

Os desafios do Serviço de Radiodifusão Pública do Brasil na era *post-broadcasting*¹

Elton Bruno Barbosa PINHEIRO²

Universidade de Brasília – UnB

Resumo

O presente trabalho discute alguns dos desafios que se apresentam ao Serviço de Radiodifusão Pública do Brasil, de modo particular às rádios públicas que o integram, no contexto da chamada era *post-broadcasting*. Sob a fundamentação de diferentes especialistas europeus, abordam-se os principais aspectos que balizam o referido fenômeno, focando em sete questões principais: a superação do defasado modelo comunicativo unidirecional; a qualidade da programação e o aperfeiçoamento das suas formas de produção e disseminação; os impasses da regulamentação de um serviço convergente; as necessidades de incremento nos modos de financiamento; as mudanças na forma de gestão das emissoras públicas; a relevância da participação social ativa e colaborativa; e o imprescindível fortalecimento da maturidade democrática, sem a qual não há serviço público de fato. Tais questões são introdutoriamente analisadas neste estudo a partir do caso das rádios públicas da Empresa Brasil de Comunicação – EBC.

Palavras-chave: Serviço de Radiodifusão Pública; Radiodifusão Sonora; Rádios Públicas; *Post-broadcasting*; EBC.

Introdução

O Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro, de modo particular o conjunto de rádios que compõe essa esfera da comunicação no país, vivencia – para além dos complexos debates ligados ao modelo de *gestão*, que deve ser autônomo, participativo e democrático; ao *financiamento*, que precisa ser transparente e diversificado; e às características da *programação*, que deve se distanciar de proselitismos, ser universal, regional, diferenciada e independente – um peculiar momento de sua história, marcado fortemente pelo desafio e urgente necessidade de adaptação e integração à *dinâmica das mutações tecnológicas* impulsionadas, sobretudo, pelo fenômeno da digitalização da

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídias Sonoras do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutorando em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Mestre em Comunicação e Culturas Midiáticas e Bacharel em Comunicação Social pela UFPB. Pesquisador do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, líder do Núcleo de Estudos e Produção Digital em Linguagem Sonora da FAC/UnB e membro do Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Intercom. E-mail: eltonbruno@unb.br.

informação que, por sua vez, potencializa o ambiente da convergência e as possibilidades de organização dos diferentes sistemas de comunicação em rede.

A chamada revolução tecnológica (CASTELLS, 2007) – aqui entendida como um fenômeno social que ganhou força nos 1970 e, como afirma o mencionado sociólogo espanhol, tem, no desenvolvimento da *internet* e do *wireless* dois relevantes exemplos de como a forma da sociedade se comunicar se dinamizou/complexificou – proporcionou o surgimento de uma nova ecologia midiática, marcada pela existência de uma miríade de meios e plataformas tecnológicas de comunicação, pela multiplicidade de conteúdos e a fluidez e agilidade da lógica de produção, transmissão, recepção e compartilhamento destes, pela possibilidade de diálogo e entrecruzamento das diferentes linguagens comunicacionais – som, imagem, texto, vídeo – em um único meio/suporte/interface, e pela lógica da “integração em rede” (CARDOSO, 2007).

Por outro lado, pensar a tecnologia e as implicações das suas constantes mudanças para a mídia pública e a sociedade implica em, indubitavelmente, mencionar as demandas cada vez mais perceptíveis e intensas de participação ativa dos sujeitos nos processos comunicacionais, ou seja, o desejo de envolvimento não só como meros consumidores/espectadores/ouvintes, mas como cidadãos(ãs) engajados(as), ou seja, cada vez mais ligados(as) às práticas colaborativas de produção de conteúdos diversos.

Nesse sentido, é preciso ainda considerar que a sociedade brasileira tem, de fato, adquirido e utilizado, cada vez mais, diferentes e modernos suportes e plataformas tecnológicas de comunicação – *smartphones, tablets, notebooks etc.* – com acesso à rede, buscando uma comunicação horizontalizada, ou seja, possibilidades concretas de participação, interação, compartilhamento e conexão.

Parte-se aqui, portanto, da premissa de que o contemporâneo paradigma tecnológico, midiático e cultural caracteriza-se pela lógica da “sociedade em rede” (CASTELLS, 1999), pela influência da integração/relação mídia e *internet* (CARDOSO, 2007) e pelas possibilidades que emergem das lógicas culturais da convergência (JENKINS, 2009), da participação (SHIRKY, 2011), da conexão (JENKIN; FORD; GRENN, 2014) e suas respectivas estratégias.

Tais lógicas que, notadamente, têm sido relativamente mais assimiladas pelas emissoras do sistema de radiodifusão privado-comercial brasileiro e que permeiam significativamente as práticas de radiodifusão pública na Europa e nos Estados Unidos, precisam ser estrategicamente e qualitativamente articuladas no âmbito do serviço de

radiodifusão pública brasileiro, o qual, caso se distancie de uma necessária reconfiguração³ perante tal realidade, poderá permanecer com uma incipiente aproximação, baixo respaldo, precário valor e significado junto à população do país, sobretudo perante os mais jovens – os quais buscam cada vez mais oportunidades de participação ativa por meio, por exemplo, das redes sociais *online* – que mantém uma relação de contextual descrédito⁴ com aquilo que é designado como “público” no Brasil. (BIANCO; ESCH; MOREIRA, 2013).

Ao assinalar-se que o Sistema de Radiodifusão Pública brasileiro encontra na questão da necessária adaptação e integração ao novo paradigma tecnológico um complexo desafio considera-se, ao mesmo tempo, que a superação deste pode levar o SRP, de modo particular as rádios públicas, a uma atuação eficiente e eficaz, bem como legitimada e sustentável, dentro do hodierno cenário midiático e junto à sociedade.

Contudo, há uma reflexão que se faz previamente necessária e que se refere ao próprio atrelamento do termo radiodifusão, em inglês *broadcasting*, ao modelo de transmissão realizado exclusivamente via ondas de rádio. Trata-se do chamado modelo de difusão “um-para-muitos”, o qual se apresenta, em larga medida, defasado diante do paradigma tecnológico contemporâneo, marcado pelas potencialidades e dinâmica das tecnologias da informação organizadas em redes.

É nesse sentido que este trabalho sugere a reflexão analítica e assimilação contextual da *post-broadcasting age* pelo Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro.

A era post-broadcasting

Na esfera internacional, particularmente na Europa, o conceito e as práticas de radiodifusão já se apresentam notadamente reconfigurados. Ainda no final do século passado, mas, sobretudo nestas primeiras décadas do século XXI, uma série de estudos⁵

³ Corroborando os estudos de André Lemos (2005), opta-se por denominar as transformações observadas no campo da comunicação e do fenômeno da digitalização como “reconfigurações”. Ainda assim, a utilização desse termo aqui ganha um significado a mais, relacionado às profundas mudanças que as inovações tecnológicas podem agregar ao Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro, atribuindo a este valor social e significado simbólico mais efetivo junto à sociedade e no cenário midiático hodierno. Disponível em: <http://www.hrenatoh.net/curso/textos/andrelemos_remix.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2017.

⁴ Esse trabalho considera que esse descrédito pode ser explicado por vários fatores, muitos deles ligados às próprias condições de origem do serviço, que esteve e, de certo modo, permanecem atreladas à elitização/erudição dos conteúdos, a uma cultura organizacional peculiar do serviço público, à falta de valorização a participação social ativa e à desatualização frente às transformações tecnológicas.

⁵ Como exemplos destes estudos destacam-se aqui: o livro *The Post-Broadcasting Age – New Technologies, New Communities*, organizado por Nod Miller e Rod Allen (1996); a obra *Reinventing Public Service Communication – European Broadcasters and Beyond*, coordenada por Petros Iosifidis (2010) e, mais recentemente, o trabalho *Os media de serviço público*, de autoria de Sílvio Correia Santos (2013), bem como as pesquisas intituladas *Reinventing*

e experiências passaram a ser articulados no referido continente dentro do contexto da chamada *post-broadcasting age*⁶ (a era pós-rádiodifusão ou pós-distribuição⁷) (MILLER; ALLEN, 1996), que é tecnicamente caracterizada não só pela atuação dos satélites, cabos e fibras ópticas viabilizando o processo de transmissão da informação, mas também por outras potencialidades emergidas com o fenômeno da digitalização, como o aprimoramento da convergência dos meios, plataformas, conteúdos e linguagens, a ligação e uso das mídias em rede, a oportunidade de participação mais ativa da sociedade nas múltiplas etapas de constituição dos processos comunicativos e a instauração de um descomplexificado modelo de compartilhamento e circulação de conteúdos, capaz de superar a trivial lógica da distribuição, bem como de fomentar, em alguma medida, uma cidadania democrática por meio da atuação reconfigurada e mais articulada das práticas de comunicação de caráter público.

É bem certo que a era *post-broadcasting* emergiu em um contexto espaço-temporal, sociocultural e político-econômico totalmente distinto do atual cenário brasileiro. Na Europa, a visão sobre o papel a ser desempenhado pelas comunicações junto à sociedade esteve/está fortemente vinculada ao direito à cultura e à educação, bem como à valorização da identidade do seu povo. Sendo assim, em tal realidade, reconfigurar o serviço de rádiodifusão pública, ou seja, adaptá-lo e integrá-lo ao ambiente das inovações tecnológicas e da informação digital significou tanto o incremento e maior propagação de tais valores culturais e educativos quanto a possibilidade de fortalecer, na sociedade, os seus vínculos, pertencimento e identidade.

Ao se compreender o que representa tal lógica no espaço midiático e social europeu, onde o Serviço Público de Rádiodifusão surge, sobretudo, “associado a um grau de maturidade das democracias”, (SANTOS, 2013, p. 02), passa-se a pensar em como a contextual colocação em prática das estratégias paradigmáticas que emergem

Public Service Broadcasting in Europe: Prospects, Promises, and Problems, de Johannes Bardeel e Leen D'Haenens (2013) e *Rumo à renovação do serviço público midiático*, de Gaëtan Tremblay (2014).

⁶ Em linhas gerais, a lógica *post-broadcasting age* sinalizou para a realidade comunicacional europeia a necessidade de uma mudança do chamado modelo PBS – *Public Service Communication* (Serviço Público de Comunicação), para outro denominado PSM – *Public Service Media* (Serviço Público de Mídia), o qual busca, sobretudo a partir da convergência e da organização e uso da mídia em rede, superar os entraves técnicos da rádiodifusão (*broadcasting*), expandindo o serviço para o ambiente digital, reconfigurando-o.

⁷ O termo inglês *broadcasting*, conforme assinala Ferraretto (2010, p. 138), está vinculado ao significado de “distribuição”. Para o referido autor, a expressão também “corresponde ao que se conhece, hoje, como rádiodifusão, termo genérico aplicado a qualquer tipo de transmissão por ondas eletromagnéticas” e ainda “a emissão destinada a um público sem limites quantitativos ou qualitativos”. Este estudo, portanto, corrobora o pensamento do pesquisador brasileiro, ao tempo em que passa a entender a *post-broadcasting age* como a lógica que substitui exatamente a ideia de “distribuição” pela noção de circulação, propagação e compartilhamento de conteúdos comunicacionais.

nesse espaço podem reconfigurar o Serviço de Radiodifusão Pública do Brasil, no sentido de apresentar luzes que podem iluminar processos de decisão nesta esfera da comunicação do país, ainda em fase embrionária.

Nessa direção, enxerga-se a possibilidade de os aspectos que norteiam a era *post-broadcasting* contribuírem na superação da demasiada invisibilidade social que o SRP brasileiro ainda carrega, sobretudo entre a camada mais jovem da população (BIANCO; ESCH; PINHEIRO, 2016), bem como na mudança estrutural do fazer comunicação pública no país, tornando-o um processo mais horizontalizado, ou seja, auxiliado pelas múltiplas alternativas que são abertas para a ativa colaboração/participação social e que podem trazer relevantes resultados relacionados ao cumprimento dos objetivos, princípios e missão da radiodifusão pública, bem como ao valor/importância e significado simbólicos atribuídos pela sociedade a tal serviço.

Numa tentativa de, sob a fundamentação de diferentes especialistas europeus, sistematizar os principais aspectos que balizam a era *post-broadcasting*, é possível perceber o quanto tal lógica, se pensada contextualmente para o cenário brasileiro, apresenta luzes que podem, de fato, nortear o necessário processo de reconfiguração do serviço de radiodifusão pública do país frente ao hodierno paradigma tecnológico, midiático e cultural.

A referida sistematização centra-se em sete questões principais: 1) a superação do defasado modelo comunicativo unidirecional; 2) a qualidade da programação e o aperfeiçoamento das suas formas de produção e disseminação; 3) os impasses da regulamentação de um serviço convergente; 4) as possibilidades de incremento nos modos de financiamento; 5) as mudanças na forma de gestão das emissoras públicas; 6) a relevância da participação social ativa e colaborativa; e 7) o imprescindível fortalecimento da maturidade democrática, sem a qual não há serviço público de fato.

Sobre a primeira questão percebida, ela dialoga exatamente com o *limitado e defasado modelo comunicativo unidirecional e vertical que caracteriza(ou) social e tecnicamente as práticas de radiofusão* no Brasil e no mundo. Trata-se, nesse sentido, de uma preocupação em promover a necessária transformação de tal modelo, o qual, diante de um ambiente tecnologicamente inovado, deve ser repensado/reinventando de modo a adaptar-se e integrar-se, por exemplo, tanto ao fenômeno da convergência – em suas múltiplas dimensões e estratégias – quanto às incontáveis e dinâmicas possibilidades do contexto apresentado pela *internet*, sobretudo pela articulação em rede

que esta apresenta à mídia e à sociedade. (MILLER; ALLEN, 1996), (IOSIFIDIS, 2010), (TREMBLAY, 2014), (BARDOE; D'HAENENS, 2013) (SANTOS, 2013).

Nessa direção, Gaëtan Tremblay, afirma que:

[...] é urgente renovar o pensamento sobre o serviço público, no novo contexto da *internet*. Precisa-se pensar a legitimação do serviço público em novos termos, mais adequados às transformações dos sistemas de comunicação que aconteceram durante as últimas décadas, e analisar o potencial de novas experiências a partir da *internet*. (TREMBLAY, 2014, p. 55).

Assim, a partir dessa primeira questão e das inquietações que ela suscita, podem-se apontar entre os indicadores para análise do Serviço de Radiodifusão Pública Brasileiro, mais especificamente das rádios públicas que o integram: em que nível se dá atuação das rádios públicas brasileiras na *internet*, ou seja, em que ambientes elas estão presentes (*sites/homepage*, sites de redes sociais *online*, aplicativos para dispositivos móveis)?

Partindo para um segundo aspecto que caracteriza a era *post-broadcasting*, percebe-se que ela elucida *a imprescindível atenção que os meios públicos precisam ter em relação à qualidade de suas programações*. Nessa direção, emergem os alertas tanto para a valorização da pluralidade e diferenciação de seus conteúdos – com uma destacada preocupação com a inclusão de espaços para as produções regionais e independentes (MILLER; ALLEN, 1996) – quanto para a necessária mudança das formas de produção e circulação dos conteúdos. Além disso, é fundamental a percepção do papel que a participação/colaboração social possui dentro desse aspecto e da função que a programação dos meios de comunicação do serviço público possui como fomentadora/mantenedora de uma cidadania democrática. (SANTOS, 2013).

Ressalte-se aqui que entre as principais diretrizes de caráter internacional já articuladas para o Serviço de Radiodifusão Pública, encontram-se os princípios, a missão e mandato estabelecidos pela Unesco (2001) no documento *Public Broadcasting - Why? How?* Tais *princípios* referem-se exatamente à universalidade, diversidade, independência e diferenciação dos seus conteúdos.

A *Universalidade* diz respeito à igualdade e à democracia, na medida em que enfatiza a necessidade da radiodifusão pública ser acessível e voltada para todos; a *Diversidade* complementa a ideia de universalidade ao indicar a relevância que há em se oferecer diferentes possibilidades em termos de gêneros de programas, público-alvo e

temas discutidos; a *Independência* tem como objetivo central fazer circular ideias, opiniões e críticas livres de interesses particulares, pressões comerciais e/ou influências políticas governamentais/estatais e/ou partidárias; e a *Diferenciação* aponta para a necessidade de se ofertar uma programação que se caracterize não apenas por produzir conteúdos menos abordados/transmitidos na mídia comercial, mas sim por criar e produzir conteúdos plurais, sem negligenciar nenhum gênero.

A observação de cada um destes princípios constitui-se, portanto, como um importante indicador que contribui para a análise dos aspectos relativos à qualidade da programação nas rádios públicas brasileiras.

O terceiro ponto a ser elencado entre as discussões centrais da era *post-broadcasting* é o desafio referente à *regulamentação do serviço público diante de um cenário tecnológico e de uma cultura midiática impactados pelo fenômeno da digitalização* (BARDOE; D'HAENENS, 2013), (MILLER; ALLEN, 1996) e pela consequente miríade de canais, suportes e práticas que dele emergem. Nesse aspecto, o papel do Estado deve ser de um ator central, mas sem interferências/proselitismos políticos, no fomento ao necessário debate e articulação de estratégias de atualização dos dispositivos legais que devem reger o serviço em um momento de transição (SANTOS, 2013, p. 44), convocando e valorizando, para tanto, a ativa, democrática e imprescindível participação da sociedade nesse processo.

O Parlamento Europeu, por exemplo, aprovou em 2010 a resolução (2010/2028(INI)) que orienta os estados-membros sobre ações com vistas ao desenvolvimento dos meios públicos em plenas condições de atuação e de concorrência justa com a mídia privada-comercial. Com base em dezessete documentos⁸, que demonstram a abrangência e grau de amadurecimento do serviço público na Europa, a resolução reafirma a necessidade de emissoras públicas manterem-se independentes, fortes e vibrantes, capazes de adotarem mecanismos para se adaptar às exigências da era digital. Num momento de concorrência editorial em termos de qualidade e diversidade dos conteúdos, o parlamento defende ser necessário aos organismos públicos diversificarem as suas operações e encararem novas plataformas de distribuição. (BIANCO; ESCH; PINHEIRO, 2016, 88-89).

⁸ São eles: a Resolução de 19 de Setembro de 1996 do referido parlamento sobre o papel do serviço público de “radiotelevisão” numa sociedade *multimídia*; a Resolução de 25 de Setembro de 2008 sobre a concentração e o pluralismo dos meios de comunicação social na União Europeia; a Resolução de 16 de Dezembro de 2008 sobre a literacia midiática no mundo digital; a Comunicação da Comissão, de 2 de Julho de 2009, relativa à aplicação das regras em matéria de auxílios estatais ao serviço público de radiodifusão; a Recomendação n.º CM/Rec (2007)3, de 31 de Janeiro de 2007, do Comité de Ministros aos Estados-Membros do Conselho da Europa sobre a missão dos meios de comunicação de serviço público na sociedade da informação, entre outros relevantes dispositivos.

O indicador mais objetivo para análise deste ponto é – a partir da consulta ao(s) marco(s) legal(is) que rege(m) o serviço de radiodifusão pública – verificar-se a presença ou ausência de dispositivos que mencionem concretamente ações/investimentos em inovações tecnológicas e também alinhamento das rotinas produtivas ao cenário digital hodierno.

A discussão sobre *os modelos de financiamento da radiodifusão pública* também estão na pauta dos estudos que norteiam a era *post-broadcasting* e é o quarto ponto aqui abordado. Nesse caso, é necessária a percepção de que, em alguma medida, a expansão do serviço em um ambiente de convergência e de conexão em rede suscita/proporciona múltiplas possibilidades de incremento no financiamento do serviço, o que pode trazer a este, como consequência, maior autonomia e independência, ao contrário do que acontece quando há dependência exclusiva do ente estatal.

Além disso, a limitação a uma única fonte de subsídios – o público-estatal – é vista na lógica *post-broadcasting* como algo que pode ser assimilado com a existência de conteúdos com características erudito-elitistas, sobretudo pelos mais jovens, causando, em alguma medida, o afastamento deste público das audiências do serviço. (SANTOS, 2013). A possibilidade de um modelo de financiamento híbrido/misto (BARDOE; D'HAENENS, 2013), formado, nesse caso, por subsídio do ente público-estatal e outras fontes – como taxas públicas e/ou publicidade e/ou patrocínio e/ou donativo e/ou impostos aos operadores – é praticamente um consenso da *post-broadcasting age*.

Toby Mendel (2011, p. 07), em pesquisa desenvolvida para a UNESCO, também alerta para necessidade de se garantir que as emissoras públicas “não sejam minadas por dois fenômenos cruciais: controle externo (político ou de outra natureza), especialmente sobre a sua produção editorial, e financiamento público inadequado”.

Assim, como indicador básico e relevante para a análise acerca do financiamento de rádios públicas aponta-se a necessidade de se averiguar nos dispositivos legais quais as formas de financiamento possíveis a estas emissoras (apenas público-estatal ou há outra alternativa)?

Um quinto aspecto que permeia as características da era *post-broadcasting* no continente europeu, em alguma medida com ecos e influências norte-americanas, refere-se ao *modelo de gestão do serviço público*, que foi processualmente renovado após a

percepção de que as formas clássicas pelas quais se guiava, sobretudo burocraticamente, estavam distantes da lógica e do desempenho das empresas privadas.

Tratou-se, portanto, de, num primeiro momento, buscar modificar a dimensão subjetiva do conceito de serviço público e, para tanto, foi preciso, de fato, aproximá-lo do modelo de gestão privado, – ao qual se atribuem características como a qualidade, eficiência e rentabilidade (SANTOS, 2013) – mas com o grande desafio de mantê-lo diferenciado e resiliente perante as pressões e influências mercadológicas. Uma revisão nos próprios objetivos e deveres do serviço público marcam, em seguida, esse momento de mudanças na sua forma de gestão, sendo a inclusão ativa da participação social na gestão dos Serviços de Radiodifusão Públicos europeus uma característica marcante.

Para a análise do modelo de gestão do SRP brasileiro cabe a observação de um indicador pontual: por quem ele é, de fato, gerido? Há participação social ativa?

A *aproximação com o cidadão* é o sexto aspecto a ser frisado em relação aquilo que, no entendimento desse estudo caracteriza, fundamentalmente, a era *post-broadcasting*. Trata-se daquele que, de certo modo, se apresenta como um dos grandes desafios, talvez o maior deles, impostos a qualquer serviço público e que pode ser superado com a adoção de estratégias e práticas que se amparem nas potencialidades do atual ambiente da convergência e na organização e usos das mídias em rede.

Como articula Santos (2013, p. 02), o futuro e a relevância de um serviço de radiodifusão pública “dependem de uma nova proximidade com a sociedade”. É preciso, portanto, que, prioritariamente, as rádios públicas, por exemplo, redefinam sua relação com suas audiências e passem a reconhecê-las como a principal referência e, ao invés de distanciar-se delas, elejam-nas como a principal parceira (BARDOE; D'HAENENS, 2013) no urgente processo de reconfiguração do serviço frente ao contemporâneo paradigma tecnológico, midiático e cultural.

Analisar a participação social é um desafio. Entre os indicadores que este estudo adota para a análise deste ponto está a observação quanto a existência do fomento à participação social nos ambientes digitais em que atuam as rádios estudadas; aos modos como se dão essa participação; se há veiculação de produções independentes; se há circulação/compartilhamento de conteúdos produzidos por segmentos como movimentos sociais, pessoas com deficiência, instituições de ensino, Organizações não governamentais; se há produção colaborativa de conteúdos.

Atrelado a esse aspecto da participação social ativa está um sétimo e último ponto de extrema relevância que orienta a lógica da era *post-broadcasting* e que, sobretudo se for pensando nestes tempos de acentuada instabilidade política vivenciados no caso específico do Brasil, precisa ser fundamentalmente refletido: a consciência sobre a importância da *maturidade democrática*.

Essa consciência é o alicerce sobre o qual um serviço público de radiodifusão deve buscar se consolidar e, ao mesmo tempo, é possível afirmar que sem um serviço de radiodifusão de caráter público, apoiado e construído com a imprescindível participação do cidadão, torna-se extremamente difícil a construção de uma sociedade com maturidade democrática. Como afirma Santos (2013, p. 107), “o desenvolvimento da independência dos *media* públicos está intimamente relacionado com o desenvolvimento social e político do país. A estabilidade do Serviço Público depende da maturidade das democracias.” O referido autor também abaliza:

O SP [Serviço Público] depende muito do reconhecimento, por parte dos cidadãos, de que a sua existência cria valor nas suas vidas. *Cria valor social*. E isso não só irá fortalecer a distinção da marca do SP no futuro próximo, como também irá garantir-lhe a principal base de apoio que tantas vezes lhe escapa: as pessoas. (Grifo nosso) (SANTOS, 2013, p. 02).

A análise do nível de maturidade da nossa democracia – que, de fato, não está consolidada – demandaria uma pesquisa específica. Assim, pela complexidade envolvida em tal questão, opta-se por sugerir uma reflexão sobre o porquê a sociedade brasileira, em considerável medida, ainda não legitimou um serviço que lhe pertence e tem como missão primordial assegurar a própria democracia, a pluralidade, a inclusão social e a força/importância da sociedade civil no âmbito das Comunicações Sociais.

A seguir, discutem-se as questões até aqui levantadas focando o caso das rádios públicas vinculadas à EBC – Empresa Brasil de Comunicação.

O caso EBC

A Empresa Brasil de Comunicação atravessa uma de suas fases mais críticas desde a sua criação em 2008. A Lei nº 11.652 – conhecida como Lei da EBC por constituir a Empresa naquele ano e instituir os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua

administração indireta – foi recentemente suplantada pela Medida Provisória nº 744 de 1º de Setembro de 2016, convertida, posteriormente, na Lei nº 13.417, aprovada pelo Congresso Nacional brasileiro em 1º de março de 2017. Em seu escopo, a nova Lei põe em risco o próprio caráter público da Empresa ao, por exemplo, destituir o Conselho Curador, órgão de natureza consultiva e deliberativa que se constituía num instrumento de participação da sociedade na gestão da empresa pública, fato que demonstra a dimensão da fragilidade do referido Serviço em um país com regime político democrático não consolidado.

Quanto ao *modelo comunicativo*, é importante destacar a criação, ainda em 2011, da Superintendência de Comunicação Multimídia da EBC, hoje denominada de Superintendência Executiva de Agências e Conteúdo Digital. O surgimento do setor representou um movimento importante para promover pela primeira vez uma sinergia entre distintos setores da empresa – como os de produção de conteúdos, de infraestrutura tecnológica e de desenvolvimento de sistemas, ferramentas e aplicativos digitais – cujos profissionais poderiam colaborar para construção de uma cultura digital (BIANCO; ESCH; PINHEIRO, 2016). Contudo, ainda se percebem algumas lacunas, por exemplo, em relação à adoção de estratégias para a propagação da atuação das emissoras radiofônicas da EBC e, conseqüentemente, dos conteúdos produzidos por estas, no ambiente digital. Há uma cultura ainda muito forte de “distribuição de conteúdos”, mesmo nas plataformas digitais em que as rádios EBC estão presentes⁹.

Tabela 01 – Presença das Rádios EBC no ambiente digital

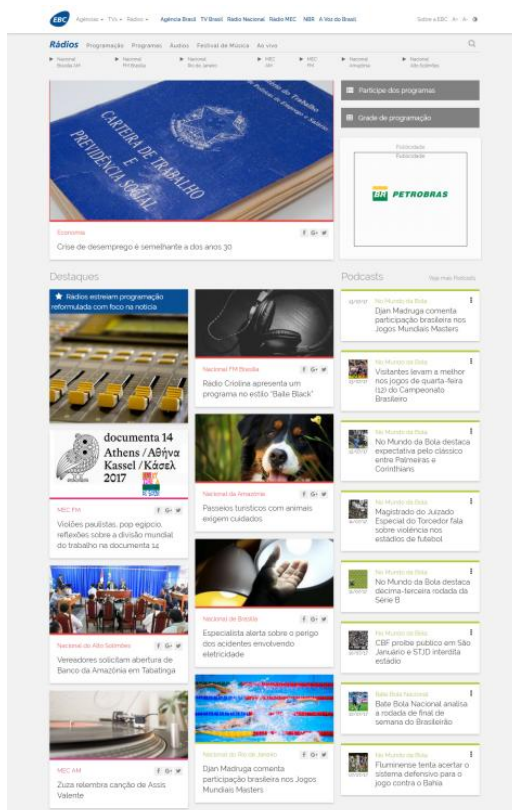
Rádios EBC Ambientes Digitais	Site	Redes Sociais	Aplicativos para dispositivos móveis
Nacional Brasília AM	http://radios.ebc.com.br/nacionalbrasiliaam	Facebook	Aplicativo EBC Rádios
Nacional FM Brasília	http://radios.ebc.com.br/nacionalfmbrasil	Facebook	
Nacional do Rio de Janeiro	http://radios.ebc.com.br/nacionalrioam	Facebook	
MEC AM	http://radios.ebc.com.br/mecamrio	Facebook	
MEC FM	http://radios.ebc.com.br/mecfmrio	Facebook/ Twitter	
Nacional Amazônia	http://radios.ebc.com.br/nacionalamazonia	Facebook	
Nacional Alto Solimões	http://radios.ebc.com.br/nacionalaltosolimoes	Facebook	-

⁹ Para ter acesso a uma análise mais específica sobre a “Performance das Rádios Públicas da Empresa Brasil de Comunicação no Cenário da Convergência Digital e da Conexão em Rede”, pode-se acessar: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2258-1.pdf>>.

O atual *modelo comunicativo* adotado pelas Rádios EBC ainda é, nesse sentido, verticalizado, unidirecional e, assim, encontra-se em estágio incipiente, sobretudo no que se refere às formas de produção e disseminação de sua programação diante das possibilidades técnicas e redes disponíveis, o que caracteriza tais rádios ainda como “triviais” emissoras e não como propagadoras de conteúdos. (PINHEIRO, 2016).

A *qualidade da programação* das Rádios EBC naquilo que tange os princípios que são sugeridos pela UNESCO (2001) – à universalidade, diversidade, independência e diferenciação – sofre, principalmente, no aspecto da independência. As emissoras parecem “indiferentes”, por exemplo, ao grave cenário de instabilidade política em que se encontra o país. Um exemplo disso, ilustrado pela Figura 01 e Tabela 02, é o perceptível silenciamento relacionado aos temas de maior relevância para a opinião pública em um período em que assuntos como a Reforma Trabalhista, votações e escândalos na Comissão de Constituição e Justiça da Câmara dos Deputados em Brasília e até mesmo a condenação do ex-presidente Lula pelo Juiz Sergio Moro não estiveram na pauta de nenhuma das sete emissoras do Sistema EBC Rádios.

Figura 01 – Portal Rádios EBC



Fonte: <<http://radios.ebc.com.br/>>

Acesso em: 14 jul. 2017.

Tabela 02 – Notícias em destaque nas Rádios EBC

Emissoras	Notícias em destaque nos sites das rádios EBC em 14 de julho de 2017
Rádio Nacional Brasília AM	Período das férias: Especialista alerta sobre o perigo dos acidentes envolvendo eletricidade. Disponível em: < http://radios.ebc.com.br/tarde-nacional-brasilia/2017/07/especialista-alerta-sobre-o-perigo-dos-acidentes-envolvendo >
Rádio Nacional Brasília FM	Música: Rádio Criolina apresenta um programa no estilo “Baile Black” Disponível em: < http://radios.ebc.com.br/radio-criolina/2017/07/radio-criolina-apresenta-um-programa-no-estilo-baile-black >
Rádio Nacional do Rio de Janeiro	Esporte: Djan Madruga comenta participação brasileira nos Jogos Mundiais Masters Disponível em: < http://radios.ebc.com.br/no-mundo-da-bola/2017/07/djan-madruga-comenta-participacao-brasileira-nos-jogos-mundiais-masters >.
Rádio MEC AM	Zuza relembra canção de Assis Valente Disponível em: < http://radios.ebc.com.br/playlist-do-zuza/2017/07/zuza-relembra-cancao-de-assis-valente >
Rádio MEC FM	Cultura: Violões paulistas, pop egípcio, reflexões sobre a divisão mundial do trabalho na documenta 14 Disponível em: < http://radios.ebc.com.br/documenta-14/2017/07/violoes-paulistas-pop-egipcio-reflexoes-sobre-divisao-mundial-do-trabalho-e-uma >
Rádio Nacional Amazônia	"Querido amigo": Passeios turísticos com animais exigem cuidados Disponível em: < http://radios.ebc.com.br/nossos-bichos/2017/07/passeios-turisticos-com-animais-exigem-muitos-cuidados >
Rádio Nacional Alto Solimões	Economia: Vereadores solicitam abertura de Banco da Amazônia em Tabatinga Disponível em: < http://radios.ebc.com.br/reporter-solimoes/2017/07/parlamentares-de-tabatinga-am-solicitam-vinda-do-banco-da-amazonia-para >

Quanto à questão da necessidade de *regulamentação* do serviço público em sintonia com o hodierno cenário tecnológico – digital, convergente e conectado em rede –, o SRP brasileiro caminha, de fato, a passos lentos. Ao contrário do que aqui se relatou a partir do exemplo do Parlamento Europeu, não há resoluções específicas elaboradas/aprovadas no âmbito brasileiro para tratar dessa questão. Há uma única, e limitada, menção ao tema inserida com a aprovação da Lei nº 13.417 – que modificou a Lei nº 11.652 – nos princípios que devem nortear a prestação dos serviços de radiodifusão pública por órgãos do Poder Executivo ou mediante outorga a entidades de sua administração indireta, sendo esta a inclusão do tópico “modernização de equipamentos de produção e transmissão” (Art. 2º, item X).

As modificações na Lei da EBC aprovadas em março de 2017 também não trouxeram novidades quanto ao *incremento nos modos de financiamento* da empresa. Nesse âmbito, o Relatório de Administração 2016 da Empresa Brasil de Comunicação aponta os problemas advindos da unilateralidade dos recursos:

O resultado contábil em 2016 apresentou prejuízo da ordem de R\$ 11,4 milhões, que representa cerca de a terça parte do resultado negativo observado no ano anterior. *Tais prejuízos contábeis têm origem na diminuição de receitas próprias e dos repasses do Tesouro Nacional nos dois últimos anos*, aliada ao aumento do custo dos serviços prestados pela Empresa e das despesas administrativas. (EBC, 2016, p. 34).

Há também notável retrocesso no que se refere à *forma de gestão* da EBC. A Lei nº 13.417 alterou o modelo de gestão da Empresa, ameaçando, inclusive, o seu caráter público, incluindo no Conselho Administrativo grande número de Ministros de Estado.

Tabela 03 – Mudanças no modelo de gestão da EBC

Redação da Lei nº 11.652, de 07/04/2008	Redação da Lei nº 13.417, de 01/03/2017
<p>Art. 13. O Conselho de Administração, cujos membros serão nomeados pelo Presidente da República, será constituído: I - de 1 (um) Presidente, indicado pelo Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República; II - do Diretor-Presidente da Diretoria Executiva; III - de 1 (um) Conselheiro, indicado pelo Ministro de Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão; IV - de 1 (um) Conselheiro, indicado pelo Ministro de Estado das Comunicações; e V - de 1 (um) Conselheiro, indicado conforme o Estatuto.</p>	<p>Art. 13. O Conselho de Administração, cujos membros serão nomeados pelo Presidente da República, será constituído: I - por um Presidente, indicado pelo Ministro de Estado Chefe da Casa Civil da Presidência da República; II - pelo Diretor-Presidente da Diretoria Executiva; III - por um membro indicado pelo Ministro de Estado da Educação; IV - por um membro indicado pelo Ministro de Estado da Cultura; V - por um membro indicado pelo Ministro de Estado do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão; VI - por um membro indicado pelo Ministro de Estado da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações; VII - por um membro representante dos empregados da EBC, escolhido na forma estabelecida por seu Estatuto; VIII - por dois membros independentes, indicados na forma do art. 22 da Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016.</p>

A relevância da *participação social ativa e colaborativa da sociedade* também está sob ameaça na EBC com a extinção do *Conselho Curador*, órgão de natureza consultiva e deliberativa que antes era integrado por vinte e dois membros, dos quais quinze eram integrantes de movimentos e entidades representativas da sociedade, segundo critérios de diversidade cultural e pluralidade de experiências profissionais, primando pela participação de integrantes das cinco regiões do Brasil, agora substituído por um *Comitê Editorial e de Programação* integrado por apenas onze membros, de “reconhecido espírito público e notório saber”, exclusivamente, na área de comunicação social, designados pelo Presidente da República.

Anotações finais

Pensar contextualmente a realidade *post-broadcasting* no Brasil é, portanto, uma questão necessária, porém desafiadora, uma vez que o serviço de radiodifusão pública no país ainda segue refém de uma compreensão conceitual, sociocultural e regulatória embrionária, *sem o reconhecimento do seu potencial democrático*, sem o fomento a ativa e colaborativa participação da sociedade em suas práticas e ainda relativamente distante do paradigma tecnológico, midiático e cultural hodierno.

REFERÊNCIAS

- BARDOEL, Johannes; D'HAENENS, Leen. **Reinventing Public Service Broadcasting in Europe: Prospects, Promises, and Problems**. Dresden International Congress Centre, Dresden, Germany, <Not Available>. 2013.
- BIANCO, Nelia R. Del; ESCH, Carlos E.; PINHEIRO, Elton Bruno B. Estrategias de la Empresa Brasil de Comunicación para hacer frente al reto de la convergencia. **Anais do XIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación** – ALAIC: México, 2016.
- CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- EBC. **Relatório de Administração 2016**. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/institucional/sites/_institucional/files/atoms/files/relatorio_da_administracao_-_2016_-_versao_final_-_assinado.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2017.
- ESCH, Carlos Eduardo; BIANCO, Nelia Rodrigues Del; MOREIRA, Sônia Virgínia. **Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina**. *Revista FSA* (Faculdade Santo Agostinho), v. 10, p. 67-86, 2013.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Broadcasting**. In: Enciclopédia INTERCOM de comunicação. – São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.
- JENKINS, Henri; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- IOSIFIDIS, Petros. (Org.). **Reinventing Public Service Communication** – European Broadcasters and Beyond. Basingstoke: Palgrave, 2010.
- MENDEL, Toby. **Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado** / Toby Mendel. Brasília: UNESCO, 2011.
- MILLER, Nod; ALLEN, Rod. (Orgs.). **The Post-Broadcasting Age – New Technologies, New Communities**. London: John Libbey Publishing, 1996.
- PARLAMENTO EUROPEU. **O serviço público de radiodifusão na era digital: o futuro do duplo sistema**. 2010. Disponível em: <<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2010-0286+0+DOC+XML+V0//PT>>. Acesso em: 20 set. 2016.
- SANTOS, Sílvio Correia. **Os media de serviço público**. Covilhã: Labcom, 2013.
- SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Tradução Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- TREMBLAY, Gaëtan. Rumo à renovação do serviço público midiático. In: DANTAS, Marcos; KISCHINHEVSKY, Marcelo. (Orgs.). **Políticas públicas e pluralidade na comunicação e na cultura**. Rio de Janeiro: E-papers, 2014.
- UNESCO. **Public Broadcasting: Why? How?** Unesco: 2001.