte delas formada por populares ou personagens (35), especialistas (20) e políticos (19).

Quadro 9 – Fontes consultadas pelo Jornal da Cultura.

Fontes	09/09/19	10/09/19	11/09/19	12/09/19	13/09/19	14/09/19
Especialista	1	3	8	3	4	1
Governo	0	2	2	1	3	0
Político	3	7	6	3	0	0
Órgãos públicos	0	1	2	1	3	0
Iniciativa privada	2	1	1	1	1	0
Populares	0	0	0	6	1	2
Judiciário	0	2	0	4	0	0
Usuário/beneficiado	2	2	7	1	6	8
ONG	2	1	1	1	0	3

Quadro produzido pela autora com base na observação dos episódios.

Ao longo das edições analisadas, foi possível observar que as reportagens consultam várias fontes, entre elas especialistas, fontes ligadas ao governo e políticos, mas o que chama a atenção é a porcentagem de personagens utilizados. Se somarmos os usuários/beneficiados com os populares, resulta em 38% de fontes comuns, ou seja, pessoas normais que são consultadas sobre o assunto por serem usuárias de algum serviço ou beneficiadas por eles, além de pessoas entrevistadas na rua, os chamados populares. Em seguida, com 18% estão os especialistas, em sua maioria professores ou profissionais especializados para discorrer sobre determinado assunto. Em terceiro lugar vem os políticos, empatados com os especialistas em 18%, o que demonstra o volume de pautas políticas apresentadas no jornal. Quase empatados em vezes que foram consultados estão os representantes do governo e ONGs com 7%, e os órgãos públicos, iniciativa privada e setor jurídico, com 6% das entrevistas.

Gráfico 3– Fontes consultadas pelo Jornal da Cultura

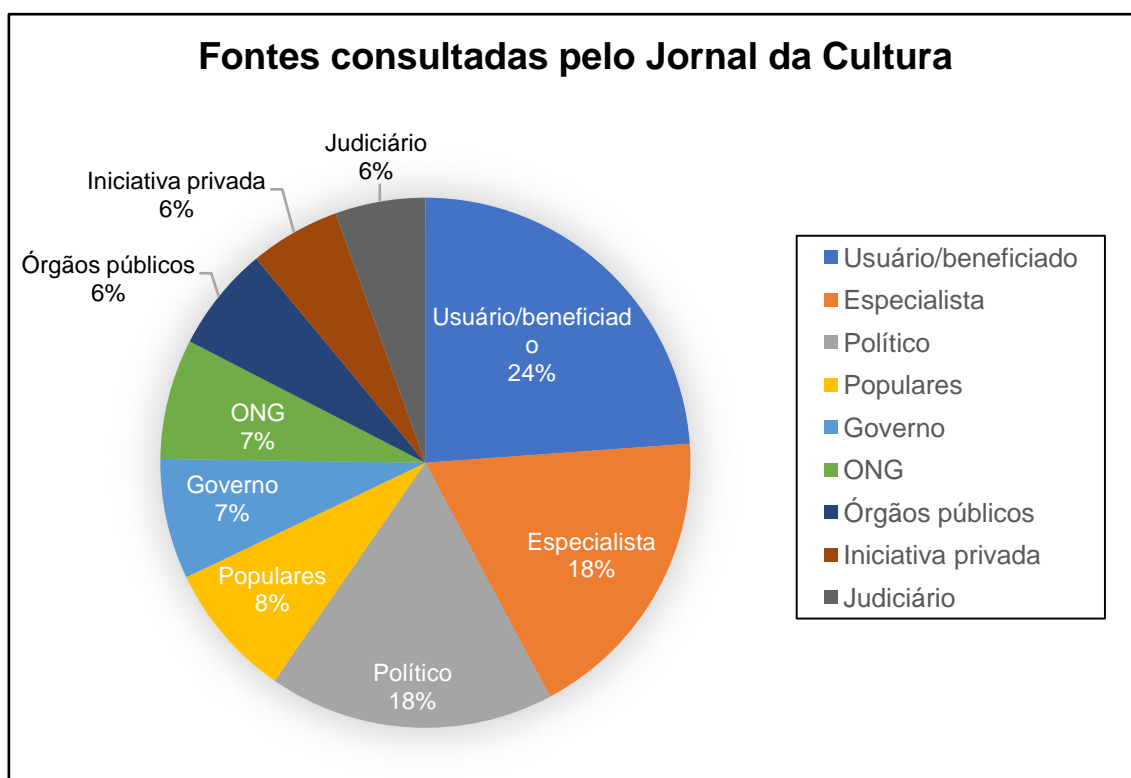


Gráfico produzido pela autora com base na observação dos episódios.

A diversidade de vozes e opiniões também pode ser vista na bancada do telejornal. Ao longo da semana, participaram da bancada historiadores, filósofos, economistas, jornalistas, cientistas políticos, empresários, advogados e políticos. Uma prática que está sendo realizada desde junho de 2019, de acordo com o jornalista responsável pela seleção dos comentaristas, Lucas Vieira (2019, informação verbal), é a participação de políticos de posicionamentos distintos todas as sextas-feiras, a fim de enriquecer o debate. Na sexta-feira (13/09) os convidados foram o deputado federal (PCdoB/SP), Orlando Silva, e o deputado estadual (DEM/SP), Arthur do Val. Ao longo da edição eles comentaram os assuntos do dia, tendo em vista os seus posicionamentos políticos e crenças, discordaram e defenderam seus pontos de vista de maneira clara e contributiva para o debate.

Outra realidade identificada pela pesquisa acerca dos especialistas, é que ao longo dos seis dias observados para a realização desta análise, apenas duas mulheres participaram como comentarista na bancada do *Jornal da Cultura*, as jornalistas Mara Luquet e Patrícia Campos Mello. Além disso, dos sete especialistas fixos do *Jornal da Cultura*, apenas uma é mulher, a historiadora ArleneClemesha. Este comportamento demonstra que apesar de ter duas mulheres como apresentadoras, a presença masculina é predominante e representou 83,4% das escolhas dos comentaristas ao longo da semana observada, daqueles que serão responsáveis por passar suas opiniões e falar explicar as notícias, dando um panorama geral dos assuntos abordados.

Quando observadas a quantidade de vozes e a tentativa de explicar ao máximo cada assunto, percebe-se que esta é uma tentativa de enriquecer a reportagem, tornando-as maiores, entre 2'30 e 3 minutos. Durante a semana analisada o maior VT foi o da reportagem especial sobre a Previdência, com duração de 3 minutos e 28 segundos. A respeito do tema, Taira (2019, informação verbal) explicou que em virtude da equipe reduzida, muitos assuntos são tratados por meio de notas cobertas, ou seja, a apresentadora do jornal lê a nota enquanto imagens que ilustram o assunto passam na tela. Além da leitura de notas secas ao longo do jornal. O fato demonstra uma tentativa de

apresentar uma maior quantidade de temas apesar das dificuldades enfrentadas devido à falta de recursos. Principalmente no sábado, quando as equipes são ainda menores devido aos plantões de fim de semana. Nesse caso pode-se observar a redução de VTs, apenas três e aumento de notas durante a edição, nove ao todo, como é possível observar no quadro 6.

### 5.1.1 APROFUNDAMENTO DE TEMAS

A respeito do aprofundamento dos temas, pode-se destacar o comentário dos especialistas que tomam quase metade do tempo do jornal como é possível analisar no gráfico 2, o que dá a oportunidade de esclarecer mais sobre os assuntos, mostrar opiniões distintas sobre o mesmo tema e dar a liberdade do telespectador compreender as diversas perspectivas para o mesmo fato. No quadro 10, pode-se observar a distribuição de tempo do jornal, e compreender a importância dos comentários em cada edição. Na quarta-feira (11/09) por exemplo, os comentaristas Mara Luquet (jornalista) e Marco Antônio Villa (historiador) foram responsáveis por ocupar 57% do tempo total do telejornal. O feito, entretanto, não se repetiu no sábado, quando apenas 38% do tempo total do jornal foi preenchido pelos comentaristas Antônio Corrêa de Lacerda (economista) e Luiz Bueno (Filósofo).

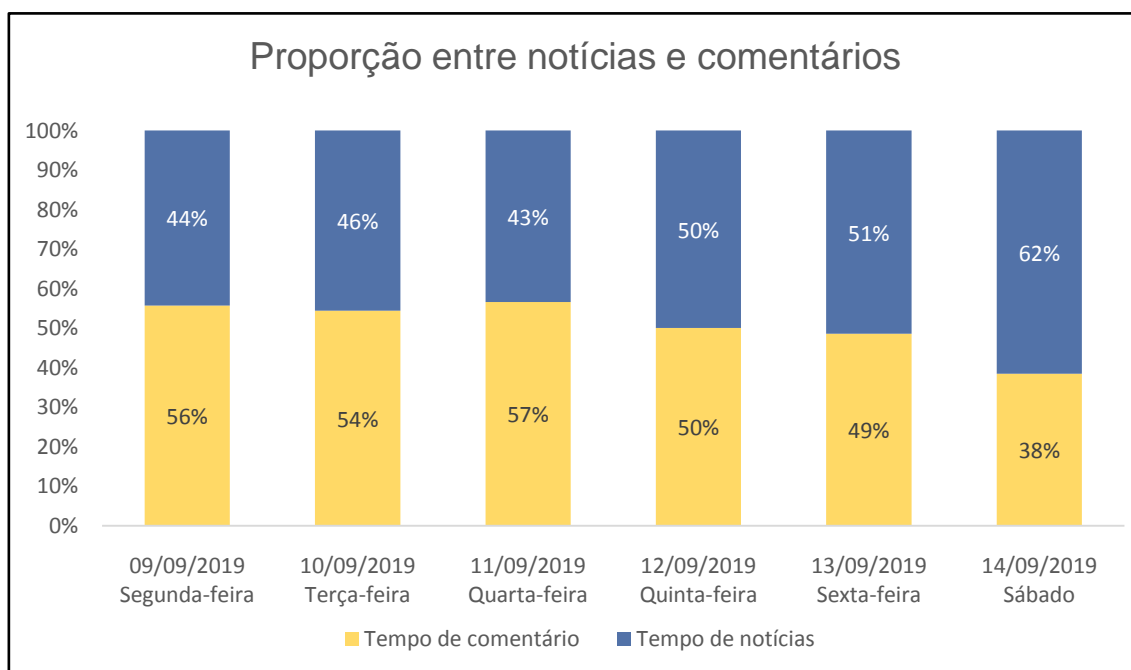
*Quadro 10– Distribuição de tempo do jornal*

<b>Data</b>	<b>Tempo de comentário</b>	<b>Tempo de notícias</b>	<b>Tempo de jornal</b>
09/09/2019 Segunda-feira	21'47	17'20	39'07
10/09/2019 Terça-feira	29'38	24'52	54'30
11/09/2019 Quarta-feira	31'51	24'27	56'18
12/09/2019 Quinta-feira	27'20	27'19	54'39
13/09/2019 Sexta-feira	25'46	27'16	53'02
14/09/2019 Sábado	15'48	25'17	41'05

*Quadro produzido pela autora com base na observação dos episódios.*

Em relação à distribuição entre o tempo de notícias e o tempo de comentários identificou-se um equilíbrio. Na quarta-feira (11/09) os comentários da bancada e do Skype ocuparam 57% do tempo do jornal, seguido pela segunda-feira (09/09), quando os filósofos Mário Sérgio Cortella e Luiz Felipe Pondé apresentaram seus pontos de vista por 21 minutos e 47 segundos, o que representou 56% do tempo total da edição. Na terça-feira (10/09), o empresário Emerson Kapaz e o advogado criminalista Roberto Delmanto Jr. Fizeram seus comentários durante 26 minutos e 18 segundos, e a doutora em política educacional teve espaço durante 3 minutos e 20 segundos, o que resultou em 54% de todo o telejornal. Nas edições de quinta e sexta-feira os comentários representaram 50% e 51% do tempo do jornal, respectivamente. O dia com o menor espaço para comentário foi o sábado. Por ser uma edição diferenciada, a bancada de especialistas só participou no segundo bloco, durante 15 minutos e 48 segundos, o que representou 38% do tempo total do episódio.

Gráfico 4– Proporção entre notícias e comentários no Jornal da Cultura



Quadro produzido pela autora com base na observação dos episódios.

Identificou-se durante a pesquisa empírica a repetição de temas e suítes de assuntos importantes em mais de uma edição do telejornal, como no caso da saúde do presidente Jair Bolsonaro, que passou por uma cirurgia e ao longo

de toda a semana foram apresentadas seis notas sobre a atualização do quadro clínico de Bolsonaro; a volta da CPMF, que foi tema durante vários dias seguidos devido a sua repercussão, demissão de Marcos Cintra e implicações de um novo imposto para os cidadãos, foi tema em quatro dos seis dias analisados ; também é possível citar as matérias acerca do saque do FGTS, apresentada na sexta-feira e reforçada em uma nota coberta na edição de sábado.

### **5.1.2 ESTÍMULO AO DEBATE PÚBLICO**

No quesito Estímulo ao debate público identifica-se que o *Jornal da Cultura* gera mobilização do público por meio das redes sociais, abrindo a oportunidade de os telespectadores participarem ativamente do debate, mandando perguntas para os especialistas, dando a sua opinião e registrando suas inquietações. Além disso, pode-se afirmar que ele estimula do debate público uma vez que traz para o jornal temas que fazem parte do dia a dia do cidadão como o saque do FGTS, a violência contra a mulher, o compartilhamento no consumo e as reformas tributárias e da previdência. Na edição de quarta-feira (11), foi ao ar uma matéria especial sobre a reforma da previdência explicando a história da previdência, o que mudou com a reforma e ouvindo os beneficiados pelo INSS, o ministro da fazenda do governo Sarney, o secretário de políticas econômicas do governo Lula, um professor da USP e um pesquisador da FIPE, tudo isso para abordar de maneira mais completa possível o assunto, em um VT com duração de 3 minutos e 28 segundos. Assuntos desta natureza ganham destaque por serem de interesse de toda a classe trabalhadora e por se tratar de um tema central nas rodas de debates de todas as classes econômicas, desde os trabalhadores até os empresários.

A realização deste tipo de reportagem especial é corriqueira, e foi possível perceber isso durante a observação não-participante em agosto de 2019 (ver apêndice), quando já estavam sendo pré-produzidas a série sobre a previdência e a “Olhos que condenam no Brasil”, uma série de cinco reportagens especiais sobre pessoas que foram presas injustamente, como mostrado na edição de sexta-feira (13/09) do *Jornal da Cultura*. Essas produções aprofundam ainda mais os temas e trazem uma nova perspectiva



para o telespectador, que terá mais aportes para compreender o assunto devido a didática e o tempo dedicados a apresentar a temática.

Outra oportunidade de mobilização do público é o quadro Estante JC. Todas as sextas-feiras, os especialistas da bancada são chamados a compartilhar uma dica de leitura com a audiência. Além de incentivar a leitura e apresentar novas opções para o público, o quadro gera mobilização uma vez que o público pode comentar sobre a leitura, compartilhar suas próprias indicações de livro por meio dos comentários via redes sociais.

### **5.1.3 ISENÇÃO**

No que se refere à isenção do jornal, é importante citar que as âncoras são orientadas a não induzir respostas durante as entrevistas e também não acenar em concordância ou discordância. O coordenador de jornalismo da TV Cultura, Ricardo Taira (2019, informação verbal), explicou que esta é uma das preocupações do jornal para demonstrar seriedade e isenção. Percebe-se ainda a tentativa de apresentar vozes com opiniões contrárias nas reportagens, e entrevistados com posicionamentos político e ideológico distintos na bancada a fim de enriquecer ainda mais o debate. Outra preocupação no que diz respeito a isenção é a presença do Estado no telejornal, já que a TV Cultura é financiada pelo governo de São Paulo. No entanto, em nenhuma das edições analisadas foi observado qualquer posicionamento a favor do governo e nem matérias favoráveis. O governador João Dória não foi entrevistado em nenhuma das edições analisadas.

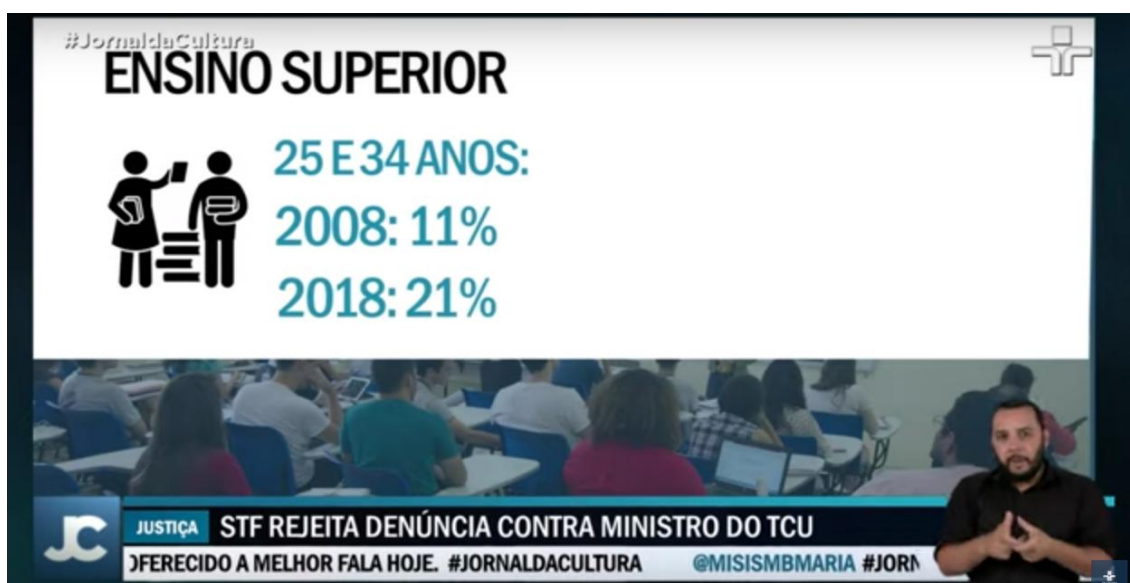
### **5.1.4 INTERESSE PÚBLICO**

Em relação ao interesse público, quando analisados os temas abordados pelas edições do jornal, é possível observar que as pautas de economia e política são de interesse geral, e que temas mais específicos como índice de bolsa de valores, preço do dólar e economia internacional têm pouco destaque, só aparecem no Gerador de Caracteres e em nenhum dia observado foi tema de matéria ou nota, o que é um ponto positivo, já que são de interesse de uma classe específica da sociedade. Em contrapartida, observamos que as

notas internacionais são apresentadas diariamente somado 15% dos temas do jornal e ganham mais destaque do que assuntos de outras regiões do país, que apareceram em apenas três edições, visto que nem sempre as pautas conseguem extrapolar os limites de São Paulo e Brasília.

Identifica-se ainda que os temas são abordados nas reportagens de forma clara e didática, com a utilização de infográficos demonstrativos (Figura 1), mostrando opiniões diversas e explicadas por especialistas que participam do jornal por Skype. Dos seis dias analisados, em 50% deles houve participação de especialistas por Skype (terça, quarta e quinta-feira), falando sobre o clima seco durante o inverno e suas causas e consequências, sobre a demissão do secretário da Receita Federal e como isso pode impactar a vida do cidadão, e também de uma doutora em política educacional, que falou sobre as deficiências no ensino do Brasil. O que pode ser visto como um indicativo de aprofundamento do tema e função didática da televisão pública (Figura 1).

Figura 1– Infográfico apresentado na edição do Jornal da Cultura no dia 10/09/2019.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=I0bvL11omJs>

### 5.1.5 INTERAÇÃO E TROCA COM O PÚBLICO

Sobre a participação do público ao longo das edições do *Jornal da Cultura*, pode-se perceber que os telespectadores são convidados a participar do jornal por meio das redes sociais, utilizando a *hashtag* #jornaldacultura. Ao

longo da edição os *tweets* selecionados passam na tela, como pode ser observado na Figura 2.

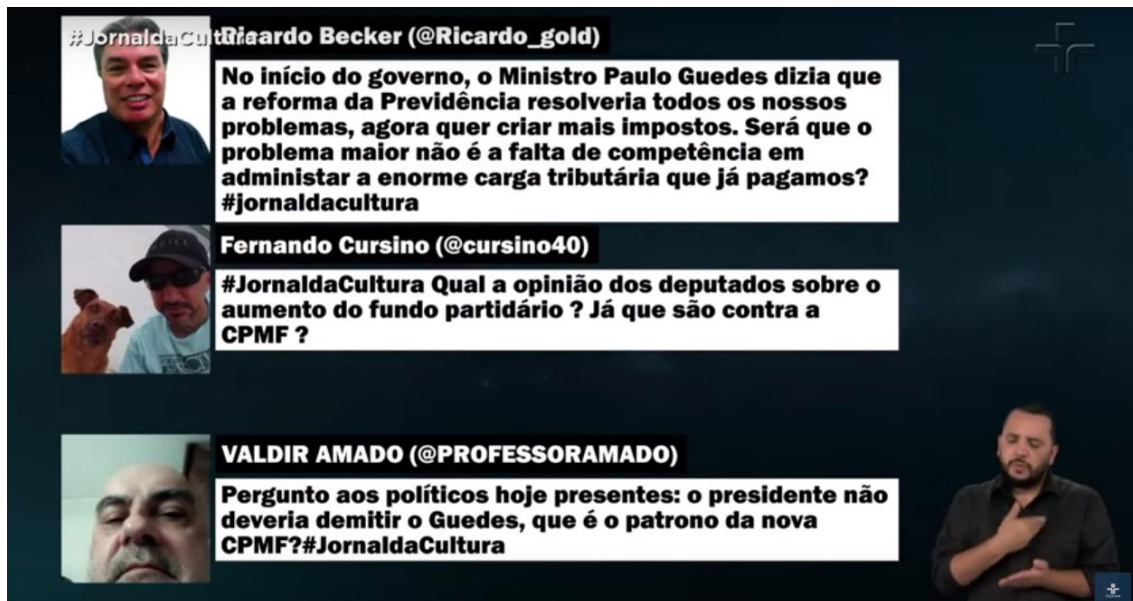
Figura 2– Frame da edição do JC do dia 11/09/19, mostrando os comentários dos telespectadores.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=ms-zQjMht-Q>

No final do jornal, três *tweets* ganham destaque e são apresentados no telão para que os especialistas da bancada respondam as perguntas ou comentem os temas sugeridos (Figura 3). Esta participação gera a sensação de pertencimento dos cidadãos, que tem voz para entrar no debate, dar a sua opinião, mesmo que de maneira limitada e mediada pelo editor-chefe do jornal, Ricardo Taira, que faz uma pré-seleção dos comentários que entram no ar. A interação também é responsável por gerar engajamento do público, que se torna fiel ao jornal, ainda que a média de audiência seja baixa, pode-se observar que vários personagens se repetem nos comentários, como é o caso de José (alteramos o nome para não expor o telespectador), que comentou em todas as edições do jornal que foram analisadas por esta pesquisa. Dessa maneira, é possível observar que o *Jornal da Cultura* promove a interação e a troca com o público, pedindo sua opinião e respondendo seus questionamentos no final de cada edição.

Figura 3– Comentários dos telespectadores aparecem na tela no final do jornal. Edição do dia 13/09/19.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=GFVkk-WOSbA&t=2848s>

### 5.1.6 DIVERSIDADE

Em relação à diversidade geográfica, poucas vezes foram apresentadas matérias de outras regiões do país além de São Paulo e Brasília. Isso porque com a equipe reduzida, o jornal só tem repórteres na capital paulista, além de um profissional em Brasília, que faz uma matéria diária sobre o panorama político do dia. No entanto, pode-se observar que na sexta-feira (13/09) foram produzidas reportagens no Rio de Janeiro, acerca do incêndio no hospital Badin, e outra em Goiânia, a respeito dos 32 anos do acidente com o Césio 137. Ambas foram realizadas com a cooperação de afiliadas da TV Cultura nestes estados. Além disso, em outras edições percebeu-se a tentativa de incluir o restante do país com a entrevista de um especialista da Universidade Federal de Uberlândia na matéria sobre os cortes de bolsas da Capes, na matéria sobre o clima seco que ouviu pessoas de outros estados, e na reportagem sobre o auxílio a juízes, que consultou tribunais dos 27 estados da federação.

Ainda sobre o tema diversidade, observou-se que houve pouca diversidade cultural e inclusão de minorias. Com exceção das matérias sobre o curso de inglês para pessoas de baixa renda e o projeto de incentivo à leitura, não foram apresentados fatos relacionados a comunidades carentes,

visibilidade de pessoas negras, homossexuais, transexuais e outras minorias. Poucos assuntos abordados podem ser vistos como de interesse geral, principalmente em se tratando das classes sociais mais carentes, com exceção do curso de inglês para pessoas pobres<sup>55</sup>, o projeto de incentivo à leitura e as notícias a respeito do saque do FGTS, que é tratado como “dinheirinho extra”, como mostra a figura 4.

Já em relação à diversidade de opiniões e vozes, o *Jornal da Cultura* se mostra como um telejornal que busca escutar opiniões dos mais diversos grupos de pessoas. Todas as matérias observadas apresentam em média 4 entrevistados, escolhendo pessoas que sofrem com o problema, professores de diversas instituições e porta-vozes oficiais. Como exemplo podemos citar a reportagem sobre o saque o FGTS veiculada na sexta-feira (13/09), na qual foram entrevistados dois beneficiados, o diretor-executivo da Caixa Econômica Federal e um educador financeiro, que deu exemplos de como utilizar o dinheiro extra. Outro exemplo é a matéria sobre compartilhamento no consumo, apresentada na edição de segunda-feira (09/09), na qual são ouvidas duas pessoas adeptas ao compartilhamento, dois empreendedores da área e uma especialista em sustentabilidade e marketing, totalizando cinco fontes consultadas.

---

<sup>55</sup> Título da matéria como foi chamada pela apresentadora Ana Paula Couto no programa exibido no sábado, dia 14/09/2019.

Figura 4– Frame de um dos destaques do Jornal da Cultura no dia 14/09/19.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=gZqfKhm47AU&t=1966s>

Sobre a diversidade de formatos, observou-se que o jornal tenta trazer inovações como a participação de especialistas via Skype (figura 5), os comentários dos telespectadores aparecendo na tela, além das sonoras gravadas pelos próprios entrevistados, que são demandados pelos repórteres e gravam um depoimento, enviam por WhatsApp e são inseridos nas reportagens. Essa prática foi presenciada durante o período de observação não-participante desta pesquisa e verificada em reportagens como compartilhamento de consumo, exibida do dia 09/09, assim como na matéria sobre a chegada da Amazon Prime no Brasil, onde a sonora do jornalista Marcelo Tas foi gravada por ele, e também na edição do dia 12/09, quando o VT sobre Ebola trazia o depoimento da Diretora da ONG Médicos Sem Fronteiras.

Figura 5 – Especialista participa via Skype no Jornal da Cultura.



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=I0bvL11omJs>

Este recurso é inovador pois otimiza o tempo dos repórteres que não precisam se deslocar para vários pontos diferentes da cidade a fim de colher o depoimento da fonte. Além disso, permite que sejam ouvidas vozes de fora da capital paulista e amplia os horizontes das reportagens. Outras tentativas de inovação de formato também já foram experimentadas anteriormente, como a inserção de uma plateia interativa no estúdio. Isso mostra que o *Jornal da Cultura* está sempre se reinventando, atento às novidades da comunicação e tecnologias que possam aproximar o público da notícia.

Por fim, observa-se que o *Jornal da Cultura*, mesmo com poucos recursos consegue passar as principais informações do dia de maneira clara, didática e objetiva, utilizando a seu favor a presença dos especialistas da bancada e fazendo uma ponte com o público por meio dos comentários do Twitter. Dessa maneira consegue ter um diferencial, e atrair um público fiel que está interessado em se informar, mas também ser capaz de debater os temas apresentados.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se fala em qualidade na televisão e principalmente do jornalismo, refere-se não apenas à qualidade técnica e estética, mas sim de fazer jornalismo pensando no interesse público, nas necessidades do cidadão, na diversidade geográfica, cultural e social de quem recebe este conteúdo. Falar de qualidade no telejornalismo é pensar em respeito ao indivíduo, cuidado na seleção de temas e de fontes, aprofundamento dos assuntos de maneira clara, objetiva e didática, preocupações com a ética jornalística, e com a dignidade humana.

O fazer jornalístico deve estar a serviço da sociedade, debatendo temas de grande relevância, ouvindo as diversas camadas da sociedade, e prestando um serviço público para os cidadãos. Em se tratando de jornalismo público (ROTHBERG, 2011), este dever é ainda mais substancial, na medida em que reforça o dever com a sociedade mais do que com a audiência, valorizando mais o conteúdo do que a forma.

O jornalismo público tem o papel de ir além do óbvio, de aprofundar-se nos temas, de informar e educar a sociedade sobre os temas e, dessa forma tornar os cidadãos mais independentes e conhecedores de seus direitos e deveres. Portanto, deve ser comprometido com a ética, com as boas práticas e com o exercício da cidadania.

Neste sentido, esta pesquisa se dedicou a ir a fundo para investigar de que maneira a qualidade pode ser identificada no jornalismo público da TV Cultura nos dias atuais, tendo como objeto empírico o *Jornal da Cultura*. Para tanto, foram observados não somente as edições do jornal como também o dia a dia da produção, a escolha das pautas e como pensam os produtores do jornal. Para então conseguir responder aos questionamentos iniciais sobre a existência de qualidade no telejornalismo público brasileiro.

A partir da observação não-participante foi possível conhecer as rotinas do jornal e compreender o processo de produção. Apesar de não possuírem uma grande equipe, como as de grande emissoras a exemplo da Rede Globo,



a TV Cultura realiza matérias especiais voltadas para esclarecer a população sobre temas de grande repercussão. No dia a dia, as quatro equipes se revezam para abordar os temas como política, economia, cotidiano, meio ambiente, tecnologia, saúde, entre outros.

Um recurso utilizado pela equipe é a produção de notas cobertas com imagens de agências para cobrir os assuntos que não conseguiram fazer uma reportagem completa. Identificou-se uma fragilidade na cobertura das demais regiões do Brasil, poucas matérias são realizadas com a ajuda de emissoras parceiras, no entanto, como o canal é do estado de São Paulo, na prática ele não tem obrigação de cobrir todo o país.

Quando realizada a observação sistemática, identificou-se que um dos pontos altos do *Jornal da Cultura* é a presença de especialistas na bancada comentando os assuntos que foram destaque na edição, a presença dos comentários representou cerca de 51% do tempo total analisado. A participação de profissionais de áreas diferentes, mostrando pontos de vista distintos a cerca de um mesmo assunto enriquece o debate e aprofunda o tema. Esta é sem dúvida a característica principal do jornal e o que o diferencia dos telejornais de outras emissoras.

A participação do público é outro diferencial, visto que uma das maneiras de aproximação com a sua audiência é pelas redes sociais, lugar que reúne pessoas de todas as classes sociais, e lugares geográficos, tornando a participação mais acessível a todos os públicos. Este espaço serve como ferramenta de troca de opiniões, além de registro de sugestões, dúvidas e críticas, cumprindo um dos papéis sociais que o telejornalismo público tem como dever.

Após a análise, foi possível identificar como as características do *Jornal da Cultura* podem ser refletidas como práticas de qualidade no telejornalismo e compreender como identificar a qualidade no telejornal. Os objetivos de analisar e compreender como o jornalismo público conversa com o consumidor e as formas pelas quais o jornalismo busca melhorar sua qualidade foram alcançados, uma vez que identificou-se práticas de qualidade no telejornal.

A preocupação com a inclusão com a utilização de intérpretes de libras durante todo o jornal, o aprofundamento dos temas, chamando o telespectador a tirar suas dúvidas durante o jornal, a tentativa de isenção com a escolha de fontes com opiniões distintas, e o compromisso com o interesse público demonstraram práticas responsáveis com o intuito de promover um jornalismo inclusivo para a sociedade de modo geral. No entanto, alguns comportamentos observados ao longo da pesquisa, como a pouca diversidade de temas, o alto índice de homens na bancada em detrimento de mulheres especialistas e a baixa diversidade geográfica, são pontos a serem melhorados e que pode ser visto como um ponto negativo na produção do telejornal.

Dessa forma, a pesquisa estabeleceu parâmetros de qualidade para a análise, compreendeu o processo de produção do telejornal, e pode refletir sobre as práticas do jornalismo público. Além disso, observou os pontos fortes e fracos, identificou como a busca pela qualidade pode alcançar níveis mais completos, sem desmerecer todos os méritos do telejornal, que dentre tantos concorrentes, consegue ir contra a maré, realizando um jornalismo voltado não só para a audiência, como principalmente para o cidadão.

Após os resultados desta pesquisa, pode-se concluir que a qualidade no telejornalismo está ligada à capacidade de transmitir as notícias respeitando a dignidade humana, os preceitos éticos, promovendo o debate público e diversificando temas e atores sociais. Mais do que apresentar notícias, o telejornalismo de qualidade é aquele que está a serviço do telespectador informando de maneira clara e educativa todas as classes sociais.

A busca pela excelência e pela qualidade no telejornalismo nunca deve cessar, assim como as pesquisas que investigam o potencial da televisão e como ela pode transformar a vida das pessoas. Este foi apenas um recorte acerca de um assunto tão amplo e ao mesmo tempo tão pouco estudado pela academia. Os estudos sobre a qualidade na televisão pública e no telejornalismo abrem um leque de possibilidades e espera-se que este trabalho possa servir de fonte de inspiração para outros pesquisadores que acreditam na importância da televisão como um meio de comunicação educativo e transformador.

Faz-se necessário ampliar essa discussão em buscas de novas formas de assistir televisão e como a qualidade pode influenciar esta experiência. Para tanto, é preciso explorar ainda mais este campo de estudo, construindo novas teorias sobre a qualidade televisiva. Portanto vê-se que este é só o início de uma longa caminhada na busca pelo conceito de qualidade na TV.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Itamar. **TV Brasil**: algo novo no ar. Florianópolis: Tribo da Ilha, 2012.

ALVES, Clarice Greco. **Qualidade na ficção televisiva brasileira**: as críticas especializadas e popular. 2010. 308 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

ANGEIRAS, Maria Clara. **TVU Canal 11**: a primeira TV Educativa do Brasil. Recife: Ed. UFPE, 2018.

ARAÚJO, Valéria. **TV Pública no Brasil**: história, regulamentação e a criação da TV Brasil. 2008. Trabalho apresentado no Colóquio Internacional Televisão e Realidade, Salvador, 2008. Disponível em: <http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Valeria%20Vilas%20Boas.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2018.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARBOSA, Bia. Senado aprova MP de Temer que desmonta a EBC. **Carta Capital**, 7 fev. 2017. Intervezes. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervezes/senado-vota-esta-semana-mp-que-desmonta-empresa-publica-de-comunicacao>. Acesso em: 27 abr. 2018.

BECKER, Beatriz. Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 10, p. 51-64, dez. 2005.

\_\_\_\_\_. Diversidade e pluralidade: desafios da produção de um telejornalismo de qualidade. *In*: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vitor (org.). **Discursos e práticas de qualidade na televisão**. Lisboa: Novos Horizontes, 2008. p. 357-367.

\_\_\_\_\_. Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, ano VI, n. 2 p. 95-111, jul./dez. 2009.

BECKER, Beatriz; MATEUS, Lara. O melhor telejornal do mundo: um exercício televisual. *In*: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (org.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010. p. 127-156.

BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vitor (org.). **Discursos e práticas de qualidade na televisão**. Lisboa: Novos Horizontes, 2008.

BORGES, Gabriela. Parâmetros de qualidade para a análise de programas televisivos de âmbito cultural: uma proposta teórico-metodológica. **Revista do NP em Comunicação Audiovisual da Intercom**, São Paulo, v.1, n.1, p. 173-192, jan./jun. 2008.

\_\_\_\_\_. A diversidade na RTP2: um estudo sobre os programas Biosfera e Sociedade Civil. *In*: COUTINHO, Iluska (org.). **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013. p. 289-311.

\_\_\_\_\_. **Qualidade na TV pública portuguesa**: análise dos programas do canal 2. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2014.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p.

BRASIL. Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Brasília, DF: Presidência da República, [1967]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto-lei/Del0236.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del0236.htm). Acesso em: 25 abr. 2018.

BRASIL. Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 2008. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm). Acesso em: 27 abr. 2018.

BRASIL. Lei nº 13.417, de 1º de março de 2017. Altera a Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, que “Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação - EBC; altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências”, para dispor sobre a prestação dos serviços de radiodifusão pública e a organização da EBC. Brasília, DF: Presidência da República, 2017. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2017/Lei/L13417.htm#art1](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13417.htm#art1). Acesso em: 27 abr. 2018.

BRASIL. Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1995. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCivil\\_03/leis/L8977.htm](http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/leis/L8977.htm). Acesso em: 25 abr. 2018.

BRASIL. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014. Disponível em:

<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 3 jan. 2020.

BUCCI, Eugênio. É possível fazer TV pública no Brasil? **Novos estudos CEBRAP**, São Paulo, n. 88, p. 5-18, dez. 2010. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-33002010000300001](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002010000300001). Acesso em: 3 abr. 2018.

BUCCI, Eugênio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. **Indicadores de qualidade nas emissoras públicas**: uma avaliação contemporânea. Brasília: UNESCO, 2012. (Série Debates CI, n. 10). Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216616>. Acesso em: 20 dez. 2019.

BUCCI, Eugênio. Governo e mercado no futuro da TV Cultura. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 20 jun. 2019. Opinião. Disponível em: <https://opinioao.estadao.com.br/noticias/espaco-aberto,governo-e-mercado-no-futuro-da-tv-cultura,70002880839>. Acesso em: 15 ago. 2019.

BUSCOMBE, Edward. **British Television**: a reader. Oxford: Oxford University Press, 2000.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Indicadores da qualidade no jornalismo**: políticas, padrões e preocupações de jornais e revistas brasileiros. Brasília: UNESCO, 2010. (Série Debates CI, n. 3). Disponível em: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/indicadores-da-qualidade-no-jornalismo-politicas-padroes-e-preocupacoes-de-jornais-e-revistas-brasileiros/> Acesso em: 2 jan. 2020.

COUTINHO, Iluska (org.). **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular. 2013.

COUTINHO, Iluska; OLIVEIRA FILHO, Tarcísio. A TV Pública no Brasil: a evolução histórica do formato e o papel da TV Brasil na promoção do jornalismo cidadão. *In*: ENCONTRO REGIONAL SUDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 3., 2014, Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro: UFRJ, 2014.

CULTURA usa novo conceito de jornalismo. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 13 ago. 2000. Opinião. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,cultura-usa-novo-conceito-jornalistico,20000813p5026>. Acesso em: 15 ago. 2019.

DEJAVITE, Fábila Angélica. O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção. XXIV **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Campo Grande, MS, 2001. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/95531831334633995496460869458986933076.pdf>> Acesso em: 31.01.2020

DÓRIA, João. O Futuro da TV Cultura. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 8 jun. 2019. Opinião. Disponível em: <https://opinioao.estadao.com.br/noticias/espaco-aberto,o-futuro-da-tv-cultura,70002861457>. Acesso em: 15 ago. 2019.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectivas, 2009.

FARRÉ, Marcela. Como avaliar a qualidade da informação televisiva? parâmetros, experiências e resultados. Tradução: Joana Palminha. In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vitor (org.). **Discursos e práticas de qualidade na televisão**. Lisboa: Novos Horizontes, 2008. p. 341-356.

FECHINE, Yvana. **O projeto ético-estético de qualidade na TV do Núcleo Guel Arraes**: a série Cena Aberta como síntese. Trabalho apresentado no VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Brasília, 2006.

\_\_\_\_\_. Transmídiação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. In: **Revista Contracampo**, v. 31, n. 1, ed. dezembro-março ano 2014. Niterói: Contracampo, 2014. Págs: 5-22.

FEUER, Jane *et al.* (org.). **MTM: 'quality television'**. London: British Film Institute, 1984.

FONTCUBIERTA, Mar de. Uma televisão de qualidade exige um receptor de qualidade. Tradução: Pedro Paixão. In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vitor (org.). **Discursos e práticas de qualidade na televisão**. Lisboa: Novos Horizontes, 2008. p.189-198.

FRADKIN, Alexandre. A TVE ou não é? **Observatório da Imprensa**, n. 433, 18 maio 2007. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-tve-ou-nao-e/>. Acesso em: 20 maio 2019.

FRADKIN, Alexandre. **História da Televisão Pública/Educativa**. [S. l.: s. n.], 2006. Disponível em: <http://www.fndc.org.br/download/historia-da-televisao-publica-educativa/documentos/113765/arquivo/historiatveducativa.doc>. Acesso em: 20 abr. 2018.

FREIRE FILHO, João. **TV de qualidade**: uma contradição em termos?. Trabalho apresentado no XXIV Congresso Brasileiro de Comunicação, Campo Grande, 2001. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP7FREIRE.PDF>. Acesso em: 15 abr. 2018.

\_\_\_\_\_. Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. **Galáxia**, São Paulo, n. 7, p. 85-110, abr. 2004.

\_\_\_\_\_. O debate sobre a qualidade da televisão no Brasil: da trama dos discursos à tessitura das práticas. *In*: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vitor (org.). **Discursos e práticas de qualidade na televisão**. Lisboa: Novos Horizontes, 2008. p. 78-99.

GARCIA, Maria Tereza. **Proposta de Jornalismo Público da TV Cultura: o que há de novo nas pautas e produção do telejornal?** 2011. 216 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.

GOMES, Itania. Telejornalismo de Qualidade: pressupostos teórico-metodológicos para análise. **E-Compós**, Brasília, v. 6, 2006.

\_\_\_\_\_. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **E-Compós**, Brasília, v. 7, 2007.

GOUVÊA, Allan. Opinião e informação na TV Brasil: uma avaliação dos conteúdos de 3 a 1 e Brasilianas.org. *In*: COUTINHO, Iluska (org.). **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013. p. 141-160.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Sistema de gestão da qualidade aplicado ao jornalismo: uma abordagem inicial**. Brasília: UNESCO, 2010. (Série Debates CI, n. 5). Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000189917> Acesso em: 19 dez. 2019.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz. C.; FRANÇA, Vera. V. (org.) **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

INTERATIVIDADE vira nova marca do Jornalismo TV Cultura. **TV Mais News**, Mato Grosso, 31 jul. 2017. Disponível em: <http://www.tvmaisnews.com.br/noticia/639/interatividade-vira-nova-marca-do-jornalismo-tv-cultura> Acesso em: 15 ago. 2019.

INTERVOZES. **Sistemas Públicos de Comunicação no Mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009. (Coleção Comunicação).

JESUS, Jemima Bispo de. **Do “hora da notícia” ao “Jornal da Cultura”:** transições e permanências no jornalismo público. 2015. 212 f. Dissertação



(Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2015.

JOÃO Dória formata TV Cultura “pró-mercado”. **Exame**, São Paulo, 12 maio 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/joao-doria-formata-tv-cultura-pro-mercado/> Acesso em: 15 ago. 2019

Jornal da Cultura’ ganha plateia e conteúdo extra no YouTube. **Portal Comunique-se**, 2 ago. 2017. Disponível em: <https://portal.comunique-se.com.br/jornal-da-cultura-plateia-youtube/> Acesso em: 15 ago. 2019.

JOST, François. Comment parler de la qualité? **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 10, n. 2, p. 282-303, jul./dez. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/31054>. Acesso em: 20 set. 2018.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Tradução: Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lívia Dias de Castro e Vanessa Curvelo. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LEAL FILHO, Laurindo. **A melhor TV do mundo: o modelo Britânico de televisão**. São Paulo: Summus, 1997.

\_\_\_\_\_. A TV pública. *In*: BUCCI, Eugênio; HAMBURGUER, Ester (org.). **A TV aos cinquenta: Criticando a Televisão Brasileira em seu cinquentenário**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 108-116.

LIMA, Jorge da Cunha. **Uma história da TV Cultura**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Cultura – Fundação Padre Anchieta, 2008.

LIMA, Jorge da Cunha (org.). **50 anos TV Cultura**. São Paulo: Cultura, 2019.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

MACHADO, Arlindo. Fim da Televisão?. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 86-97, jan./abr. 2011.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. *In*: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p. 41-79.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2010.

MAZZIOTTI, Nora. Os gêneros na televisão pública. *In*: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p. 201-232.

MEIRELLES, Allana; BISPO, Jemima. Jornal da Cultura: herdeiro do Hora da notícia? *In*: COUTINHO, Iluska (org.). **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013. p. 105-117.

MENEZES, Ebenezer Takuno de; SANTOS, Thais Helena dos. Verbete Projeto Saci. **Dicionário Interativo da Educação Brasileira** - Educabrazil. São Paulo: Midiamix, 2001. Disponível em: <https://www.educabrazil.com.br/projeto-saci/>. Acesso em: 15 ago. 2019.

MEMÓRIA EBC. **TV Pública no mundo**. Disponível em: <http://memoria.ebc.com.br/tv-publica-ebc/tv-publica-no-mundo>>. Acesso em: 10 nov. 2015.

MENDONÇA, Marcos. 'Não fazemos concessões para ter audiência maior'. [Entrevista cedida a] Pedro Venceslau. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 12 maio 2019. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,nao-fazemos-concessoes-para-ter-audiencia-maior,70002825330> Acesso em: 15 ago. 2019.

MENDONÇA, Marcos. Presidente da TV Cultura nega desmonte e diz que não haverá mais demissões. [Entrevista cedida a] Beatriz Amendola. **UOL**, São Paulo, 18 ago. 2015. Disponível em: <https://televisao.uol.com.br/noticias/redacao/2015/08/11/presidente-da-tv-cultura-nega-desmonte-e-diz-que-nao-havera-mais-demissoes.htm>. Acesso em: 15 ago. 2019.

MIRA, Maria Celeste. O Moderno e o popular na TV de Silvio Santos. *In*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marcos (org.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 159-175.

MPF. **PFDC defende inconstitucionalidade de MP que alterou a Empresa Brasil de Comunicação**. [Portal do] MPF, [s. l.], 7 out. 2016. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/pgr/noticias-pgr/pfdc-defende-inconstitucionalidade-de-mp-que-alterou-a-empresa-brasil-de-comunicacao>. Acesso em: 27 abr. 2017.

MPF. **PFDC defende inconstitucionalidade de MP que alterou a Empresa Brasil de Comunicação**. [Portal do] MPF, [s. l.], 7 out. 2016. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/pgr/noticias-pgr/pfdc-defende-inconstitucionalidade-de-mp-que-alterou-a-empresa-brasil-de-comunicacao>. Acesso em: 27 abr. 2017.

MULGAN, Geoff (org.). **The question of quality**. London: British Film Institute, 1990.

NASSIF, Luis. **Um ano após o golpe, jornalistas da EBC denunciam desmonte da comunicação pública**. Jornal GGN, Disponível em: <https://jornalggn.com.br/noticia/um-ano-apos-o-golpe-jornalistas-da-ebc-denunciam-desmonte-da-comunicacao-publica>. Acesso em: 27 de abril de 2018.

NAZARENO, Claudio. **A implantação da TV pública no Brasil**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2007.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Mediações e televisão pública: a desconstrução múltipla da televidência na era da vassalagem midiática. *In*: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p. 233-266

OTONDO, Teresa Monteiro. TV Cultura: a diferença que importa. *In*: RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p. 267- 301.

OTONDO, Tereza Monteiro. **Televisão pública na América Latina: para quê e para quem?**. 2008. 359 f. Tese (Doutorado em Integração da América Latina) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

PADIGLIONE, Cristina. William Corrêa deixa TV Cultura por conflitos com a nova direção da emissora. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 3 jul. 2019. Disponível em: <https://telepadi.folha.uol.com.br/jornal-da-cultura-volta-sofrer-alteracoes-agora-por-ordem-da-nova-diretoria-da-tv-cultura/> Acesso em: 15 ago. 2019.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PONTO de audiência tem novo valor em 2019. **Meio e Mensagem**, 3 jan. 2019. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2019/01/03/ponto-de-audiencia-tem-novo-valor-em-2019.html>. Acesso em: 30 ago. 2019

PUJADAS, Eva. Televisión de calidad y pragmatismo. **Quadernsdel CAC**, n. 13, p. 3-12, 2003. Disponível em: [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-05/Q13\\_pujadas\\_ES\\_0.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-05/Q13_pujadas_ES_0.pdf). Acesso em: 3 jan. 2020

PUJADAS, Eva. A qualidade televisiva além de um conceito politicamente correto: conteúdos e perspectivas envolvidas. **Matrizes**, São Paulo, ano 7, n. 2 p. 235-248., jul./dez. 2013.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. A renovação estética da TV. *In*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marcos (org.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 109-136.

RINCÓN, Omar (org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.

ROCHA, Liana Vidigal. **A história da TV Cultura em quatro fases: de 1969 a 2006**. Trabalho apresentado no I Encontro de História da Mídia da Região Norte, Palmas, 2010.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo Público**. São Paulo: Unesp, 2011.

SCHLAUCHER, Bárbara Garrido de Paiva. Pluralidade, cidadania e direito à informação: as potencialidades da democratização da comunidade a partir do programa Rede Jovem de Cidadania. *In*: COUTINHO, Iluska (org.). **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013. p.161-179.

SILVA JÚNIOR, Luiz Fernando da. **Haverá TV Pública no Brasil?** Análise do papel da TV Educativa brasileira para compreensão dos rumos da TV Pública. 2013. 118 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2013.

SILVERSTONE, Roger. **Por Que Estudar A Mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. **As Estratégias Sensíveis:afeto, mídia e política**. Petrópolis: Vozes, 2006.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. *In*: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

THOMAS, GERALD. Do “padrão Globo” ao “padrão mexicano” de qualidade. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 12 ago.1999. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq12089910.htm>. Acesso em: 2 jan. 2020.

TV BRASIL. [Sítio da] TV Brasil. Página inicial. Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/>. Acesso em: 27 abr. 2018.

TV CULTURA. **Jornalismo público: guia de princípios**. São Paulo: [s. n.], 2006. 83p.

TV CULTURA. **Makingof do novo Jornal da Cultura, com Ana Paula Couto e Karyn Bravo**: curiosidades.[S.l], 2019. 1 vídeo (4m01s). Publicado pelo canal Metrópolis. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TWisrCzSbcs>. Acesso em: 15 ago. 2019.

TV CULTURA. **Jornal da Cultura**: [edição]15/08/2018.[S.l], 2018. 1 vídeo (51m56s). Publicado pelo canal Jornalismo TV Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IBM2DGHd-6c>. Acesso em: 15 ago. 2019.

TV CULTURA. **JC+**: falta emprego ou qualificação profissional?[S.l], 2018. 1 vídeo (29m57s). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=6bJCHnuup8o&list=PLdnZUpbQ9Pfk9NwQ3iVS\\_I\\_A9PRDY3UdA](https://www.youtube.com/watch?v=6bJCHnuup8o&list=PLdnZUpbQ9Pfk9NwQ3iVS_I_A9PRDY3UdA). Acesso em: 15 ago. 2019.

TV CULTURA. **Relatório de Atividades 2014**. [São Paulo]: Cultura – Fundação Padre Anchieta, 2014. Disponível em: <https://tvcultura.com.br/upload/fpa/sic/20151216-relatorioatividades2014.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2019.

TV CULTURA. **Relatório de Atividades 2017**. [São Paulo]: Cultura – Fundação Padre Anchieta, 2017. Disponível em: [http://tvcultura.com.br/upload/fpa/sic/20180529184956\\_20180529-relatorioatividades-consolidado2017.pdf](http://tvcultura.com.br/upload/fpa/sic/20180529184956_20180529-relatorioatividades-consolidado2017.pdf). Acesso em: 28 jan. de 2019.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. **TV Pública no Brasil**: a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira. 2009. 208 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. **Famecos**, Porto Alegre, n. 40, p. 77-83, dez. 2009.

## Entrevistas

ALIOTO, Daiane. [**Daiane Alioto**: depoimento]. [Entrevista cedida a] Luciana Silva. São Paulo, ago. 2019.

ARRUDA, Marici. [**Marici Arruda**: depoimento]. [Entrevista cedida a] Luciana Silva. São Paulo, ago. 2019.

BRAVO, Karyn. [**Karyn Bravo**: depoimento]. [Entrevista cedida a] Luciana Silva. São Paulo, ago. 2019.

CAPITELLI, Marici. [**Marici Capitelli**: depoimento]. [Entrevista cedida a] Luciana Silva. São Paulo, ago. 2019.

TAIRA, Ricardo. [**Ricardo Taira**: depoimento]. [Entrevista cedida a] Luciana Silva. São Paulo, ago. 2019.

\_\_\_\_\_. [**Ricardo Taira**: entrevista por e-mail]. [Entrevista cedida a] Valquiria Kneipp e Luciana Silva. [São Paulo], 2018.

VIEIRA, Lucas. [**Lucas Vieira**: depoimento]. [Entrevista cedida a] Luciana Silva. São Paulo, ago. 2019.

### **Programas analisados**

TV CULTURA. **Jornal da Cultura**: [edição] 09/09/2019. [S.], 2019. 1 vídeo (39m07s). Publicado pelo canal Jornalismo TV Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j5TAtwGs6AQ>. Acesso em: 15 out. 2019.

TV CULTURA. **Jornal da Cultura**: [edição] 10/09/2019. [S.], 2019. 1 vídeo (54m30s). Publicado pelo canal Jornalismo TV Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l0bvL11omJs>. Acesso em: 15 out. 2019.

TV CULTURA. **Jornal da Cultura**: [edição] 11/09/2019. [S.], 2019. 1 vídeo (56m17s). Publicado pelo canal Jornalismo TV Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ms-zQjMHt-Q>. Acesso em: 15 out. 2019.

TV CULTURA. **Jornal da Cultura**: [edição] 12/09/2019. [S.], 2019. 1 vídeo (54m39s). Publicado pelo canal Jornalismo TV Cultura. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=0ql6fg\\_hR8E](https://www.youtube.com/watch?v=0ql6fg_hR8E). Acesso em: 15 out. 2019.

TV CULTURA. **Jornal da Cultura**: [edição] 13/09/2019. S.], 2019. 1 vídeo (53m02s). Publicado pelo canal Jornalismo TV Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GFVKK-WOSbA>. Acesso em: 15 out. 2019.

TV CULTURA. **Jornal da Cultura**: [edição] 14/09/2019. S.], 2019. 1 vídeo (41m05s). Publicado pelo canal Jornalismo TV Cultura. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gZqfKhm47AU>. Acesso em: 15 out. 2019.

## APÊNDICE

Formulário – As práticas de jornalismo na redação do Jornal da Cultura

Pesquisadora: Luciana Salviano (Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia – PpgEM/UFRN)

Este questionário foi desenvolvido para fins exclusivamente acadêmicos com o objetivo de contribuir para os estudos acerca da qualidade no jornalismo.

1. Como é feita a seleção de pautas para a edição do jornal?
2. Existe um manual que orienta o jornalismo produzido da TV Cultura?
3. No ano de 2018 existia a participação de plateia às quartas-feiras. O projeto continuará em 2019?
4. Caso não porque a prática foi descontinuada?
5. Como é feita a seleção da plateia?
6. O tempo de fala de cada comentarista é predeterminado?
7. Como é feito o planejamento do tempo total do telejornal (incluindo matérias e comentários)?
8. Existe um equilíbrio entre notícias e comentários?
9. Como surgiu a ideia de trazer o telespectador para dentro das discussões?
10. Como é feita a seleção de profissionais que irão comentar? Existe um quadro fixo de comentaristas? Caso sim, quantos profissionais?
11. Como uma televisão educativa, quais são os cuidados que o jornalismo da Cultura deve tomar?
12. Como é feita a seleção das pautas?
13. É possível perceber um maior engajamento e receptividade dos telespectadores após as mudanças no jornal?
14. Como vocês enxergam a troca com o público?
15. Qual o papel das redes sociais no jornal?
16. Qual é a importância dessa modernização do jornalismo na era digital?

# ANEXOS

Pági	Story Slug	Segmento	Ident	MOS Status	Float	Editor	Reporter	Tempo Est	Total	Media Time	Text Time	Status	Apr Final	Autor	Camer	Âncora	Início	Acum	Object Placeholder Create
1	CHAMADA		1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	BARBOSA			0:27	0:00	0:27		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		KARYN	21:15:00	0:00	
2	VT ESCALADA		1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	BARBOSA			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	gvg.stratus.t		ANA	21:15:00	0:00	
3	NOVO COAF	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Salgado \ L	Lucas		0:01	0:00	0:01		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		KARYN/ANA	21:15:00	0:00	
4	INDICAÇÃO EDUARDO	NOTA			<input type="checkbox"/>	Salgado			0:25	0:00	0:25	OFF Aprove	<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair		KARYN	21:15:00	0:00	
5	GIRO NACIONAL	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Amanda \ R			0:04	0:00	0:04		<input type="checkbox"/>	Amanda Pire		ANA	21:15:00	0:00	
6		NOTA PÉ			<input type="checkbox"/>				0:02	0:00	0:02		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		ANA	21:15:00	0:00	
7	PASSAGEM 1		1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	BARBOSA			0:15	0:00	0:15	OFF Aprove	<input type="checkbox"/>	Amanda Pire		KARYN/ANA	21:15:00	0:00	
8	BREAK 1			READY	<input checked="" type="checkbox"/>			1:53	0:15	0:15	0:00		<input checked="" type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:15:00	1:53	
9	COMENTARISTAS	NOTA			<input type="checkbox"/>				0:15	0:00	0:15	OFF Aprove	<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair		KARYN	21:16:53	1:53	
10		ENTREVIS			<input type="checkbox"/>				0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:16:53	1:53	
11	ONDE INVESTIR	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Yoanna \ C/	Luiza		0:00	0:00	0:00	OFF Pronto	<input type="checkbox"/>	Yoanna Stav		ANA	21:16:53	1:53	
12		ENTREVIS			<input type="checkbox"/>				0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:16:53	1:53	
13	EXPULSÃO DE AÉCIO	NOTA			<input type="checkbox"/>	Beatriz			0:32	0:00	0:32	OFF Pronto	<input type="checkbox"/>	Beatriz Rosa		KARYN	21:16:53	1:53	
14		ENTREVIS			<input type="checkbox"/>				0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:16:53	1:53	
15	SEQUESTRO NA PONTE	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Karina \ RO	Thais		0:08	0:00	0:08	OFF Aprove	<input type="checkbox"/>	Karina Ferre		ANA	21:16:53	1:53	
16	SKYPE	VIVO			<input type="checkbox"/>	Karina			0:29	0:00	0:29	OFF Pronto	<input type="checkbox"/>	Ana Couto		KARYN	21:16:53	1:53	
17	ALEXANDRE FROTA	VT			<input type="checkbox"/>	Denise \ M/			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		ANA	21:16:53	1:53	
18	PASSAGEM 2		1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	BARBOSA			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		ANA/KARYN	21:16:53	1:53	
19	BREAK 2			READY	<input checked="" type="checkbox"/>			1:53	0:15	0:15	0:00		<input checked="" type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:16:53	3:46	
20	TECNOLOGIA 5.0	VT	1009E0536	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Sérgio \ PO	Marcela		0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Sergio Bomf		KARYN	21:18:46	3:46	
21		ENTREVIS			<input type="checkbox"/>				0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:18:46	3:46	
22	LAPADA INTER	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Michel \ LE/			0:07	0:00	0:07	OFF Aprove	<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair		ANA	21:18:46	3:46	
23		ENTREVIS			<input type="checkbox"/>				0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:18:46	3:46	
24	CORA CORALINA	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Sergio \ JO/			0:12	0:00	0:12	OFF Aprove	<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		KARYN	21:18:46	3:46	
25	PASSAGEM 3		1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	BARBOSA			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		ANA/KARYN	21:18:46	3:46	



Pági	Story Slug	Segmento	Ident	MOS Status	Float	Editor	Reporter	Tempo Est	Total	Media Time	Text Time	Status	Apr Final	Autor	Camer	Âncora	Início	Acum	Object Placeholder Create
14	SELECÇÃO DE NOTÍCIAS	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Karina \ P	Maia		0:00	0:00	0:00	OFF Pronto	<input type="checkbox"/>	Karina \ P		ANA	21:16:53	1:53	
15	SKYPE	VIVO			<input type="checkbox"/>	Karina			0:29	0:00	0:29	OFF Pronto	<input type="checkbox"/>	Ana Couto		KARYN	21:16:53	1:53	
16	ALEXANDRE FROTA	VT			<input type="checkbox"/>	Denise \ M			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		ANA	21:16:53	1:53	
17	PASSAGEM 2		1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	BARBOSA			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		ANA/KARYN	21:16:53	1:53	
18	BREAK 2			READY	<input type="checkbox"/>			1:53	0:15	0:15	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:16:53	3:46	
19	TECNOLOGIA 5.0	VT	1009E0536	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Sérgio \ P	Marcela		0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Sergio Bomf		KARYN	21:18:46	3:46	
20		ENTREVIS			<input type="checkbox"/>				0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:18:46	3:46	
21	LAPADA INTER	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Michel \ LE			0:07	0:00	0:07	OFF Aprova	<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair		ANA	21:18:46	3:46	
22		ENTREVIS			<input type="checkbox"/>				0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:18:46	3:46	
23	CORA CORALINA	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Sergio \ JO			0:12	0:00	0:12	OFF Aprova	<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		KARYN	21:18:46	3:46	
24	PASSAGEM 3		1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	BARBOSA			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		ANA/KARYN	21:18:46	3:46	
25	BREAK 3			READY	<input type="checkbox"/>			2:03	0:15	0:15	0:00		<input type="checkbox"/>	Danilo Martir			21:18:46	5:49	
26	FERNANDO MEIRELLES	VT	1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	Michel \ CA	Eduardo		0:12	0:00	0:12	Gravado	<input type="checkbox"/>	Michel Sous		ANA	21:20:49	5:49	
27	TWITTER				<input type="checkbox"/>				0:04	0:00	0:04	OFF Pronto	<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		KARYN	21:20:49	5:49	
28	VT BOA NOITE		1009E0537	NOT READY	<input type="checkbox"/>	TODOS			0:19	0:00	0:19	OFF Pronto	<input type="checkbox"/>	Danilo Martir		ANA/KARYN	21:20:49	5:49	
29	TICKERS				<input type="checkbox"/>				1:05	0:00	1:05		<input type="checkbox"/>	Amanda Piré			00:00:00	0:00	
30	IMAGENS 20 08				<input type="checkbox"/>				0:43	0:00	0:43		<input type="checkbox"/>	Jessica Silva			00:00:00	0:00	
31	OLHOS QUE CONDENAM	VT			<input type="checkbox"/>	Claudia	Mayana		0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair			00:00:00	0:00	
32	PREVIDÊNCIA REAL	VT			<input type="checkbox"/>	Sergio			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair			00:00:00	0:00	
33	RETRATO DO SUS	VT			<input type="checkbox"/>	Claudia			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair			00:00:00	0:00	
34	RIO PINHEIROS	VT			<input type="checkbox"/>	Yoanna			0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair			00:00:00	0:00	
35	4 ANOS MARIANA	VT			<input type="checkbox"/>				0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair			00:00:00	0:00	
36	FUI AMAZÔNIA	VT	1009E0536		<input type="checkbox"/>		Luiza		0:00	0:00	0:00	OFF Pronto	<input type="checkbox"/>	Ricardo Tair		KARYN	00:00:00	0:00	
37	LIVRO STF	VT			<input type="checkbox"/>				0:00	0:00	0:00		<input type="checkbox"/>	Nando Carva			00:00:00	0:00	