

BALANÇO DE GESTÃO



2004

2007



CULTURA

Fundação Padre Anchieta



TV Pública em sintonia com os brasileiros.



Núcleo de Produção Infantil Tatiana Belinky

O maior centro de produção infantil da América Latina. Mais de 100 profissionais envolvidos em 17 produções, incluindo o retorno de Vila Sésamo, numa co-produção da TV Cultura com a Sesame Workshop.

Núcleo de Educação

A Fundação Padre Anchieta vai se engajar ainda mais na luta pela melhoria do ensino no país. Ela acaba de lançar seu Núcleo de Educação, com o objetivo de tornar mais significativa sua atuação junto a educadores, pais e alunos do ensino fundamental.

Núcleo de Dramaturgia

No maior laboratório de dramaturgia do país, 16 diretores, supervisionados por Antunes Filho, trabalham nas novas produções da TV Cultura.

Rádio Cultura Educação

A primeira emissora brasileira a ter educação como tema central.

TV Rá Tim Bum Internacional

A primeira e única emissora infantil da TV por assinatura com programação 100% brasileira já atinge 1 milhão de assinantes. Agora, também nos Estados Unidos e no Canadá.



Equilíbrio financeiro

A modernização dos processos de gestão, aliada ao crescimento da captação de receitas próprias, permitiu que as contas da TV estejam equilibradas. O total de captação líquida em 2006 obteve 155% de crescimento em relação a 2003 e a captação de verbas via lei de incentivo cresceu 179% em relação a 2003.

*Correção financeira realizada por meio do IPC/FIPE - acumulado de dezembro 2003 a dezembro 2006 - 1.473%

RECEITA	PARTICIPAÇÃO %	
	2003	2006
ESTADO	86%	67%
PRÓPRIA	14%	33%



Infra-estrutura física

Recuperação estrutural dos prédios, substituição de parte do mobiliário, compra de mais de 400 computadores, recuperação da torre do Sumaré, além de outras melhorias nas instalações.

Novos equipamentos

Aquisição de 5 milhões de dólares em equipamentos destinados aos estúdios, unidades móveis e melhorias na infra-estrutura técnica de transmissão para aumentar a cobertura e a qualidade do sinal das Rádios e TV e se adequar às transmissões da TV Digital.



Evolução de horas inéditas produzidas/dia útil - 2003 X 2006



Retomada da produção

A quantidade de horas inéditas diárias de produção subiu de 3 horas em dezembro de 2004 para 15 horas em dezembro de 2005 – patamar mantido até hoje. São 60 novos programas, 23 programas modernizados e nenhum programa descontinuado.



O que diz o público*

83%

da população aponta a Cultura como a emissora que mais contribui para o desenvolvimento da cultura e da educação.

99%

dos telespectadores habituais avaliam a programação entre "ótima" e "boa".



Modelo de TV Pública no Brasil

Gestão de resultados coloca a Cultura na vanguarda da TV pública brasileira

A Fundação Padre Anchieta, mantenedora da TV Cultura e das rádios Cultura AM e FM vivia uma das mais agudas crises de sua história quando a direção que a comandou no triênio 2004 / 2007 assumiu, em junho de 2004. A instituição estava à beira da insolvência, conforme reconheceu o Conselho Curador, que recomendou medidas corajosas, urgentes e de impacto para debelar a situação pré-falimentar.

"A situação é gravíssima. É necessário fazeremos uma reestruturação total, repensarmos integralmente a Fundação com um plano ousado de redução de despesas e de captação de recursos. É preciso modernizar os equipamentos e reduzir os custos operacionais", relatou o conselheiro Edson Vaz Musa, conforme registra a ata da primeira reunião do Conselho após a posse da nova diretoria.

O alerta não podia ser mais claro: ou se adotavam rapidamente medidas duras ou o futuro do complexo de emissoras públicas de São Paulo estava ameaçado. Um verdadeiro choque de gestão foi impresso à Fundação e, já no final de 2004, apenas seis meses após a posse da nova diretoria, foi zerado o temido déficit de R\$ 11 milhões previsto para aquele ano. Estavam assegurados o equilíbrio e a estabilidade financeira.

Foram apenas três anos, mas os que comandaram a Fundação Padre Anchieta no período consideraram cumprido o seu dever. Assumiram em situação de extrema dificuldade, com dívidas e equipamentos da rede obsoletos, e colocaram a Cultura na vanguarda das emissoras brasileiras de seu gênero. Equiparam-na para o advento da era da TV digital e a consolidaram como líder e modelo de TV pública para o país.



A superação da crise resgatou o orgulho da população com as rádios e TV Cultura. Pesquisas do Datafolha, do Ibope e do jornal Meio & Mensagem comprovam que, na opinião dos entrevistados, a TV Cultura é hoje a emissora de maior credibilidade no Brasil, a mais ética e de maior independência editorial.



Sua programação é considerada, também, a de melhor nível cultural do país. Ao passar o comando do leme, os gestores dos anos 2004 a 2007 têm um vasto arsenal de conquistas a comemorar. Dentre inúmeras decisões, medidas e obras registradas, esta administração, sob a presidência de *Marcos Mendonça*, orgulha-se do

que considera pilares-básicos de seu período: a conquista do equilíbrio financeiro; a modernização tecnológica da TV Cultura e das emissoras de rádio; o lançamento do canal por assinatura TV Rá Tim Bum; a salvação do acervo de 38 anos de programas da rede; a retomada de produções; e uma completa reformulação na programação.



O êxito nesta série de empreitadas só foi possível porque antes de empreendê-las os gestores do triênio 2004 / 2007 obtiveram o saneamento financeiro da Fundação Padre Anchieta. Diante das gigantescas dívidas e da projeção do déficit de R\$ 11 milhões para o final de 2004, o comando da emissora adotou as medidas de impacto recomendadas pelo Conselho, responsáveis por uma drástica redução de custos, e montou uma estrutura comercial moderna, com um setor de marketing cujo trabalho foi fundamental para aumentar a receita.

Neste período, a Fundação recebeu dotação orçamentária R\$ 30 milhões a menos do que o governo do Estado destinou à administração do triênio anterior.

O Executivo paulista é a principal fonte de manutenção financeira da instituição. Mais do que nunca, então, se faziam necessárias a modernização dos processos de gestão e a captação de receitas próprias, para que as contas da TV fossem equilibradas.

Como que em um esforço de guerra, a nova direção pôs mãos à obra. Lançou-se à recupera-

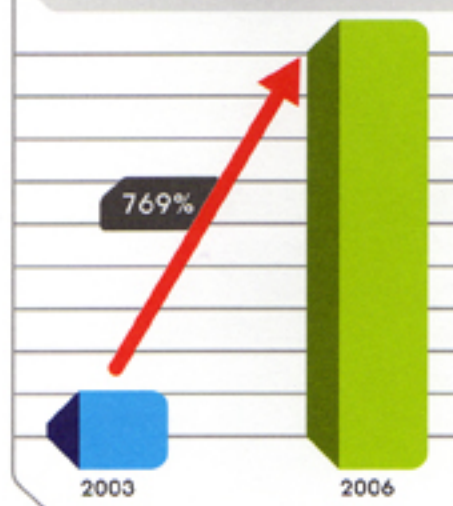
ção da Fundação Padre Anchieta com um planejamento que contemplava principalmente a racionalização da administração, com foco em duas vertentes – a busca do aumento da receita e a contenção rigorosa das despesas. Para aumentar a arrecadação, a área comercial da emissora adotou uma agressiva política de marketing. Sem comprometer ou transgredir um milímetro sequer a missão, a qualidade e o conteúdo da emissora, estabelecidos em regras e normas estatutárias – a Cultura não pode veicular patrocínios de cigarros e bebidas, por exemplo – ampliou a venda de serviços e de patrocínios culturais aos que quisessem veicular suas marcas na Cultura. São cerca de meia centena de patrocinadores, atualmente.

No campo dos serviços, sai da emissora hoje boa parte da programação, dentre outras, das TVs do Supremo Tribunal Federal, da Assembléia Legislativa de São Paulo, e da Câmara Municipal paulistana. Foi criada e produzida, também pela rede de comunicação pública paulista, a campanha de esclarecimento ao eleitor "Vota Brasil", difundida maciça e nacionalmente em 2006 pelo Tribunal Superior Eleitoral.

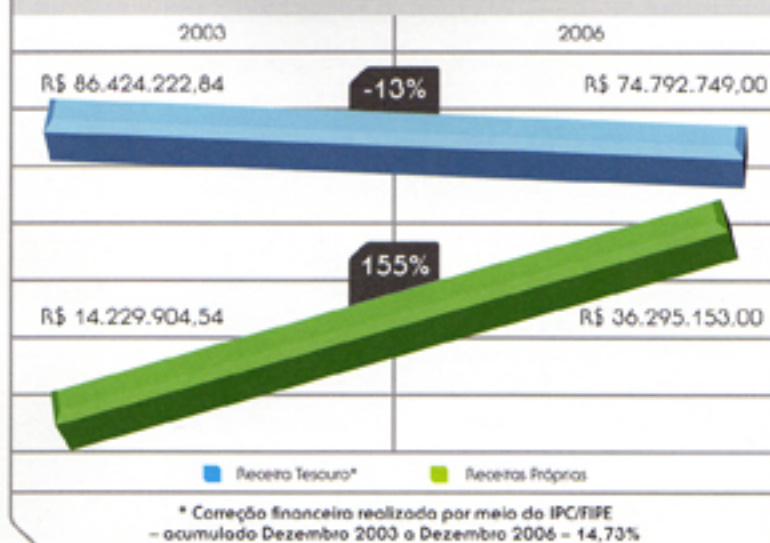
Evolução das receitas

Com estas ações, cresceram 155% a entrada líquida de recursos e 179% a receita obtida via leis incentivadas em 2006, em comparação com 2003.

EVOLUÇÃO DA RECEITA DE LICENCIAMENTO 2003 X 2006



EVOLUÇÃO DAS RECEITAS 2003 X 2006 RECEITA TESOUREIRO* X RECEITA PRÓPRIA (VALOR LÍQUIDO)



Só neste último triênio, a Fundação Padre Anchieta, através do seu departamento Cultura Marcas, ultrapassou o número de 1.000 diferentes produtos licenciados, distribuídos em 16 diferentes categorias, de artigos de higiene aos previsíveis audiovisuais.



Esta bem-sucedida estratégia de captação de recursos via patrocínios e venda de serviços permitiu à Fundação dobrar sua receita própria num exíguo prazo de três anos, ou seja, saltar de cerca de R\$ 20 milhões em 2004 para R\$ 40 milhões em 2006, o equivalente a quase 40% de seu orçamento.

Choque de gestão

Para reduzir as despesas, a nova gestão promoveu uma renegociação de contratos, que representaram a expressiva economia de 22,5% em relação ao programado para pagar aos credores. Em média, de 2004 a 2007 houve uma redução anual de R\$ 3,5 milhões em despesas fixas. Conquistado o equilíbrio orçamentário e obtido o êxito nos dois focos prioritários, o aumento da arrecadação de recursos e a redução das despesas, a direção iniciou a jornada para a modernização tecnológica que colocou a TV Cultura no terceiro milênio. Investimentos da ordem de R\$ 17 milhões no triênio começaram a ser aplicados em novos equipamentos da mais avançada tecnologia de ponta, dentre os quais 400 computadores, softwares, câmeras de alta definição, ilhas de edição de última geração, microfones, unidades móveis, outros componentes técnicos, veículos, mobiliário e reformas nos prédios-sede da TV e das emissoras de rádio.



Com todo esse conjunto de iniciativas, nasciam, então, as modernas rádios e TV públicas paulistas que ora sintonizamos, agora competitivas com a grandeza e a história de 40 anos da Fundação Padre Anchieta.



Atenção especial aos que fazem a Cultura

No front interno, a direção adotou uma política de valorização dos funcionários das emissoras. Reestruturou cargos e salários – com significativos aumentos destes – melhorou e ampliou os benefícios do plano de saúde, reformou o restaurante e a lanchonete e instituiu um cartão magnético de vale-refeição para os trabalhadores. Nesta negociação com os funcionários, conquistou um rearranjo na questão do trabalho e da produtividade.

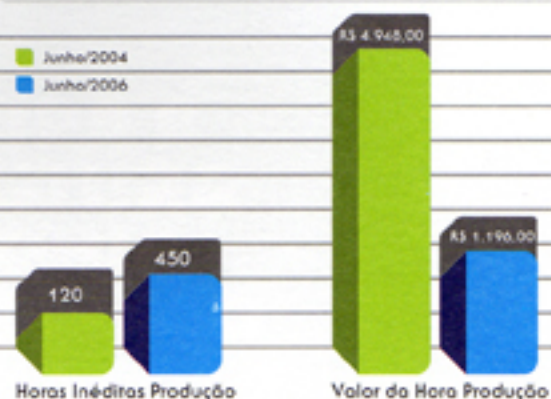
Evolução de Horas Inéditas Produzidas Dia Útil 2003 X 2006



A superação da crise financeira possibilitou, ainda, o dispêndio de R\$ 9,8 milhões em dissídios, pagos integralmente com recursos próprios da Fundação.

Através de permutas com escolas de línguas e faculdades esta administração instituiu um programa de bolsas de estudos, que beneficia cerca de 10% dos mais de mil funcionários e colaboradores da Fundação Padre Anchieta.

Comparativo de Produção em Horas/mês e Custo por Hora 2004 X 2006



Historicamente, a Cultura arrumava dinheiro, fazia um programa e parava. Por burocracia, falta de planejamento e defasagem técnica, muitas vezes uma equipe gravava um trabalho de uma hora e ficava parada as três horas seguintes. Equipamentos modernos, a retomada das produções em larga escala e, principalmente, planejamento, disciplina e racionalidade administrativas debelaram este problema. A produtividade passou da média de 3 horas para 15 horas por dia, com custos menores.



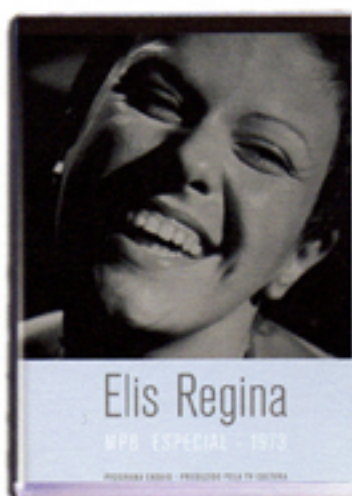
Salvação do acervo

Ao assumir em 2004, a direção comandada por Marcos Mendonça se deparou com uma tarefa premente e de dimensões ciclópicas: a salvação do rico acervo das quase quatro décadas de programação da TV. A Cultura tem um dos mais amplos e variados arquivos de programas entre os das diversas redes da televisão brasileira. O material tem um completo e imparcial registro de grande parte da própria História nacional.

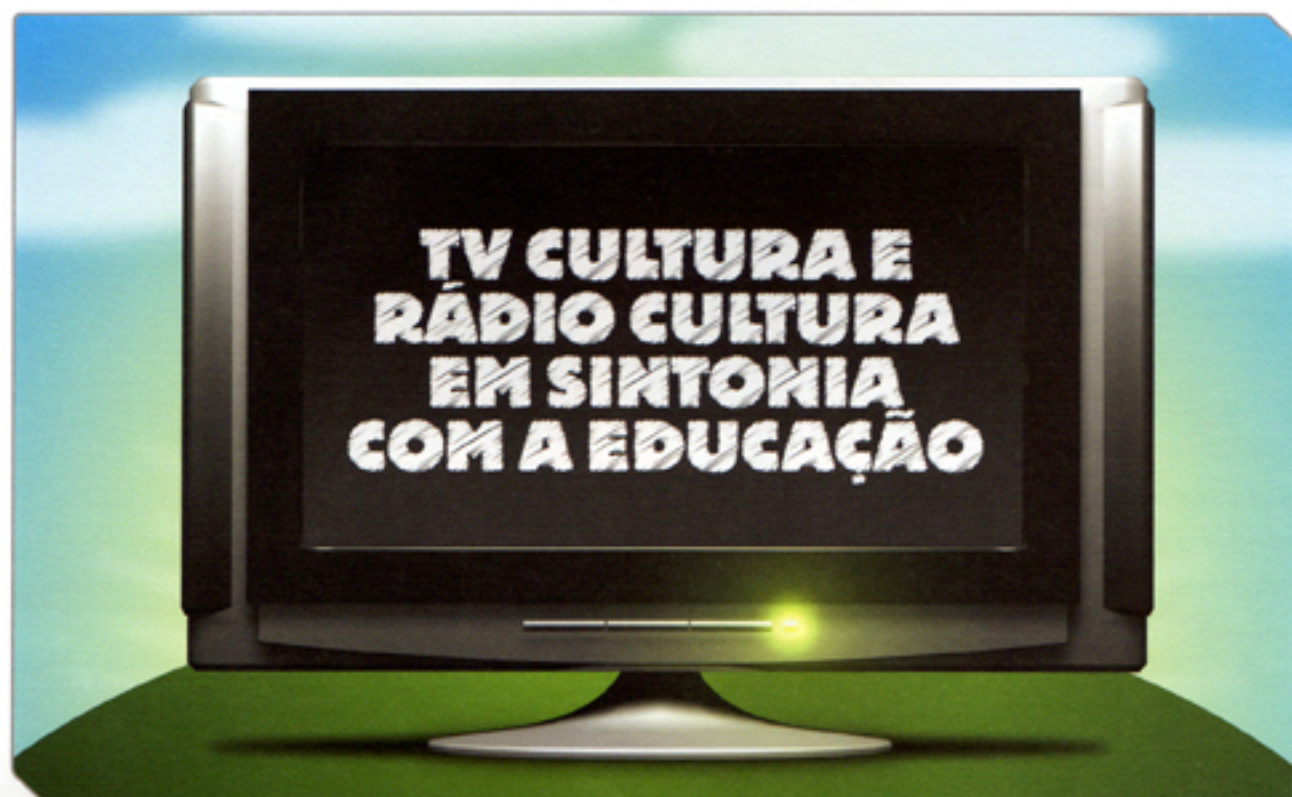
Exposto a todo tipo de contaminação, era grande o medo de que esse patrimônio, em processo de acelerada deterioração, fosse completamente destruído. Desencadeado naquele mesmo ano, o projeto de digitalização de toda esta programação interrompeu a ameaça de perda do material.



Foram comprados equipamentos especiais e grande parte deste patrimônio está recuperada – milhares de horas de programas já estão digitalizadas. Com isso, 38 anos de história estão protegidos. O trabalho continua e representa a garantia de que o acervo está salvo e será preservado.



- 1º programa recuperado do acervo e lançado em DVD
- 100 mil cópias vendidas



Digitalizado o acervo, a TV tem plenas condições de utilizá-lo quando necessário. Foi criado, então, o Núcleo de Educação tendo como um de seus objetivos elaborar o plano estratégico com vistas a fortalecer, dar foco e ampliar ações da Fundação como produtora de conteúdos em Educação.

Com o Núcleo passa a ser feito todo um trabalho mais focado para que a Educação esteja presente em toda a programação da TV Cultura. Dessa forma, ela poderá funcionar como auxílio às atividades de estudantes, professores e de todo o público que tiver relação e interesse pelo assunto. A Fundação Padre Anchieta se engaja, assim, ainda mais na luta pela melhoria do ensino no Brasil.

TV Rá Tim Bum, o 1º canal brasileiro para o público infantil

Colocada em operação apenas seis meses após a posse da nova diretoria, a TV Rá Tim Bum, canal por assinatura 24 horas por dia no ar, é a primeira televisão feita no Brasil integralmente para crianças. É a pioneira e a única TV infantil por assinatura com programação 100% brasileira. Sua grade tem "as feições do Brasil" todos os programas são produzidos no país e neles estão inseridos a cultura, os hábitos e os costumes nacionais.

O canal conquistou no primeiro trimestre de 2007 a invejável marca de 1 milhão de assinantes e, simultaneamente a este feito, alcançou outro: tornou-se um canal internacional. Iniciou suas transmissões para o público de 1,8 milhão de brasileiros residentes no Canadá e nos Estados Unidos; que passaram a contar com um canal de programação infantil tipicamente de seu país de origem. O investimento inicial de cerca de US\$ 1 milhão para colocá-lo no ar já



Um milhão de assinantes no Brasil e agora também nos Estados Unidos.

Nós vamos onde as crianças brasileiras estão.

A TV Rá Tim Bum já é assistida por mais de 1 milhão de assinantes em todo o país. Em breve, ela será exibida em canais por assinatura também nos EUA e Canadá. E isso é só no primeiro tempo, pois vamos rapidamente para Ásia, África e Europa. Não esquecer que todos as crianças brasileiras também amam a nossa cultura, não importa onde elas estejam.



foi inteiramente recuperado pelas receitas de patrocínios e assinaturas em seus dois anos de existência.

A TV Cultura sempre teve na produção e exibição de programas infantis uma de suas mais emblemáticas marcas. A produção de programas infantis foi uma das áreas que registraram maiores e mais significativos avanços nos últimos três anos. Neste triênio 2004 / 2007, a Fundação Padre Anchieta não só lançou a TV Rá Tim Bum como retomou, agora em mais ampla escala, a produção de programas voltados para esse segmento de público.

Esta retomada de criação e produção adquiriu tanta projeção, força e importância na emissora que sua administração, recentemente, criou o Núcleo de Produção Infantil Tatiana Belinky. Com ele, a Cultura tornou-se o maior centro de produção infantil da América Latina e um dos maiores do mundo.



A TV Cultura criou um dos maiores centros de produção infantil do mundo. As crianças brasileiras merecem.

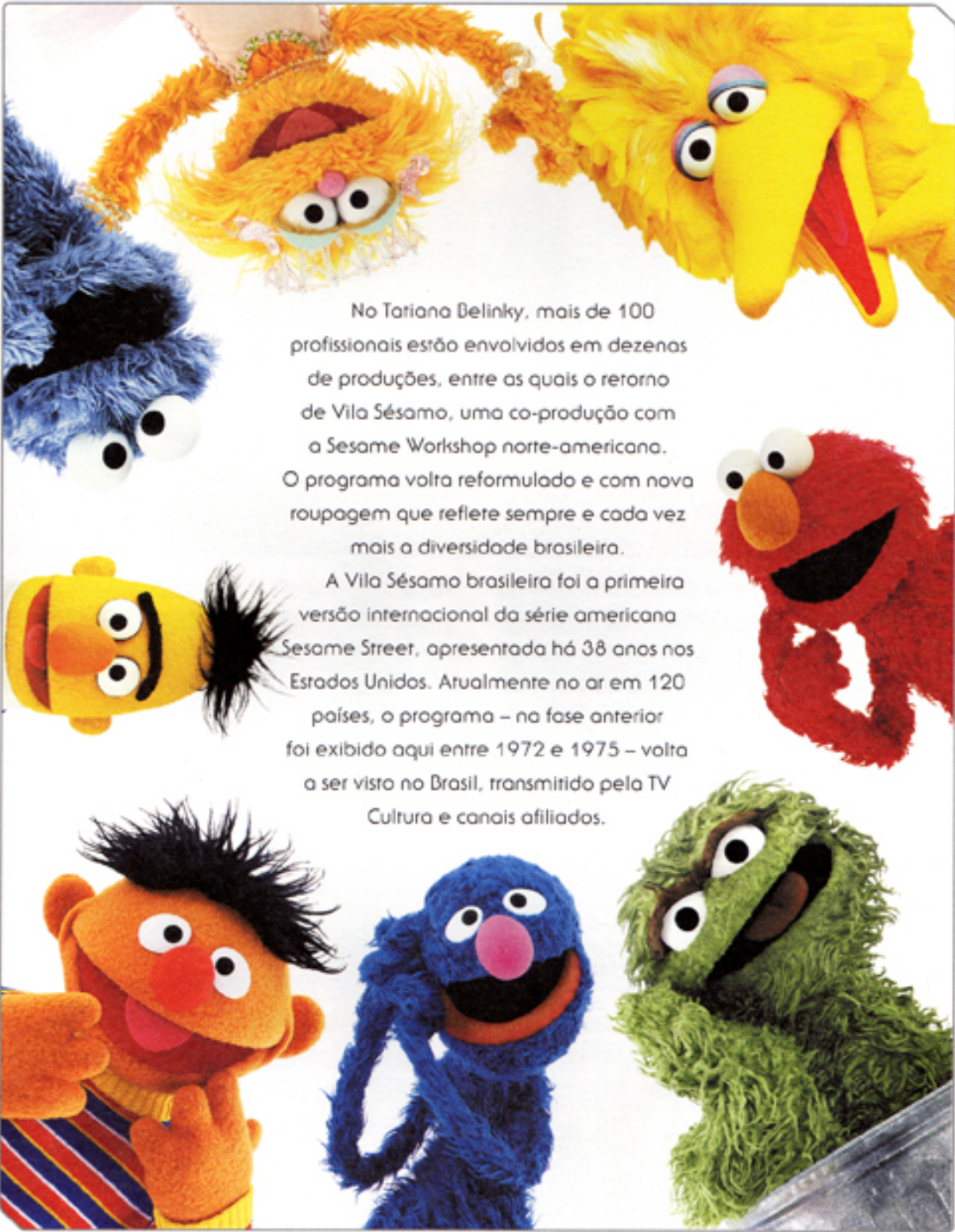
A TV Cultura criou um dos maiores centros de produção infantil do mundo. As crianças brasileiras merecem.

Produção e exibição de programas infantis em todo o Brasil. A TV Cultura criou um dos maiores centros de produção infantil do mundo. As crianças brasileiras merecem.

Produção e exibição de programas infantis em todo o Brasil. A TV Cultura criou um dos maiores centros de produção infantil do mundo. As crianças brasileiras merecem.



A volta da Vila Sésamo



No Tariana Belinky, mais de 100 profissionais estão envolvidos em dezenas de produções, entre as quais o retorno de Vila Sésamo, uma co-produção com a Sesame Workshop norte-americana. O programa volta reformulado e com nova roupagem que reflete sempre e cada vez mais a diversidade brasileira.

A Vila Sésamo brasileira foi a primeira versão internacional da série americana Sesame Street, apresentada há 38 anos nos Estados Unidos. Atualmente no ar em 120 países, o programa – na fase anterior foi exibido aqui entre 1972 e 1975 – volta a ser visto no Brasil, transmitido pela TV Cultura e canais afiliados.

Cocoricó, um campeão de vendas



Com este empenho na criação e produção de programas para crianças, nestes três anos a Cultura deu cara nova à maioria dos programas infantis tradicionais de sua grade. Muitos deles foram totalmente repaginados, como o Cocoricó, uma atração da emissora há 12 anos, agora apresentada, também, na TV Rá Tim Bum. Já exibido na Venezuela, chegará à Argentina, Angola, México, Suíça e Alemanha. Antes feito em versões descontinuas, ele agora é produzido em série, com novos personagens. Nesta nova fase, já teve nada menos que 137 novos episódios gravados. O reconhecimento, além da audiência, veio na forma de prêmios – o Cocoricó é um dos mais laureados programas infantis brasileiros. Desde

que foi lançado, seu DVD bate recordes todos os anos como um dos mais vendidos entre os produzidos para o público infantil.



Mas o DVD é apenas um dos vários itens para comercialização proporcionados pelo Cocoricó. Centenas de outros produtos do programa foram licenciados e mais recentemente, chegou ao público, com sucesso, a revista em quadrinhos Cocoricó. Até o final de 2007, a expectativa é de que 50 outros produtos originados pelo programa sejam lançados no mercado.



Revolução na programação cria uma nova Cultura

Mas não só o Cocoricó viveu mudanças e passou a contar, como os demais infantis, com um canal por assinatura, a TV Rá Tim Bum, para serem veiculados. Nestes três anos, a programação do conglomerado paulista de emissoras públicas deu a mais consistente guinada de suas quase quatro décadas de existência. Praticamente toda a programação existente foi reformulada.

Uma nova grade foi criada, com muita produção própria, que constitui milhares de horas/ano de programas, séries, desenhos e filmes exibidos nas TVs Cultura e Rá Tim Bum e exportados para diversos países. Essa fantástica mexida levou a Cultura de 2004 para cá a criar ou co-produzir 60 novos programas.

PROGRAMA		NOVO	REFORMULADO	PROGRAMA		NOVO	REFORMULADO
1	100% Brasil	■		43	Mais Ação	■	
2	Agendinha	■		44	Mar Sem Fim	■	
3	Almanaque Brasil	■		45	Metrópolis		■
4	Antunes Filho em Preto e Branco	■		46	Milla & Co.	■	
5	Balanço do Século XX		■	47	Mobilização Brasil	■	
6	Balanço Social	■		48	Mostra Internacional de Cinema		■
7	Baú de Histórias	■		49	Movimento	■	
8	Bem Brasil		■	50	Negócios & Soluções		■
9	Bom Dia Saúde	■		51	Nossa Língua Portuguesa		■
10	Brasil Eleitor	■		52	Pátria das Águas	■	
11	Café Filosófico		■	53	Planeta Cidade	■	
12	Campus	■		54	Por Dentro da Orquestra	■	
13	Cartão Verde		■	55	Prelúdio	■	
14	Clipe Arte	■		56	Programa do JP	■	
15	Cocoricó		■	57	Provocações		■
16	Concertos Internacionais	■		58	Qual é, Bicho?	■	
17	Copa das Confederações	■		59	Repemório	■	
18	Cultura Meio-Dia	■		60	Repemório Popular	■	
19	Cultura Noite	■		61	Repórter Cultura	■	
20	De Fininho	■		62	Resumo da Ópera	■	
21	Decola	■		63	Roda Viva		■
22	Diário Paulista		■	64	Senta Que Lá Vem Comédia	■	
23	Direções - Por um caminho na teledramaturgia	■		65	Show do DJ Cão	■	
24	Doc Brasil		■	66	Silvia Poppovic	■	
25	Ensaio		■	67	Simão	■	
26	Entrelinhas	■		68	Sinfonia Fina	■	
27	Especiais Musicais	■		69	Sociedade Contemporânea		■
28	Esporte Clube TV Rá Tim Bum	■		70	Sr. Brasil	■	
29	Festival Cultura - A Nova Música do Brasil	■		71	Sua Língua	■	
30	Fortíssimo Dança	■		72	Tá na Hora com DJ Cão	■	
31	Fortíssimo Ópera	■		73	Tamanho Família	■	
32	Fortíssimo OSESP	■		74	Teatro Rá Tim Bum	■	
33	Glub Glub	■		75	Teleromance		■
34	Grande Teatro em Preto e Branco	■		76	Uma Vez, Uma Canção	■	
35	Grandes Momentos do Esporte		■	77	Via Legal	■	
36	H2O	■		78	Viola Minha Viola		■
37	Hora do Esporte		■	79	Vitrine		■
38	Humanidades	■		80	Viver Escola / Quem Sabe, Sabe		■
39	Imagem do Som	■		81	Viver Natural	■	
40	Interesse Público	■		82	Zoom		■
41	Jornal da Cultura		■	83	Zum Zum Zum	■	
42	Le Journal - TV5 Monde	■					

Total de Programas Novos **60**

Total de Programas Reformulados **23**

Revolução na programação cria uma nova Cultura

Foi um gigantesco passo em comparação com a média de três horas inéditas diárias de produção própria, quase que só jornalismo, que a emissora registrava até 2004. Aliás, esta quantidade de três horas diárias de produção em dezembro daquele ano subiu para 15 horas já em 2005, média mantida até hoje.

Os programas da emissora são frequentemente premiados. Nos seus quase 40 anos de existência, a Cultura vê sua programação se aproximar da marca dos 400 prêmios nas mais diversas categorias nacionais e internacionais,



23 dos quais conquistados apenas nos últimos três anos. Na área de MPB, "Sr. Brasil", apresentado por Rolando Boldrin, ganhou o Prêmio APCA / 2005, entregue em 2006, como o Melhor Programa da TV brasileira.



2004

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE CRÍTICOS DE ARTE - APCA
Adaptação para TV do Contos do Meio-Noite.

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE CRÍTICOS DE ARTE - APCA
Prêmio Cultura Geral - Programa Nossa Língua Portuguesa, da Rádio Cultura AM, apresentado pelo professor Pasquale Cipri Neto.

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE CRÍTICOS DE ARTE - APCA
Prêmio Revelação - Programa Superônica, da Cultura FM, com Amigo Damabê.

FUNDAÇÃO DORINA NOWILL PARA CEGOS - PARCEIROS DA VISÃO 2004
Prêmio Marcos Mendonça.

CAIXA ECON. FEDERAL E REVISTA IMPRENSA - PRÊMIO CAIXA DE JORNALISMO SOCIAL
Jornalismo Social - Marilu Cabanos, pela série de reportagens "Essas crianças são especiais".

MIDIATIVA E FUNDAÇÃO AVINA - PRÊMIO MÍDIAQ 2004
Melhor Programa na categoria 4 a 7 anos - Caseta Rd Tim Dum.

PRÊMIO ALIANÇA PARA A CONSERVAÇÃO DA MATA ATLÂNTICA
Categoria Televisão - programa "Bioconexão, a vida em fragmentos" - reportagem sobre a Biodiversidade da Mata Atlântica.

PRÊMIO ALIANÇA PARA A CONSERVAÇÃO DA MATA ATLÂNTICA
Menção Honrosa série "Brasil Sustentável".

2005

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE CRÍTICOS DE ARTE - APCA
Melhor programa de televisão "Sr. Brasil" - apresentado por Rolando Boldrin.

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE CRÍTICOS DE ARTE - APCA
Categoria Infantil - TV Rd Tim Dum.

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE CRÍTICOS DE ARTE - APCA
Categoria Rádio - Produção Universitária "Programa do Estudante", da Rádio Cultura AM.

PRÊMIO TOP DE MARKETING - ADVD ASSOCIAÇÃO DOS DIRIGENTES DE VENDAS E MARKETING DO BRASIL

Cases: "TV Rd Tim Dum" e Lei Rouanet Desenvolvidos pela Dir. de Marketing e Vendas.

TROFÉU MAURICE LEGEARD III CURTA SANTOS
Programa Zoom

TROFÉU OURO DA ABEMD ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING DIRETO
Categoria: Comunicações - Marketing publicitário "TV Rd Tim Dum", com a peça criada pela agência E|OU.

IGS BRASIL - INTERNATIONAL QUALITY SERVICE - PRÊMIO QUALIDADE BRASIL 2005
Melhor Programa Musical Dem Brasil, apresentação: Wandé Doraciomo e direção: Maurício Valim.

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRÍTICOS DE ARTE - ABCA
Prêmio Antônio Bento Difusão das Artes Visuais na Mídia Programa Menópolis.

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRÍTICOS DE ARTE - ABCA
Prêmio Antônio Bento Apresentação de Pausas de Qualidade "Balanço do Século XX - Paradigmas do Século XXI".

2006

PRÊMIO MÁSTER DE TECNOLOGIA 2005 - IQ (INSTITUTO DE ESTUDOS E PESQUISA DE QUALIDADE) E REVISTA PESQUISA MAIS - Veículo de Comunicação do Ano TV Cultura.

6º PRÊMIO ETHOS DE JORNALISMO - EDIÇÃO ESPECIAL
Mídia Eletrônica TV Prêmio Destaque "Balanço Social".

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE CRÍTICOS DE ARTE - APCA
Rádio - Categoria Musical "Solano Ribeiro e a Nova Música do Brasil" - Cultura AM.

PRÊMIO ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE CRÍTICOS DE ARTE - APCA
Rádio - Categoria Cultura Geral - "A Voz Popular - Luis Antonio Giran" - Cultura AM/FM.

XII PRÊMIO ABEMD ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING DIRETO
Programa Balanço Social.

AS MELHORES EMPRESAS PARA ESTAGIAR
CIEE - Centro de Inovação Empresa-Escola.

Uma sala de teatro na casa do telespectador

Dentro do esforço por mudanças e/ou reformulação na programação, a Fundação Padre Anchieta criou em setembro de 2004 um Núcleo de Dramaturgia, um dos vários núcleos montados para modernizar a grade da emissora.

Em uma primeira etapa de seu funcionamento foram exibidas produções originais da Cultura, remasterizadas e especialmente adaptadas para a TV, entre as quais pontificaram "Aventuras Amorosas de Seu Quequé", de José Condé, "Floradas na Serra", de Dinah Silveira de Queiroz e "O Coronel e o Lobisomem", de José Cândido de Carvalho.

Na sequência, foram selecionados e levados ao ar mais textos dos mais importantes e admirados dramaturgos brasileiros, do Império aos dias atuais, apresentados na série denominada "Senta que Lá Vem Comédia".

Depois, com a recuperação de uma parte mais ampla de seu acervo próprio, a rede colocou no ar nova série teatral, "Antunes em Preto e Branco". Hoje, Antunes Filho, renomado diretor de teatro nacional, comanda o grande projeto deste Núcleo de Dramaturgia.

Sob a sua supervisão, 16 dos principais diretores de teatro do país debateram e analisaram o teatro particularmente na TV brasileira, no que é considerado o maior laboratório de dramaturgia do país.



Eles dirigem um total de 16 peças, algumas delas já levadas ao ar pela TV Cultura na série "Direções", que tem merecido reconhecimento, elogios e sucesso de crítica. O Núcleo de Dramaturgia atinge, assim, um de seus objetivos que é o de estudar novas linguagens da dramaturgia para a TV.



Cultura, a emissora de maior credibilidade do Brasil

Para oferecer a seu público o que há de mais moderno em jornalismo, em documentários, e para enriquecer os debates sobre temas da atualidade – alguns destes, como a preservação da ecologia e do meio ambiente, a principal preocupação do mundo no momento – a Cultura estabeleceu parcerias com grandes redes mundiais de televisão, como a BBC, da Inglaterra, a maior e mais respeitada rede pública do mundo, o Discovery Channel, dos Estados Unidos, a RTP de Portugal, e a TV5MONDE, da França. A política de jornalismo público da emissora foi mantida com cada vez maior independência e imparcialidade, e ganhou uma ampliação de espaço/tempo na grade de programação.

Esse esforço de renovação da programação, de preservação e resgate da História, e de manter-se fiel aos compromissos de uma televisão pública, foi reconhecido pelos teles-



pectadores. Como resultado dele a Cultura foi avaliada na pesquisa "Veículos mais Admirados – O Prestígio da Marca", encomendada pelo jornal Meio & Mensagem, como a segunda emissora de TV aberta mais admirada em 2007. É superada apenas pela Globo. Também em pesquisa do Instituto Datafolha sobre qual o melhor canal de TV do país, os telespectadores situaram a Cultura em segundo lugar, batido apenas pela TV Globo.

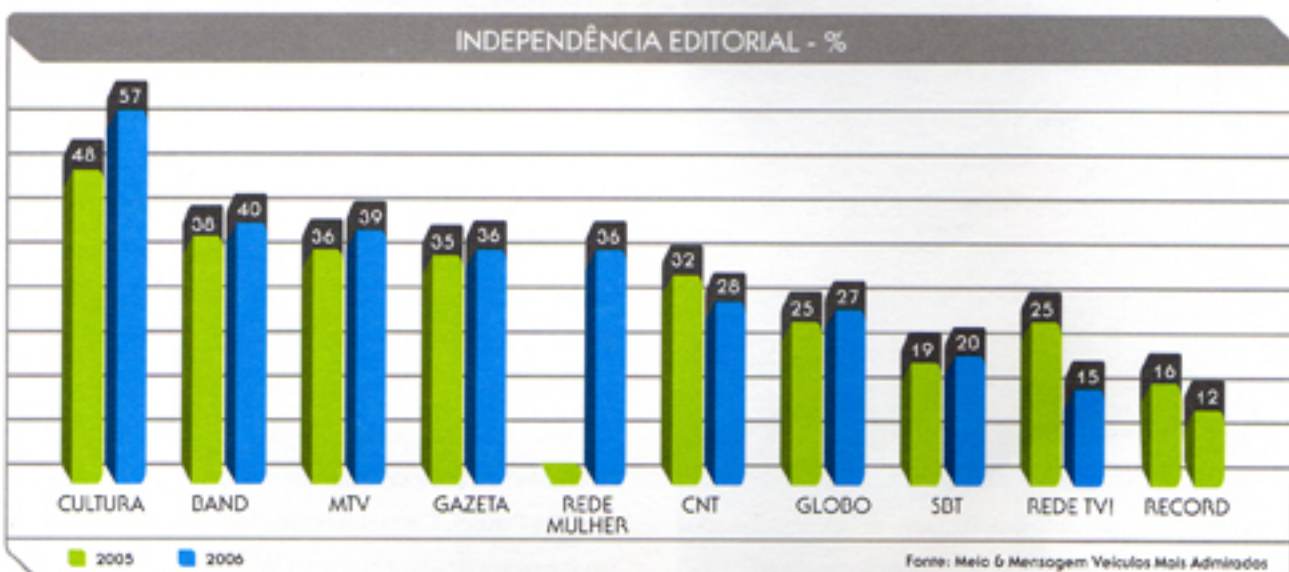
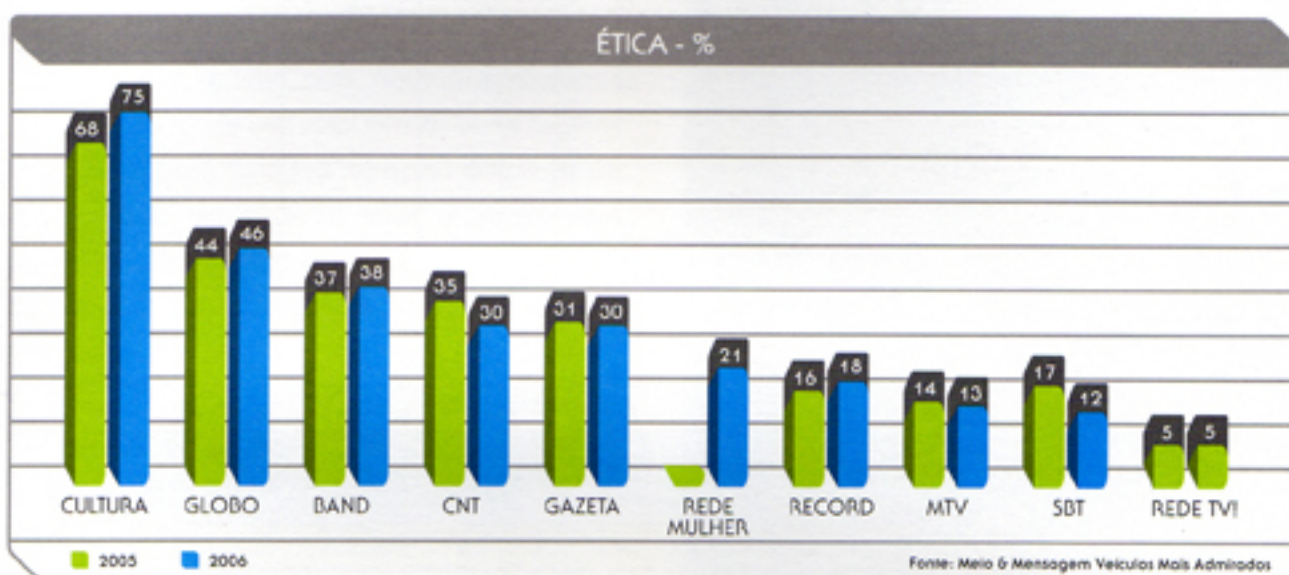
2003	2004	2005	2006	VEÍCULO	IPM 2005	IPM 2006	CRESCIMENTO EM PONTOS
1º	1º	1º	1º	GLOBO	64	65	+1
-	-	2º	2º	CULTURA	33	37	+4
2º	2º	3º	3º	MTV	30	31	+1
6º	5º	6º	4º	RECORD	25	28	+3
5º	3º	5º	5º	BAND	27	26	-1
3º	4º	4º	6º	SBT	28	24	-4
4º	6º	7º	7º	CNT	20	20	0
8º	7º	8º	8º	REDE TV!	18	18	0
7º	8º	10º	9º	GAZETA	16	17	+1
-	-	-	10º	REDE MULHER	-	13	
-	-	9º	-	REDE 21	17	-	

Fonte: Meio & Mensagem Veículos Mais Admirados

Cultura, a emissora de maior credibilidade do Brasil

Nos levantamentos, a opinião pública aponta a Cultura como a TV mais ética, de maior independência e credibilidade do Brasil. A Fundação Padre Anchieta, aliás, em conjunto com os principais institutos de pesquisas, afere permanen-

temente se sua emissora de TV cumpre sua responsabilidade social, conquista o público certo e atinge os segmentos para os quais se volta uma televisão pública.



Cultura, a emissora de maior credibilidade do Brasil

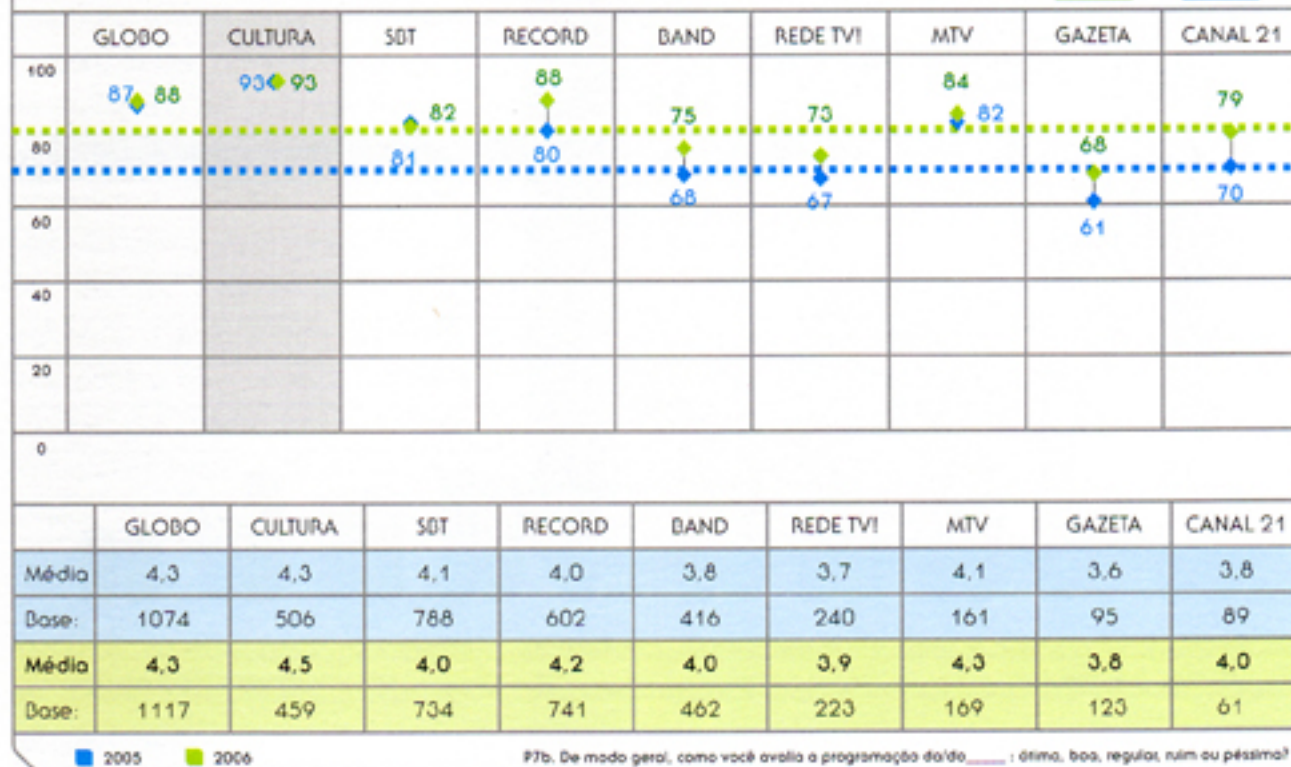
AVALIAÇÃO DOS CANAIS HABITUAIS

(Estimulada e única, em %) – Escala de 5 pontos: 5 ótimo e 1 péssimo

Top Two Boxes (ótimo + bom)

Média
81

Média
77



Pesquisas do Datafolha, realizadas em 2005 e repetidas, com os mesmos resultados gratificantes e animadores em 2006, apontam a TV Cultura em 1º lugar como a emissora que mais contribui para o desenvolvimento da educação e da formação cultural da população. Os mesmos levantamentos revelam que, entre os seus telespectadores, 93% classificam como "ótima" e "boa" a programação da TV Cultura.

As pesquisas mostram que a TV Cultura se consagrou, na visão de seu público, como uma emissora séria, ética, confiável, de programação inteligente e premiada, a TV de melhor conteúdo para a família. Os telespectadores a vêem como a emissora com a melhor programação nas áreas

de educação, ecologia e meio ambiente, MPD, infantil, teatro e música erudita e clássica.

Computados e cruzados tantos dados de pesquisas de opinião pública, levantamentos de audiência, penetração da rede e populações nas áreas geograficamente atingidas pelo seu sinal, constata-se que o alcance médio diário da TV Cultura aberta pode chegar a 3,9 milhão de telespectadores acima de 18 anos só no Estado de São Paulo. É um universo de 1,5 milhão a mais de pessoas do que a soma do público de todos os canais pagos no Brasil.

Fonte: Ibope / Telereport - GSP Minuto a minuto e Tela Viva - ano 15, 16, #156, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, mar., abr., mai., jun., jul., ago., set., out., nov., dez./2006, jan., fev., mar./2007.

Uma TV que ampliou seu alcance em São Paulo e no Brasil

Neste triênio, através da Diretoria de Expansão de Rede, especialmente criada para este fim, a Fundação Padre Anchieta adotou uma política de parcerias e de regularização da retransmissão do sinal da TV Cultura. Com esta prática ampliou o alcance da emissora, reduziu custos e proporcionou maior arrecadação de receita.

Hoje a TV Cultura tem emissoras parceiras retransmissoras de seu sinal em diversas regiões do Estado, para as quais repassou despesas de manutenção de equipamentos e, sem custos para a Fundação, adquire maiores perspectivas de investimentos locais e de faturamento comercial.

Sua rede está montada e hoje o sinal da Cultura chega, entre outras capitais, a Florianópolis, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Fortaleza e Recife, além de dezenas de outras TVs educativas. Há mais negociações em andamento, fechadas ou prestes a serem. Estas parcerias proporcionam estúdios e estrutura a custo zero para a TV Cultura.





A atenção especial foi dedicada também às emissoras de rádio que integram o sistema, as rádios Cultura AM e Cultura FM. A Rádio Cultura FM recebeu investimentos que possibilitam a melhoria da sua programação e do seu sinal de transmissão.

A emissora, que até 2004 contava com apenas cinco apresentadores, dispõe hoje de nada menos que 33, entre os quais estrelas da vida artística e cultural nacional do porte dos maestros John Neschling, João Carlos Martins e Júlio Medaglia, o jornalista Salomão Schwartzman e o compositor Arrigo Barnabé.

A Rádio Cultura AM, com seus equipamentos obsoletos, enfrentava também uma situação séria. A administração da Fundação Padre Anchieta no triênio 2004 / 2007 obteve do Estado, em comodato, uma área nas imediações da Represa Guarapiranga.

Ali foi instalada uma nova torre retransmissora, de maior potência que a anterior, ao mesmo tempo em que se decidia que a rádio teria seu foco em Educação. A emissora virou, assim, a Rádio Cultura AM Educação, a primeira do Brasil com esse perfil. Além de foco em Educação a emissora ampliou sua programação de música popular brasileira da melhor qualidade.

Uma síntese do principal de um período marcado por realizações

- Mesmo com a redução de R\$ 30 milhões da dotação orçamentária do governo do Estado em relação ao período anterior, a gestão de recursos da administração 2004 / 2007 reduziu gastos e otimizou as receitas, o que possibilitou o equilíbrio financeiro da Fundação e readquiriu seu potencial de investimento.
- A arrecadação com o licenciamento de personagens e marcas – mais de mil registradas só nos últimos três anos – vistos na programação das emissoras da Fundação registrou um crescimento de 769% em 2006 comparado com o obtido em 2003.
- A renegociação de contratos resultou em uma economia de 22% em despesas previstas inicialmente.
- Após a realização de ampla pesquisa salarial e da montagem da nova estrutura organizacional na Fundação e em seu complexo de emissoras, a partir de 2005 houve a implantação de uma política de cargos e salários atualizada e condizente com a realidade do mercado.
- No trabalho desenvolvido neste período para fortalecer a imagem da instituição, entre diversas iniciativas, as áreas de comunicação e marketing divulgaram mais intensamente a programação e os serviços da rede e participaram de inúmeros eventos, feiras, exposições, seminários e congressos.



- Os recursos incentivados captados via leis fiscais aumentaram 141% em 2006 se comparados com o resultado alcançado em 2003, em valores corrigidos.
- Em 2006 a Fundação Padre Anchieta – TV Cultura geriu permutas com 84 empresas, o dobro do ano anterior e cinco vezes mais que o registrado em 2004.
- Houve a instituição do Pregão Presencial, da Bolsa Eletrônica de Compras e de cartões magnéticos para os vales-combustível.
- Adotou-se a utilização plena do SIAFEM para o controle dos recursos financeiros do governo do Estado.



Uma síntese do principal de um período marcado por realizações



- A partir de 2004, a Fundação iniciou amplo processo de reestruturação de suas diversas áreas, o que resultou em nova estrutura organizacional, melhor racionalização do trabalho em todos os setores, maior produtividade e redução de custos.
- R\$ 9,8 milhões foram gastos em dissídios, pagos integralmente com recursos próprios da Fundação.
- Houve uma média de R\$ 3,5 milhões de redução anual em despesas fixas.
- Cerca de 10% dos funcionários da Fundação são beneficiados com bolsas de estudos obtidas em parcerias com escolas de línguas e instituições de ensino superior.
- Aumento de 3 para 15 horas de produção de programação própria diária.
- Quase 60 novos programas.



Uma síntese do principal de um período marcado por realizações



- Entrada no ar da TV Rá Tim Bum, canal por assinatura.
- Criação do Núcleo Infantil Tatiana Belinky com a volta da Vila Sésamo.
- A nova programação elevou a audiência e a Cultura figurou centenas de vezes em 3º lugar em 2006 e 2007.
- Sem fazer concessões ao mercado e fiel à sua missão de TV pública a Cultura foi considerada em pesquisa do jornal Melo & Mensagem como a 2º emissora mais admirada, e como a mais

ético, de maior independência e credibilidade do Brasil.

- Criação e produção do novo projeto de reeducação da Fundação Roberto Marinho, o Telecurso Tec, veiculado a partir de 2007.
- Houve o licenciamento de mais de 1.000 produtos apenas neste triênio 2004 / 2007.
- Investimento significativo em equipamentos possibilitou a recuperação e a digitalização do acervo da programação.
- Readequação dos contratos de vigilância, limpeza, satélite e xerox, com redução média de 10% nestas despesas.
- Houve a recuperação estrutural dos edifícios-sede da TV e das Rádios Cultura AM e FM. Também os jardins, via permurats, receberam melhorias.
- Como uma das principais diretrizes estabelecidas, houve investimentos na compra de material permanente para estúdios e trabalho externo como computadores, softwares, microfones, câmeras de alta definição, ilhas de edição de última geração, veículos e unidades móveis.





TV Pública é isso.

A TV Cultura evoluiu bastante nos últimos 3 anos. Pela primeira vez em sua história, ela está com as suas contas equilibradas e com superávit operacional. O resultado é a retomada da produção (de 3 horas em 2004 para 15 horas em 2006) e a preocupação em fazer a melhor televisão pública do Brasil.

Núcleo de Produção Infantil

O maior centro de produção infantil da América Latina. Mais de 100 profissionais envolvidos em 17 produções, incluindo o retorno de Vila Sésamo, numa co-produção da TV Cultura com a Sesame Workshop.

Núcleo de Educação

A TV Cultura, que faz a educação presente em toda a sua programação, coloca seu conteúdo a serviço de professores e alunos.

Rádio Cultura Educação

A primeira emissora brasileira a ter educação como tema central.

Núcleo de Dramaturgia

No maior laboratório de dramaturgia do país, 16 diretores, supervisionados por Antunes Filho, trabalham nas novas produções da TV Cultura.

TV Rá Tim Bum Internacional

A primeira e única emissora da TV por assinatura voltada para a criança brasileira já atinge 1 milhão de assinantes. Agora está presente também nos Estados Unidos e no Canadá.

É por isso que a TV Cultura é considerada pela população a emissora de mais alto nível, a mais séria e a que mais contribui para o desenvolvimento cultural e educacional da população.

(Pesquisa Datafolha – Novembro/2006)



Modelo de TV Pública no Brasil