



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAL E PUBLICIDADE  
HABILITAÇÃO EM AUDIOVISUAL

JUSEF FELIPE PINTO DE OLIVEIRA

**PODCAST MÍDIA PÚBLICA:**

Produção de episódio-piloto de *podcast* narrativo como proposta de divulgação científica para o Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina

BRASÍLIA  
2021



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAL E PUBLICIDADE  
HABILITAÇÃO EM AUDIOVISUAL

JUSEF FELIPE PINTO DE OLIVEIRA

**PODCAST MÍDIA PÚBLICA:**

Produção de episódio-piloto de *podcast* narrativo como proposta de divulgação científica para o Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Audiovisual e Publicidade da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção de título de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Audiovisual.

Orientação: Prof. Dr. Elton Bruno Pinheiro

BRASÍLIA  
2021

**JUSEF FELIPE PINTO DE OLIVEIRA**

**PODCAST MÍDIA PÚBLICA:**

Produção de episódio-piloto de *podcast* narrativo como proposta de divulgação científica para o Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina

Brasília, 18 de novembro de 2021

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof. Dr. Elton Bruno Pinheiro**

Orientador – Presidente da Banca | FAC – DAP/UnB

---

**Prof. Dr. Mauro Celso Feitosa Maia**

Examinador | UnB

---

**Prof. Me. João Vitor de Almeida Brito Alves**

Examinador | UFOP

---

**Profª. Me. Milena dos Santos Marra**

Suplente | UFG

## AGRADECIMENTOS

A essa altura, parece que as palavras me fogem, mas não seria justo me utilizar do silêncio; até porque o simples fato de estar vivo não é um mérito meu, quem dirá então essa oportunidade de realizar um trabalho tão especial para mim. Assim, a minha vida, toda minha existência e tudo o que eu vier a realizar, foi/será possível graças a minha família, especialmente meu pai Rafael, minha mãe Silvia e minha irmã Ana. Ademais, tenho receio de cometer alguma injustiça, então buscarei agradecer de uma forma geral na esperança de que todos(as) se sintam contemplados(as).

Primeiramente, sou grato pela oportunidade de poder ter cursado uma graduação em uma universidade pública de prestígio como a Universidade de Brasília. A UnB é única. Poder ter vivido essa experiência é um privilégio. Nesse sentido, agradeço a Faculdade de Comunicação, por ter sido minha segunda casa durante esses anos. A FAC só existe por causa do trabalho incansável de um grupo de pessoas às quais sou muito grato por terem influenciado minha trajetória. À Direção, Coordenação, Secretaria, Núcleos Técnicos e todos os demais funcionários, servidores e integrantes: muito obrigado.

É importante agradecer ao Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina por proporcionar a realização desta produção e pelo trabalho desempenhado em defender a Comunicação Pública. Agradeço também ao Laboratório de Áudio da Faculdade de Comunicação (LabAudio UnB) e aos técnicos, especialistas e apaixonados pelo som, André Oliveira e Glauber Araújo. O LabAudio foi um suporte extremamente importante durante minha graduação e também para a realização deste trabalho.

No contexto acadêmico, não posso deixar de ressaltar as principais influências que tive na universidade: os professores. Às vezes me pego pensando que a relação entre professor e aluno é injusta. Cada professor impactou diretamente a minha vida, cada professor deixou uma marca na minha trajetória. Sinto que a relação é injusta porque os professores influenciam tantas vidas durante a carreira profissional, sendo que em troca não são todos os alunos que influenciam os professores. Não tenho como saber quantos professores irão se lembrar de mim, mas sei que carrego comigo todos os professores que tive. Em especial, agradeço ao meu orientador, professor Elton Bruno Pinheiro, pela trajetória que tivemos juntos na Faculdade de Comunicação, pela atenção e cuidado que sempre demonstrou com todos os

estudantes e também para comigo durante diversos projetos e, significativamente, neste trabalho. Estendo também meus agradecimentos à banca examinadora, definitivamente, as suas colocações levarei comigo pelo resto da vida.

É impossível deixar de agradecer aos meus amigos e colegas de curso e da UnB. Comunicação, especialmente o Audiovisual, é uma área extremamente coletiva. Assim, é sempre bom poder desenvolver projetos e realizar trabalhos com amigos extremamente capacitados. Sou muito grato pelas parcerias desenvolvidas durante o curso. Acho interessante pensar em pessoas que foram colegas de grupo em trabalhos no meu primeiro semestre e que pude também realizar trabalhos juntos nesse último semestre. Sou muito grato a todos vocês, não conseguiria chegar até aqui sem a ajuda e a parceria que sempre demonstraram. Caso a vida nos leve para caminhos diferentes, sentirei saudades; aos que continuarei compartilhando a trajetória, vou continuar enviando mensagens perguntando como formatar determinada referência nas normas da ABNT.

Permito que nesse parágrafo eu use um tom radiofônico e fale diretamente com você que está lendo. Sou grato pela sua atenção. Espero que as discussões aqui apresentadas lhe sejam úteis de alguma maneira. Todo o esforço que desempenhei para a realização desse projeto é para isso: chegar até você que me lê agora. Sendo assim:

*“Senta que lá vem a história”*  
**Programa Rá-tim-bum, TV Cultura.**

## RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso é um memorial da realização do episódio-piloto da série de *podcasts* narrativos “Mídia Pública”, que se constitui como uma proposta de divulgação científica do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina. Assim, o episódio aborda a contextualização do Sistema de Radiodifusão Pública; seu conceito; seu caráter complementar; e sua importância; de maneira acessível e atrativa. A partir dos procedimentos metodológicos: estado da arte (FERREIRA, 2002); cartográfico (ROSÁRIO e COCA, 2018) e entrevistas compreensivas (KAUFMANN, 2013), estabeleceu-se o referencial teórico que orientou a elaboração do *podcast* – em que as etapas de produção contam com reflexões de Lopes (2014), Kaplún (2017), Viana (2020), Pinheiro (2020). Os resultados permitem entender os processos comunicacionais de realização de um produto em áudio com a intenção de ser uma ferramenta de divulgação científica sobre a Radiodifusão Pública.

**Palavras-chave:** Comunicação Pública. Radiodifusão Pública. Mídia Pública. Divulgação científica. *Podcast*. *Podcast* narrativo. Piloto.

## **ABSTRACT**

*This present undergraduate thesis is a report regarding the realization of a narrative-podcast series "Mídia Pública", which constitutes a proposal for scientific spreading about the Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina. Thus, the episode addresses the contextualization of public broadcasting; the concept; the complementary character; and its importance; in an accessible and attractive way. The methodological procedures: estado da arte (FERREIRA, 2002); cartográfico (ROSÁRIO e COCA, 2018) and entrevistas compreensivas (KAUFMANN, 2013), build the theoretical framework that guide the conception of the podcast. The production stages regarding a narrative-podcast are addressed on Lopes (2014), Kaplún (2017), Viana (2020), Pinheiro (2020). Allowing to understand the processes of making an audio product with the intention of being a means for scientific spreading about public broadcasting.*

**Keywords:** *Public communication. Public broadcasting. Public media. Scientific spreading. Podcast. Narrative-podcast. Pilot-episode.*

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Janela do <i>Pro Tools</i> exibindo todas as faixas e clipes de áudio.....	59
<b>Figura 2:</b> Exibição do <i>podcast</i> <b>Mídia Pública</b> no <i>Anchor</i> .....	60
<b>Figura 3:</b> Canal do <i>podcast</i> <b>Mídia Pública</b> no <i>YouTube</i> .....	61
<b>Figura 4:</b> <i>Podcast</i> <b>Mídia Pública</b> no site institucional do LabAudio UnB.....	61
<b>Figura 5:</b> Exibição do <i>podcast</i> <b>Mídia Pública</b> no <i>site</i> da rede UnBcast.....	62
<b>Figura 6:</b> Exibição do <i>podcast</i> <b>Mídia Pública</b> no <i>Spotify</i> em navegador da <i>web</i> .....	63
<b>Figura 7:</b> Identidade visual do <i>podcast</i> <b>Mídia Pública</b> .....	64
<b>Figura 8:</b> Capa do episódio-piloto.....	65
<b>Figura 9:</b> Exibição do <i>Instagram</i> do <i>podcast</i> <b>Mídia Pública</b> em navegador da <i>web</i> ...	66

## LISTA DE QUADROS E TABELAS

<b>Quadro 1:</b> Síntese dos objetivos de pesquisa e produção do <i>podcast</i> <b>Mídia Pública</b> .....	21
<b>Quadro 2:</b> Perguntas realizadas aos pesquisadores(as).....	50
<b>Quadro 3:</b> Pauta do episódio-piloto do <i>podcast</i> <b>Mídia Pública</b> .....	52
<b>Quadro 4:</b> Estrutura dos episódios da série <b>Mídia Pública</b> .....	69

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIações

abPod	Associação Brasileira de <i>Podcasters</i>
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
EBC	Empresa Brasil de Comunicação
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBOPE	Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
Secom-UnB	Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília
UFG	Universidade Federal de Goiás
UnB	Universidade de Brasília
Unesco	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1 Apresentação</b> .....	<b>11</b>
<b>1.2 Contextualização</b> .....	<b>15</b>
<b>1.3 Objeto e problemática de pesquisa</b> .....	<b>19</b>
<b>1.4 Síntese dos objetivos de pesquisa</b> .....	<b>20</b>
<b>1.5 Justificativa</b> .....	<b>21</b>
1.5.1 A importância da Radiodifusão Pública .....	21
1.5.2 O Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina .....	23
1.5.3 A relevância dos <i>podcasts</i> .....	24
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>27</b>
2.1 Da Radiodifusão e Comunicação Pública .....	27
2.2 Da divulgação científica .....	33
2.3 Do som, linguagem radiofônica e <i>podcast</i> .....	36
<b>3 REFLEXÕES SOBRE A METODOLOGIA</b> .....	<b>41</b>
3.1 A triangulação metodológica.....	41
3.2 <i>Podcast</i> narrativo e divulgação científica .....	43
<b>4 A REALIZAÇÃO DO <i>PODCAST</i> NARRATIVO “MÍDIA PÚBLICA”</b> .....	<b>46</b>
<b>4.1 Produção</b> .....	<b>46</b>
4.1.1 A escolha do tema.....	46
4.1.2 O gênero e formato .....	47
4.1.3 O público de interesse.....	48
4.1.4 As entrevistas.....	49
4.1.5 A escrita do roteiro .....	52
<b>4.2 A gravação</b> .....	<b>55</b>
<b>4.3 A edição</b> .....	<b>57</b>
<b>4.4 A publicação</b> .....	<b>60</b>

<b>4.5 A distribuição</b> .....	<b>62</b>
4.5.1 Identidade Visual .....	63
4.5.2 Divulgação em redes sociais digitais .....	65
4.5.3 A acessibilidade.....	67
<b>5 EPISÓDIOS</b> .....	<b>69</b>
<b>5.1 Estrutura</b> .....	<b>69</b>
<b>5.2 Episódio 1 (piloto): O que é radiodifusão pública?</b> .....	<b>70</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>72</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>75</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	<b>81</b>
A. Roteiro acessível .....	81
B. Entrevista compreensiva com o professor Carlos Eduardo Esch.....	113
C. Entrevista compreensiva com a professora Nelía Del Bianco .....	121
D. Entrevista compreensiva com a jornalista Gisele Pimenta.....	125

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Apresentação

No começo dos anos 2000, a Unesco elaborou o documento “*La Radio y Televisión Pública: ¿Por qué? ¿Cómo?*” que propõe diretrizes e ressalta a importância do Serviço Público de Radiodifusão, o qual se distingue de outros segmentos da Comunicação, como o comercial e o estatal. De acordo com o referido documento, o Serviço Público de Radiodifusão possui princípios, missão e financiamento diferenciados, sobretudo independentes de pressões político-partidárias e econômicas. O texto propõe que a missão de uma emissora de Radiodifusão Pública deve estar apoiada em três fatores: informar, educar e divertir. Dessa forma, as TVs e rádios públicas devem permitir que os cidadãos se informem sobre vários temas e também possam encontrar conteúdo educativo por meio de uma programação que seja interessante e atraente (UNESCO, 2001).

Mesmo possuindo uma missão de extrema importância, a história da Radiodifusão Pública em toda América Latina é uma “história de luta”, como aponta o professor e pesquisador Carlos Eduardo Esch (2021) em entrevista concedida para a realização do presente trabalho. Os desafios que o Sistema Público de Radiodifusão encontra na América Latina são multidimensionais e aparecem na própria dificuldade em conceituar e definir o que é uma emissora pública. Além disso, os Sistemas Públicos de Radiodifusão encontram obstáculos políticos e regulatórios para sua existência e manutenção; o que influencia diretamente na questão de seu financiamento, que por sua vez impacta nas produções e alcance que as emissoras poderiam ter. A soma desses fatores impacta diretamente na percepção da sociedade sobre as TVs e rádios públicas.

Considerando tal histórico de luta dos Sistemas Públicos de Radiodifusão, e em sintonia com o contexto da época, em 2011, foi criado e cadastrado junto ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) o Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina: um Grupo de Pesquisa composto por pesquisadores e pesquisadoras referências na área da Comunicação Pública que nasce com o objetivo estudar os diferentes temas que se relacionam à Radiodifusão Pública no subcontinente latino americano. As pesquisas do grupo,

nesta uma década de existência, abrangem a importância e também as dificuldades que o Sistema Público de Comunicação enfrenta historicamente e, sobretudo, buscam apresentar e refletir analiticamente sobre o panorama da situação da Radiodifusão Pública nos países que compõem a América Latina e também sobre as suas “condições de origem” (PINHEIRO, 2019).

Nesse sentido, a presente pesquisa ressalta a importância da permanente necessidade de se estudar a Radiodifusão Pública na América Latina e, especialmente, no Brasil, onde ela tem sido fortemente tensionada desde a sua regulação pela Lei Nº 11.652 de 2008; assim como registra a relevância dos estudos nesta área realizados pelo Grupo de Pesquisa Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, que em 2021 completa 10 anos de atuação.

Ademais, este trabalho põe em relevo a necessidade cada vez maior de as pesquisas científicas, assim como deve acontecer com conteúdos produzidos pela Radiodifusão e por toda a Mídia Pública, irem ao encontro da sociedade em diversos formatos. É nesse sentido que o produto ao qual este memorial faz referência – o *podcast* **Mídia Pública** – se apresenta como proposta-piloto e, para tanto, já como estratégia que visa ampliar o próprio debate sobre o tema, propõe como título “Mídia Pública”, uma perspectiva que visa ressaltar que o chamado Serviço Público de Radiodifusão, na atualidade, não deve se limitar unicamente à transmissão de conteúdos pelas ondas eletromagnéticas – mais precisamente ao conteúdo do rádio e da televisão –, mas também fazer uso dos diferentes “ambientes mediáticos sociodigitais” (PINHEIRO, 2019) que permeiam o atual ecossistema de mídia, como é o caso das plataformas de *streaming*, onde circulam, por exemplo, os *podcasts*, mídia sonora a qual nos dedicamos no exercício de experimentação que esta etapa da nossa formação acadêmica nos proporciona.

Dito de outra maneira, o presente trabalho encontra junto à possibilidade de produzir um episódio-piloto de um *podcast* sobre o Serviço Público de Radiodifusão a oportunidade de divulgar a produção científica de um Grupo de Pesquisa protagonista na abordagem desse tema e de, ao mesmo tempo, exercitar o próprio fazer Comunicação Pública e o fazer ciência ao propor reflexões sobre o tema – desde o título do produto – numa linguagem simples, imersiva e acessível.

Apresentando, introdutoriamente, o processo de realização desse trabalho (memorial e produto), buscamos, em primeiro momento, uma contextual pesquisa de

estado da arte (FERREIRA, 2002) sobre definições de radiodifusão pública e divulgação científica. Em seguida, buscamos mapear a produção dos(as) integrantes do Observatório. A terceira etapa consistiu em realizar entrevistas compreensivas (KAUFMANN, 2013) com os pesquisadores e pesquisadoras que integram o referido Grupo de Pesquisa, tanto para a compreensão mais aprofundada do tema quanto para conhecer ainda mais de perto a trajetória do Observatório.

Diante dos primeiros passos teóricos-metodológicos, as etapas seguintes consistiram propriamente na elaboração da ação de divulgação científica sobre o tema, tendo como ponto de partida exatamente a produção acadêmica do Observatório e as entrevistas realizadas com seus integrantes. Conforme já mencionado, a ação de divulgação científica articulada no âmbito desse trabalho baseia-se na produção do *podcast* **Mídia Pública**, para o qual se apresenta o piloto, como forma de, a partir dele, exercitar aspectos fundamentais desse tipo de produção que é o contato prévio com o público de interesse (ou público-alvo) e a valorização do aspecto da participação social em sua elaboração, exercício que se inicia contextualmente a partir da avaliação da banca examinadora do presente Projeto Experimental e, a posteriori, do próprio Grupo de Pesquisa e, claro, do público de interesse, que nesse caso se constitui de jovens estudantes do ensino médio, prestes a ingressarem no ensino superior e também estudantes universitários das diversas áreas, os quais podem se constituir como uma audiência diferenciada e contributiva para ampliação da legitimação social/popular da Radiodifusão – e da Mídia da Pública – brasileira/latino-americana. Esse público é ávido consumidor de *podcasts*, como indica pesquisa realizada pela Associação Brasileira de *Podcasters* – abPod (2020-2021).

Falar de legitimação social/popular da Radiodifusão Pública é, em linhas gerais, mencionar a necessidade que possui esse referido segmento da comunicação de se aproximar mais dos cidadãos e cidadãs que, segundo dados do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina (ESCH; BIANCO; MOREIRA, 2012) possuem uma ideia enviesada sobre aquilo que é público, atribuindo a ele, muitas vezes até sem conhecê-lo, a ideia de algo meramente atrelado ao Estado ou a governos vigentes, assim como rotulando sua programação como chata ou desinteressante, quando, na verdade, esse é o Serviço constitucionalmente (BRASIL, 1988) previsto como complementar ao Estatal e ao Comercial, voltado, sobretudo, à participação

social e destinado a formar, informar e entreter de maneira, diferenciada, diversa, plural e independente (UNESCO, 2001).

Consideramos, nesse sentido, que o *podcasting* é um fenômeno contributivo para a superação desse “passivo simbólico” (ESCH; BIANCO; MOREIRA, 2012), isto é, dessa caracterização negativa atribuída aos Meios Públicos pela sociedade, na medida em que se constituem como instrumentos de comunicação que se caracterizam pela adoção de uma linguagem acessível – a linguagem radiofônica (BALSEBRE, 2005) – e historicamente capaz de criar vínculos com as pessoas.

Inserir o debate sobre a Radiodifusão Pública, tema diretamente abordado no episódio-piloto do *podcast Mídia Pública*, especialmente na *podosfera*<sup>1</sup> brasileira, com a intenção de des(en)cobrir a importância desse serviço, ampliar a luta na defesa do mesmo e de promover a divulgação científica é um exercício que consideramos ainda mais importante se levarmos em conta o atual cenário político e social do país, em que uma série de retrocessos contra a democracia e a cidadania têm acontecido e que acabam influenciando diretamente no serviço de Radiodifusão Pública. Entre essas ameaças, destacamos as constantes ameaças de privatização e até de extinção da Empresa Brasil de Comunicação, pelo atual governo federal brasileiro.

Diante desse cenário, consideramos que o *podcast* se mostra como um meio de comunicação<sup>2</sup> (MARTINO, 2000) com muito potencial: tanto para o contexto da mídia pública, quanto para a prática da divulgação científica – especialmente aquela relacionada ao tema da Radiodifusão Pública. Tal potencial fica ainda mais perceptível quando levado em consideração o aspecto de que os *podcasts* ao mesmo tempo que utilizam uma linguagem já consolidada e com seus elementos bem definidos, que é a Linguagem Radiofônica – sobretudo a oralidade/a voz – e têm seu modelo de distribuição e circulação primordial a *Internet*, o que não impede, no entanto, a sua veiculação pelas emissoras de rádio do *dial*.

---

<sup>1</sup> A expressão “podosfera” tem sido amplamente utilizada no contexto brasileiro para se referir ao espaço onde a comunidade de produtores de podcasts compartilham suas produções sonoras e experiência sobre o tema. (Cf. PINHEIRO, 2021).

<sup>2</sup> A ideia de meio de comunicação aqui definida guarda, em devidas proporções, as quais não são objetivos de discussão específica desse trabalho, diálogo com o que articula o professor e pesquisador brasileiro, Luiz C. Martino, quando este conceitua “meios de comunicação” como “objetos técnicos que guardam uma relação bastante especial com a consciência na medida em que se manifestam como uma extensão da consciência ou, como nós preferimos dizer, como simulação da consciência” (MARTINO, 2000, p. 110). Nesse sentido, entender o *podcast* também como um meio de comunicação é aqui um exercício ainda introdutório, mas que tem como base a compreensão de que ele, assim como sugere Martino, estende, assim como faz o rádio, a nossa capacidade de comunicação oral/sonora.

Nesse sentido, o presente trabalho se dedicou a realizar um episódio-piloto de um *podcast* tendo como referência importante dessa fase de produção a ideia que o teórico Mario Kaplún apresenta no livro “Produção de Programas de Rádio – do roteiro à direção”, no qual ele argumenta que a elaboração de um piloto serve para determinar a consistência do projeto. (KAPLÚN, 2017).

Assim, o *podcast* **Mídia Pública** foi idealizado, roteirizado a partir dos conhecimentos articulados em pesquisas do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina e do objetivo de divulgar as contribuições do mesmo. Também metodologicamente, utilizamos o recurso das entrevistas, realizadas com integrantes do grupo de pesquisa. As principais etapas de produção abarcam as reflexões teóricas e metodológicas de Lopes (2014), Kaplún (2017), Viana (2020) e Pinheiro (2020). O processo de distribuição e circulação envolveu a disponibilizado na plataforma *Anchor*<sup>3</sup>, que realiza a distribuição do *podcast* em diversos reprodutores como *Spotify*<sup>4</sup> e *Deezer*<sup>5</sup>; além disso, o episódio contou com uma versão legendada disponível no *YouTube*<sup>6</sup>; e, com a intenção de realizar a divulgação do *podcast* foi criada uma página no *Instagram*<sup>7</sup>, assim como a publicação do **Mídia Pública** nos sites institucionais do Laboratório de Áudio<sup>8</sup> da FAC/UnB; e do UnBcast<sup>9</sup> – Rede de Podcasts Universitários, projeto de pesquisa, ensino, extensão e inovação do LabAudio UnB.

## 1.2 Contextualização

Em 2016, o então presidente da república Michel Temer propõe a Medida Provisória 744/16 que extingue o Conselho Curador da EBC<sup>10</sup>. Sendo assim, a empresa que tinha como função gerenciar diversas emissoras públicas no Brasil perde

---

<sup>3</sup> Link de acesso ao *podcast* **Mídia Pública** na plataforma *Anchor*: <https://anchor.fm/mdia-pblica-podcast>

<sup>4</sup> Link de acesso ao *podcast* **Mídia Pública** no *Spotify*: <https://open.spotify.com/show/0LwkATkXy6NeVt1MvJFLa2>

<sup>5</sup> Link de acesso ao *podcast* **Mídia Pública** no *Deezer*: <https://www.deezer.com/br/show/3128712>

<sup>6</sup> Link de acesso ao *podcast* **Mídia Pública** no *YouTube*: <https://www.youtube.com/channel/UCFaWtkriszul155INKwyBqA>

<sup>7</sup> Link da página do **Mídia Pública** no *Instagram*: <https://www.instagram.com/podcastmidiapublica/>

<sup>8</sup> Link de acesso ao *podcast* **Mídia Pública** no site institucional do LabAudio UnB: [http://labaudio.unb.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=314&Itemid=1109](http://labaudio.unb.br/index.php?option=com_content&view=article&id=314&Itemid=1109)

<sup>9</sup> Link de acesso ao *podcast* **Mídia Pública** no site institucional do UnBcast – Rede de Podcasts Universitários: <https://www.unbcast.com/post/m%C3%ADdia-p%C3%BAblica>

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/503770-ex-dirigentes-da-ebc-criticam-fim-do-conselho-curador-e-mudancas-por-mp/>. Acesso em: 01 out. 2021.

o conselho que garantia a participação social e que trabalhava pelos princípios de autonomia da EBC. Além das medidas que retiravam a presença do povo da gestão da maior empresa de Radiodifusão Pública no país, integrantes do governo Temer proclamavam discursos abertos de ataque a empresa, como por exemplo o ex-ministro Geddel Vieira Lima<sup>11</sup> que em entrevista acusou a EBC de servir como cabide de emprego (JUNGLUT, 2016).

Ademais, os ataques a EBC não se findaram com o término do mandato de Temer e continuaram com promessas de campanha do então candidato à Presidência da República, Jair Bolsonaro, de extinguir a empresa. Atualmente, já como presidente do Brasil, incluiu a EBC em um plano de desestatização – por não ser possível a total privatização<sup>12</sup>. Além dos ataques, a EBC tem sido impedida de desempenhar seu papel como emissora pública, sendo obrigada a seguir uma programação pautada pelo governo.

Em entrevista concedida para a realização deste trabalho a professora Nelia Del Bianco, integrante do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina mostra como a EBC tem sido obrigada a agir de acordo com os interesses do governo.

Hoje a EBC é alvo de um projeto de privatização, mas ao mesmo tempo ela faz propaganda do governo. Somente de janeiro a julho deste ano foram contabilizadas 78 horas de programação para transmitir solenidades e ações do presidente. Em 2020 foram 115 horas dedicadas a transmissão governamental. (BIANCO, 2021, Entrevista ao autor – ver APÊNDICE C)<sup>13</sup>

Logo, é possível perceber que nos últimos anos a Radiodifusão Pública no Brasil tem sido alvo de um projeto que busca a sua extinção. Um acontecimento marcante foi a agressão que uma equipe da TV Cultura sofreu por parte de apoiadores do presidente ao fazer a cobertura de uma viagem presidencial a Belém do Pará em abril de 2021<sup>14</sup>. Esse acontecimento mostra como a percepção da sociedade sobre a

---

<sup>11</sup> É interessante notar que o ex-ministro Geddel Vieira Lima foi demitido do governo Temer após os escândalos de corrupção que resultaram em sua prisão por duas vezes. Geddel está relacionado ao caso que foram encontrados 51 milhões de reais em um apartamento, sendo a maior apreensão de dinheiro em espécie pela polícia federal. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/10/22/stf-condena-geddel-vieira-lima-no-caso-dos-r-51-milhoes-encontrados-em-apartamento.ghtml> . Acesso em: 01 out. 2021.

<sup>12</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/16/governo-inclui-ebc-em-plano-de-desestatizacao-primeiro-passo-para-privatizar-a-empresa.ghtml> . Acesso em: 01 out. 2021.

<sup>13</sup> Entrevista concedida pela Professora Nelia Del Bianco para o presente trabalho, em 12 de setembro de 2021.

<sup>14</sup> Disponível em: [https://cultura.uol.com.br/noticias/19407\\_equipe-da-TV-cultura-e-agredida-enquanto-gravava-reportagem-sobre-jair-bolsonaro.html](https://cultura.uol.com.br/noticias/19407_equipe-da-TV-cultura-e-agredida-enquanto-gravava-reportagem-sobre-jair-bolsonaro.html) . Acesso em: 01 out. 2021.



Radiodifusão Pública tem sido afetada em decorrência de ataques que o sistema vem sofrendo por parte de governos vigentes; assim como por meio da mídia comercial – que só abre espaço para retratar o Sistema Público de Radiodifusão sob uma perspectiva negativa. Dentro desse contexto, surge a necessidade de participar desse debate com o intuito de defender a Comunicação Pública – especificamente a Radiodifusão Pública.

A intenção de defender a Radiodifusão Pública parte da crença em sua missão e na importância de seus princípios de: universalidade, diversidade, independência e prestação de um serviço diferenciado. (UNESCO, 2001). Dessa maneira, o Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina entende que esse sistema possui importância dentro de uma sociedade democrática.

Os serviços de radiodifusão públicos sempre tiveram papel crucial na sociedade democrática ao oferecer acesso à informação, a diversidade e identidade cultural e mecanismos que colaborem com a participação dos cidadãos no debate público. (BIANCO, ESCH e MOREIRA, 2012, p. 156)

Nesse sentido, no contexto do Brasil em 2021, vê-se a necessidade de um lugar confiável em que as pessoas possam obter informação. É preocupante perceber que num país envolto em crises, os Serviços de Radiodifusão – que deveriam estar voltados à população – acabam sujeitos aos interesses de um grupo específico. Utilizando como exemplo a crise sanitária que o país está passando, em um momento em que a população se encontra apreensiva e vulnerável, certos grupos têm lucrado com a divulgação de informações falsas sobre a doença. Então é visível o quão importante seria que a sociedade pudesse ter acesso a informações sobre prevenção, sobre os riscos, sobre vacinas, entre outros temas de importância, através meios de comunicação acessíveis, como o rádio e a televisão, que possuam como uma característica marcante o compromisso com a sociedade. Todavia, as emissoras públicas de alcance nacional encontram-se sujeitas a interesses políticos e comerciais. No Brasil atual, a estrutura de Comunicação Pública, que deveria estar atuando para salvar vidas, tem servido como ferramenta de divulgação de ideais que colocam em risco milhares de pessoas para benefício de um grupo seletivo.

Com essa perspectiva, entende-se a importância de um Sistema Público de Radiodifusão e a necessidade de propagar os seus princípios e a sua missão para junto com a sociedade fortalecer as emissoras públicas. Então a estratégia de defesa do Sistema Público de Radiodifusão elaborada no âmbito do presente trabalho é

propagar o conhecimento construído pelos pesquisadores e pesquisadoras desse importante campo. Dessa forma, discutir junto com a sociedade sobre a importância da Radiodifusão Pública e como sua presença pode influenciar diretamente o cotidiano. Por isso, surge a necessidade de escolher um meio com um grande alcance e que possibilite a transmissão de grande quantidade de informações de uma maneira atrativa.

O *podcast* é um formato que permite uma liberdade de experimentação com os recursos da Linguagem Radiofônica e também permite abordar assuntos de uma maneira minuciosa e didática. Para tanto, consideramos que os *podcasts* de formato narrativo são bastante contributivos, sobretudo por terem como base a pesquisa para a construção dos roteiros e adotarem, a contexto, “estratégias de imersividade”<sup>15</sup> (VIANA, 2020) na construção da narrativa.

Para além das possibilidades de construção de um produto atrativo e informativo, os *podcasts* encontram-se em um momento de expansão no Brasil. O IBOPE em conjunto com o Grupo Globo realizou uma pesquisa em que se aponta um crescimento de consumo de *podcasts* no Brasil durante o período de 2020 e 2021<sup>16</sup>. Além disso, as pesquisas realizadas pela abPod já apontavam um crescimento do consumo de *podcasts* no Brasil anterior a 2020 (ABPOD, 2019). Assim, estima-se que o público de ouvintes de *podcasts* no Brasil chegue perto de 30 milhões de pessoas (ABPOD, 2020-2021).

Portanto, o *podcast* tem se popularizado cada vez mais com o aumento da acessibilidade a *Internet* e – graças ao apreço histórico que os Brasileiros têm pelo rádio – cada vez mais pessoas têm se interessado em consumir esses conteúdos em áudio. Sendo assim, o *podcast* se apresenta como uma possibilidade de meio de comunicação para discutir a Radiodifusão Pública, ainda mais levando em consideração o uso da Linguagem Radiofônica e a história de atuação da Radiodifusão Pública no Brasil através das emissoras de rádio; possibilitando então um diálogo entre tema e forma.

---

<sup>15</sup> Sobre imersividade, em linhas gerais, temos a corroborar o que articula a pesquisadora Luana Viana (2020, p. 6), no sentido de que “Ao manter o áudio como formato principal, o *podcast* se apropria de estratégias imersivas já utilizadas pelo rádio tradicional enquanto lança mão dos recursos proporcionados pelas plataformas digitais, como o espaço/tempo ilimitado para abrigar as produções. As informações contidas no digital servem, então, como recursos complementares àquilo que se apresenta na narrativa principal contida nos áudios.”

<sup>16</sup> Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2021/07/20/globo-pandemia-eleva-consumo-de-podcasts.html> . Acesso em: 01 out. 2021.

Os *podcasts* também têm se apresentado como ferramenta recorrente para a divulgação científica, o que se pode constatar nos dados da pesquisa abPod (2020-2021) a respeito do aumento da procura por conteúdos relacionados à ciência nas plataformas de streaming de áudio.

### 1.3 Objeto e problemática de pesquisa

Visto que no Brasil os Serviços Públicos de Radiodifusão encontram-se em um contexto de desvalorização que retira a sua autonomia, interfere na programação, e faz com que sociedade tenha uma percepção negativa sobre esse sistema, a intenção desse trabalho, em primeiro momento, é se inserir no debate sobre a importância da Comunicação Pública, especialmente a Radiodifusão. Para isso, busca divulgar a produção científica de pesquisadores e pesquisadoras do campo da Comunicação Pública, a partir do levantamento da produção do grupo de pesquisa Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina.

No contexto da produção do Observatório é possível apontar dois problemas que guiaram a construção do episódio-piloto. O primeiro é a questão conceitual em definir a Radiodifusão Pública; essa dificuldade interfere, por exemplo, na forma em que esse sistema é estruturado, não sendo garantida uma total autonomia a ele por parte dos poderes e gestores públicos e suas injunções. O segundo problema se apresenta na questão de que parte expressiva da sociedade não enxerga o direito à informação como um direito essencial.

Por isso, para a divulgação científica ser efetiva, é preciso que se escolha um meio e um formato que seja amplamente utilizado pelo público de interesse; é também necessário que haja uma adequação da linguagem para que o conhecimento levantado possa chegar de maneira acessível. Logo, o *podcast* narrativo se mostra uma opção eficaz para poder trazer os conteúdos científicos de uma maneira atrativa e didática.

Com isso, a idealização do *podcast* **Mídia Pública** tem a intenção de abordar a Radiodifusão Pública, através da divulgação da produção científica do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, para fortalecer a noção sobre a importância do direito à comunicação e à informação e como esse sistema deve garantir esse direito.

Diante dessas problemáticas o objeto de estudo deste trabalho é: *A produção de um episódio-piloto da série de podcasts narrativos **Mídia Pública**, que busca divulgar a produção científica do grupo de pesquisa Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina com a intenção de fortalecer o Sistema Público de Radiodifusão no Brasil perante os ataques que tem sofrido, promovendo a discussão sobre o que diferencia esse sistema, sua importância e sua relação com a democracia.*

Diante desse objeto, as questões/problemas de pesquisa levantados para a elaboração do episódio-piloto e que ele se propõe a discutir são: o que é uma emissora pública? O que diferencia uma emissora pública de outros sistemas, visto que todas as emissoras precisam oferecer um serviço de interesse público? O que é a complementaridade entre os sistemas prevista na Constituição? Qual a relação entre Radiodifusão Pública e democracia? Para além dessas questões principais e basilares, buscamos também, ao longo desse memorial, responder a seguinte pergunta: como se configura o processo de produção de um *podcast* narrativo com fins de divulgação científica?

#### **1.4 Síntese dos objetivos de pesquisa**

A partir dos conhecimentos levantados com o mapeamento da produção dos integrantes do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina e com a escuta desses pesquisadores(as), por meio de entrevistas; a elaboração da série de *podcasts* narrativos **Mídia Pública** busca abordar a importância e os desafios da Radiodifusão Pública e divulgar o conhecimento científico sobre esse campo. O episódio-piloto, produto do presente trabalho, aborda a questão conceitual da Radiodifusão Pública e, dessa forma, tem como intenção diferenciar esse sistema dos outros existentes, assim trazendo a questão da complementaridade prevista na Constituição Federal.

Então, este trabalho buscou compreender e explicar a relevância que o Sistema Público de Radiodifusão tem para uma sociedade democrática segundo o modelo proposto pela Unesco (2001). E, por meio da construção de um produto em áudio no formato de *podcast* narrativo, usar os elementos da Linguagem Radiofônica para criar um produto imersivo, acessível e didático. Assim, a série **Mídia Pública** divulga a produção científica sobre a Radiodifusão Pública – que aponta a sua importância e os

desafios que o sistema enfrenta – e a adapta para uma linguagem de fácil entendimento a fim de debater tais temáticas com a população para fortalecer a Comunicação Pública e a noção de direito à comunicação e à informação.

**Quadro 1.** Síntese dos objetivos de pesquisa e produção do *podcast* **Mídia Pública**.

Esta pesquisa se propôs a:	<b>Produzir</b> o episódio-piloto da série de <i>podcast</i> narrativo <b>Mídia Pública</b> , em que o tema é a Comunicação Pública, especificamente o serviço de Radiodifusão Pública. O episódio-piloto se propôs a discutir a definição desse sistema e a sua importância para a democracia ao ressaltar a importância do direito à comunicação e à informação.
Com a finalidade de:	<b>Entender</b> a importância do papel que a Radiodifusão Pública desempenha em uma sociedade diversa, onde se faz necessário a existência de canais cujo interesse público é o que norteia a programação.
Para:	<b>Divulgar</b> a produção científica do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, por meio da abordagem dos conhecimentos levantados pelo grupo e entrevistas com seus integrantes. Com a intenção de também fortalecer o Sistema Público de Radiodifusão ao debater a sua função de complementaridade entre os sistemas.
O que permitiu:	<b>Contribuir</b> para uma reflexão científica sobre uma temática de muita importância dentro da Comunicação, que é a Radiodifusão Pública, entendida como um dos principais segmentos/serviços de Comunicação Pública. Entender, a partir da reflexão sobre os procedimentos teóricos e metodológicos, como se configura as diversas etapas de produção e de circulação de um produto em áudio no formato de <i>podcast</i> narrativo com fins de divulgação científica.

Fonte: Elaboração própria

## 1.5 Justificativa

### 1.5.1 A importância da Radiodifusão Pública

Primeiramente, a escolha de abordar o tema da Radiodifusão Pública parte de experiências pessoais. Quando criança, minha afeição por assistir televisão fez com que meus pais direcionassem o meu consumo de televisão à TV Cultura, pois entendiam que a programação infantil da emissora era mais adequada por possuir

programas de caráter educativo-cultural. Em 2008, saí de minha cidade natal, Campo Grande (MS), para morar em Brasília (DF); por ser uma criança morando em uma cidade nova, assim que cheguei, a minha companhia foi a televisão. Para minha surpresa, o aparelho televisor de minha casa não sintonizava na TV Cultura, foi quando descobri a recém-criada TV Brasil, emissora da EBC, que, além de passar alguns dos mesmos programas que assistia na TV Cultura, apresentou novos conteúdos que me marcaram.

Essa relação pessoal entre as emissoras e a audiência é capaz de criar vínculos importantes, como aponta Gisele Pimenta, jornalista da Secom-UnB e pesquisadora do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, em entrevista realizada para esse trabalho:

Essa formação de um público que hoje assiste desenhos e daqui 10, 15, 20 anos vai olhar para essa emissora com um olhar carinhoso, com olhar atento, com um olhar de lembrança e com olhar de reconhecimento.(PIMENTA, 2021, Entrevista ao autor – ver APÊNDICE D)<sup>17</sup>.

Então, a pesquisadora entende que a programação infantil, uma área de atuação referência das TVs públicas, pode fortalecer esse sistema ao criar um laço entre os telespectadores e as emissoras. Dessa forma, minha experiência pessoal com a TV Cultura e com a TV Brasil, enquanto telespectador, estimula a decisão de produzir um conteúdo que defende a importância desse sistema.

Para além de uma experiência pessoal, falar sobre radiodifusão é importante ao levar em consideração os apontamentos da Pesquisa Brasileira de Mídia realizada em 2016 que mostram a televisão como principal meio utilizado pelos brasileiros para se informar, seguida pela *Internet* e pelo rádio. Logo, abordar a radiodifusão é discutir sobre algo que está presente diariamente na vida de parte expressiva da população, através do consumo da televisão e do rádio (BRASIL, 2016).

Nesse sentido, o modelo de Radiodifusão Pública proposto pela Unesco demonstra, conceitualmente, a importância desse sistema para o exercício da cidadania e da democracia. Assim, o documento define que a Radiodifusão Pública “É uma ferramenta de informação e educação, acessível a todos e que se dirige a todos, independentemente da condição social ou econômica”<sup>18</sup>(UNESCO, 2001, p.7,

---

<sup>17</sup> Entrevista concedida pela pesquisadora Gisele Pimenta para o presente trabalho, em 14 de setembro de 2021.

<sup>18</sup> No original: “*Es una herramienta de información y de educación, accesible a todos y que se dirige a todos, independientemente de la condición social o económica de unos y otros.*”

tradução livre). Ademais, o texto amplia e propõe que além do caráter informativo e educacional as emissoras devem entreter e divertir, sempre prezando pela qualidade dos produtos.

No contexto nacional, a Constituição Federal de 1988, no artigo 223 (ao definir que o Poder Executivo deve autorizar os serviços de radiodifusão) aponta a necessidade de ser observado o princípio da complementaridade entre os sistemas Público, Privado e Estatal (BRASIL, 1988). Com isso, a Constituição prevê que os interesses dos sistemas privado e estatal podem não estar sempre em sintonia com os interesses da população. Dessa forma, a Radiodifusão Pública deve atuar a fim de oferecer uma programação com diversidade de conteúdos, de formatos, de rostos e vozes; sendo então um espaço aberto para todos.

Considerando a importância da Radiodifusão Pública para o fortalecimento da cidadania, se faz ainda mais necessário discuti-la perante o contexto de retrocessos que a principal referência nacional desse sistema, a EBC, tem sofrido. Além dos ataques que prejudicam a visão que a sociedade tem sobre a empresa, um documento produzido pela comissão de empregados da EBC denuncia que a empresa tem sofrido censura por parte do governo. O mais preocupante são os temas que mais foram censurados: “O relatório aponta que os temas mais afetados pela suposta censura no órgão foram direitos humanos (25% dos episódios), saúde (21,3%), geral (18,3%) e política (12,2%)” (FERREIRA, 2021). Constatar que uma emissora pública é censurada ao falar de direitos humanos e saúde – durante a terrível crise sanitária que o Brasil enfrenta em 2021 – demonstra o quanto é necessário incluir a população no debate sobre a importância da Radiodifusão Pública e como esse sistema está ameaçado no Brasil.

### 1.5.2 O Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina

O Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina teve sua criação no ano de 2011<sup>19</sup> pelo Laboratório de Políticas de Comunicação da Faculdade de

---

<sup>19</sup> Trata-se de um grupo de pesquisa com atuação reconhecida no campo da Comunicação Pública, especialmente da Radiodifusão Pública e das Políticas de Comunicação e de Cultura. Seus cofundadores foram os professores da Universidade de Brasília, Nelia Rodrigues Del Bianco e Carlos Eduardo Esch; e a professora da Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Sônia Virgínia Moreira. Desde 2015, também integram o grupo o professor e pesquisador Elton Bruno Pinheiro e a pesquisadora e jornalista da Secom-UnB, Gisele Pimenta. Há diversos estudantes de graduação e pós-

Comunicação da Universidade de Brasília em parceria com o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. O Observatório é um espaço aberto para debater e diagnosticar a Radiodifusão Pública na América Latina, especificamente sua estrutura, legislação e os Sistemas e Serviços Públicos de Radiodifusão dos países. Assim, o grupo produz análises e pesquisas sobre os modelos de gestão, sobre financiamento, a produção de conteúdos e a participação da sociedade – seja compondo a administração, e na maneira que avaliam as emissoras. Logo, o objetivo do Observatório é ser um campo de produção de conhecimento científico para subsidiar futuras pesquisas, sejam acadêmicas ou por parte do mercado.

Dessa forma, as pesquisas realizadas podem contribuir para esclarecer as problemáticas conceituais sobre o tema, a fim de avaliar como as questões sobre a missão, compromisso público e a participação social da Radiodifusão Pública estão postas na América Latina. E assim, fomentar e enriquecer os debates e as reflexões sobre a Radiodifusão Pública no continente.

### 1.5.3 A relevância dos *podcasts*

O *podcast* é um produto em áudio e, assim, utiliza os elementos da Linguagem Radiofônica. Essa linguagem possui seus códigos e elementos bem estruturados, além de uma exploração histórica na sociedade brasileira. A Pesquisa Brasileira de Mídia do ano de 2016 mostra que o rádio é o terceiro meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros para se informar, além disso, a pesquisa aponta que o rádio acompanha os brasileiros durante a semana, principalmente, nos afazeres domésticos. Assim, é possível perceber que parte considerável da população brasileira tem no rádio uma companhia e por isso a Linguagem Radiofônica é um formato que consegue dialogar com a população. Além do alcance, a Linguagem Radiofônica permite o uso de seus elementos de uma forma criativa para a produção de conteúdos atrativos nos mais diversos formatos. Sendo assim, o *podcast* se

---

graduação da UnB integrando o Grupo, em Projetos de Pesquisa, Iniciação Científica e de Extensão, contexto no qual me incluo, desde 2020. O Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, atualmente liderado pelos professores Carlos Eduardo Esch e Elton Bruno Pinheiro, pode ser localizado no seguinte *link* do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq: <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/368610>. Acesso em: 01 out. 2021.



beneficia ao utilizar códigos e elementos tão ricos e amplamente difundidos na sociedade brasileira.

Outro fenômeno importante que ocorre no Brasil é o aumento do acesso à *Internet*. Uma pesquisa realizada pelo IBGE aponta que em 2019 a Rede Mundial de Computadores já está presente em, aproximadamente, 80% das residências no país. (IBGE, 2019). Assim, não é surpresa os resultados da pesquisa realizada pela abPod em 2019 que aponta um crescimento do consumo de *podcasts* no Brasil. A referida associação indica, em sua pesquisa sobre produtores de *podcasts* realizada em 2020 e 2021, que as plataformas de *podcasts* apresentam números de crescimento variados, contudo, estima-se que o público de ouvintes de *podcast* no Brasil esteja entre 20 e 34 milhões de pessoas, durante o período da pesquisa (ABPOD, 2020-2021). Em comparação com a pesquisa realizada em 2019, em que público de consumidores de *podcasts* era de aproximadamente 17 milhões de pessoas (ABPOD, 2020-2021), houve um aumento considerável do consumo dessa mídia sonora. Além do crescimento do *podcast* como meio comunicacional, a pesquisadora Debora Lopez (2018) aponta que as produções científicas sobre esse tema têm aumentado, principalmente a partir de uma reflexão qualitativa sobre as novas formas que a Linguagem Radiofônica se estabelece no ambiente digital – o rádio expandido.

Aliado ao sucesso do *podcast* no país, é preciso reconhecer a potencialidade dos formatos que essa mídia proporciona. Dentre esses, o escolhido para a realização desse projeto foi o *podcast* narrativo. Esse formato se assemelha às reportagens em áudio e ao audiodocumentário, formatos provenientes do rádio. Contudo, a flexibilidade que a *Internet* proporciona faz com que os *podcasts* narrativos possam ser apresentados com uma linguagem descontraída, e com vínculos diferenciados com o público de interesse. E, por não precisar se encaixar dentro de uma grade de programação, os *podcasts* podem abordar os temas de uma maneira minuciosa sem se preocupar com o tempo. Com isso, os *podcasts* narrativos se apresentam como uma conversa ao pé-do-ouvido entre o apresentador e o ouvinte; isso permite interessantes níveis de imersividade, resultando em uma ferramenta eficaz para tratar de assuntos complexos de maneira didática.

Portanto, utilizar o formato de *podcasts* narrativos permite que a série **Mídia Pública** possa abordar temas complexos de uma maneira atrativa, sendo uma opção para uma proposta de divulgação científica. Contudo, para analisar a viabilidade e

consistência do projeto é necessário escrever e realizar um episódio-piloto, como sugere Mario Kaplún.

Quando se vai lançar um diário ou uma revista nova, costuma-se editar primeiro um “número zero” que não se distribui ao público, mas que serve para azeitar as engrenagens internas da produção, polir a publicação, reparar e corrigir defeitos. É recomendável adotar também esta prática antes de lançar no ar um novo programa de rádio: gravar um ou mais programas piloto, de teste. (KAPLÚN, 2017, p. 242)

Assim, Kaplún entende que produzir um episódio-piloto é uma maneira de consolidar a produção de um projeto. É importante ressaltar que o pesquisador se refere à produção de programas de rádio, onde existe uma dificuldade para realizar a distribuição das produções, devido ao caráter tecnológico que exige uma estrutura capaz de realizar as transmissões via ondas eletromagnéticas, por isso sugere que o episódio-piloto não deva ir, necessariamente, ao ar. Porém, ao produzir um *podcast* em que a distribuição é facilitada por meio da *Internet*, realizar a ampla divulgação do episódio-piloto permite que seja analisado a sua recepção pelo público de interesse, possibilita o “ouvinte-leitor”<sup>20</sup> (PINHEIRO, 2017) a fazer comentários sobre o programa, e proporciona uma liberdade maior para experimentar dentro dos gêneros e formatos e na estratégia de divulgação; além, é claro, de estruturar um modelo de produção, permitindo que se faça as adequações necessárias para a consolidação do projeto.

---

<sup>20</sup> Ao colocar o público que consome podcasts na atualidade como “ouvinte-leitor”, utilizamos a reflexão de Pinheiro (2017): “a respeito da obra de Umberto Eco (2002, p. 12), na qual o referido teórico italiano analisa o que o texto “deixa os próprios conteúdos em estado virtual, esperando que a sua atualização definitiva se dê com o trabalho cooperativo do leitor”. A partir disso, Pinheiro cunha a expressão “ouvinte-leitor”, referindo-se – de modo a considerar também a questão da acessibilidade dos conteúdos midiáticos – à não passividade de quem lê/escuta o texto/a mensagem radiofônica, no sentido de que o indivíduo não só “recebe”, mas também interpreta e interage com ela a partir do seu campo de subjetividade, da sua diversidade sensorial e de seus conhecimentos/saberes prévios.” (PINHEIRO, 2017 *apud* SILVA, 2020, p. 22).

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Da Radiodifusão e Comunicação Pública

Para definir **radiodifusão** é possível utilizar o artigo 223 da Constituição Federal de 1988. Presente no Capítulo V (que trata sobre a Comunicação Social) o artigo 223 define que o Poder Executivo deve autorizar os serviços de radiodifusão, e então define de qual radiodifusão estamos falando: “Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens [...]” (BRASIL, 1988). Diante disso, entende-se que o sistema de radiodifusão é composto por emissoras de rádio e televisão. O artigo 223 segue com o intuito de definir em que parâmetros o Poder Executivo deve autorizar os serviços de radiodifusão: “[...] observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal” (BRASIL, 1988). Dessa forma, a Constituição define que a radiodifusão é a transmissão de sons e de sons e imagens, através da emissão de ondas eletromagnéticas; e, a necessidade de existir três sistemas que se complementam, o Privado, o Público e o Estatal.

O sistema **privado** é composto por emissoras que possuem intenções comerciais. Dessa forma, o interesse principal é o lucro, então a programação é moldada para que tenha um grande alcance a fim de que as publicidades veiculadas por essas emissoras tenham maior visibilidade e, por consequência, um maior retorno financeiro. Logo, o sistema privado está sujeito ao mercado, e seu principal interesse é o comercial.

Com a intenção de definir o sistema **estatal** é possível trazer a fala da professora Dra. Nelia Del Bianco em entrevista concedida ao livro “Em Defesa da Comunicação Pública” (2016). “Em tese, o sistema estatal faria prestação de serviços do governo e apresentaria à população o ponto de vista governamental como componente da variedade de pontos de vista da democracia midiática” (BIANCO *apud* RAMOS *et al.*, p. 183, 2016).

A ideia que o termo **público** pode representar está relacionada com a própria classificação gramatical da palavra. Como substantivo, **público** pode ser sinônimo de audiência, auditório; dessa maneira traz um sentido de um grupo de pessoas com prováveis interesses em comum. Enquanto adjetivo, **público** remete a ideia de algo

que é de todos, que é acessível, que pode ser visível a todos; dessa forma é um antônimo ao termo **privado**. Tal diferenciação é trazida no texto “Serviço público de mídia e comunicação pública: conceito, contextos e experiências” escrito pelos pesquisadores e pesquisadoras da Comunicação Pública Fernando Oliveira Paulino, Liziane Guazina e Madalena Oliveira (2016).

Dessa forma, o texto propõe que a definição de público se relaciona com algo que é para todos e traz o sentido de universalidade.

Ser público significa ser potencialmente *de todos*. Por outras palavras, significa admitir a participação e o envolvimento de todos, na medida em que aquilo que se diz público pode afetar direta ou indiretamente o interesse e a vida do coletivo. Daí que ser público signifique também ser potencialmente para todos, ter impacto geral.

[...] os conceitos de serviço público e de comunicação pública recolhem do vocábulo *público(a)* um princípio de universalidade que se inspira nesta significação genérica de ser-se *de todos* e *para todos*. (PAULINO, GUAZINA e OLIVEIRA, 2016, p. 56).

É inserido nesse pensamento que o conceito de **Comunicação Pública** se encontra. Ou seja, pelo fato da Comunicação Pública carregar a noção de uma comunicação destinada a todos e todas, os conteúdos produzidos devem refletir a diversidade presente na sociedade e permitir a participação social.

Sendo assim, o Sistema Público de Radiodifusão é parte integrante da Comunicação Pública, através de emissoras de rádio e televisão que possuem como principal foco o interesse público. Retomando o texto “*La Radio y Televisión Pública: ¿Por qué? ¿Cómo?*” que propõe uma definição para o sistema: “A rádio e televisão pública se define como um lugar de encontro onde todos os cidadãos são bem-vindos e são considerados iguais”<sup>21</sup> (UNESCO, 2001, p. 7, tradução livre).

Considerando a definição de Radiodifusão Pública proposta pela Unesco, é importante explanar os quatro princípios que o documento propõe para definir, diferenciar e modelar os Sistemas Públicos de Radiodifusão. Tais princípios são: universalidade, diversidade, independência e especificidade.

O princípio da **universalidade** propõe que as emissoras públicas de rádio e televisão devem ser acessíveis a todos os cidadãos em todo o território nacional. Dessa forma, tem um caráter democrático em sua programação, que deve ter como objetivo alcançar toda a população. Tal princípio não trata da questão que as

---

<sup>21</sup>**No original:** *La radio y televisión pública se define como un lugar de encuentro donde todos los ciudadanos están invitados y son considerados sobre una base igualitaria.*

emissoras com intenções comerciais possuem em desejar a maior audiência; a universalidade diz respeito a um conjunto de programação capaz de ser consumida por todas as pessoas no país, ou seja, uma programação popular – no sentido de atrativa e acessível.

A **diversidade** diz respeito a três formas em que os serviços das emissoras de Radiodifusão Pública devem ser diversificados: a diversidade de gêneros e formatos; a diversidade de público e a diversidade de temas tratados. Logo, os Serviços Públicos de Radiodifusão devem refletir a própria diversidade da sociedade. Portanto, é possível ver que os princípios se relacionam, visto que para alcançar a universalidade, é preciso que haja uma diversidade nos programas oferecidos a fim de refletir e alcançar o maior número de pessoas.

O terceiro princípio, a **independência**, propõe que o Serviço Público de Radiodifusão não deve estar sujeito às pressões comerciais e ao poder político. Assim, se torna um lugar em que as mais diversas ideias possam ser apresentadas e debatidas com liberdade de informação, opinião e crítica. Esse princípio é importante pois caso as emissoras públicas estejam sujeitas ao poder político, a credibilidade perante a sociedade é afetada; e, se sofre influências do interesse econômico, o conteúdo oferecido ficaria muito semelhante às emissoras comerciais.

Portanto, o princípio da **especificidade** visa que o Sistema de Radiodifusão Pública se diferencie dos demais sistemas. Assim, ao proporcionar uma programação com liberdade editorial, com diversidade e que busca alcançar toda a população, as emissoras públicas oferecem um serviço de qualidade própria. Então, esse princípio indica que, em comparação com o sistema comercial, a Radiodifusão Pública se torna um espaço de inovação e experimentação para poder criar produtos que se distinguem dos demais, não se restringindo aos gêneros, formatos e conteúdos que as emissoras comerciais utilizam. Dessa forma, o caráter diferenciador do Serviço de Radiodifusão Pública é a capacidade de abordar temas, transmitir rostos, vozes e histórias que são preteridos pelos interesses econômicos.

A partir do modelo proposto pela Unesco (2001), é preciso analisar como o Serviço Público de Radiodifusão se coloca no contexto nacional. Assim, a lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, delineava a formação de um Sistema de Radiodifusão Pública no Brasil, com a intenção de aproximar o sistema ao modelo da Unesco. A lei ficou conhecida como Lei da EBC por trazer como principal mudança a criação da

Empresa Brasil de Comunicação – com a função de implantar e operar as emissoras públicas de rádio e televisão no país.

A lei 11.652 define os princípios que devem orientar a Radiodifusão Pública no Brasil e tais princípios estão de acordo com a definição proposta pelo documento da Unesco (2001) e com a Constituição Federal (BRASIL, 1988).

- I - complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal;
- II - promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo;
- III - produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas;
- IV - promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente;
- V - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família;
- VI - não discriminação religiosa, político partidária, filosófica, étnica, de gênero ou de opção sexual;
- [...]
- VIII - autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e
- IX - participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira. (BRASIL, 2008).

Tal proposta para a consolidação do Serviço Público de Radiodifusão no Brasil estipulou medidas para a criação de um sistema que buscava a universalidade, a diversidade, independência e especificidade. Contudo, a implementação do sistema não tomou medidas para garantir sua total independência. O exemplo mais evidente é que em sua criação a EBC foi vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (BRASIL, 2008) – com a lei nº 13.417 passou a estar vinculada à Casa Civil da Presidência da República (BRASIL, 2017).

Tal vínculo com a Presidência da República interfere na autonomia da empresa, pois a deixa sujeita aos interesses do governo de plantão. É possível perceber essas interferências com a lei nº 13.417, sancionada pelo governo Temer, que retira a participação social do conselho curador da empresa e passa a compor o conselho com nomes apontados pelo governo. É importante ressaltar essa medida, pois é a responsável por retirar o povo da principal empresa de Comunicação Pública do país e substituí-lo por aliados do governo. Assim, as emissoras que deveriam ter como principal interesse o povo, passam a atuar sujeitas aos interesses políticos.

Ao comparar o ideal de Radiodifusão Pública proposto pela Unesco e a sua implementação no contexto nacional, percebe-se que há uma incompatibilidade entre o conceito proposto pelo texto “*La Radio y Televisión Pública: ¿Por qué? ¿Cómo?*” e o conceito que a população passa a ter a partir das experiências que a são referências para ela. Dessa forma, entende-se que existe um desafio em conceituar a Radiodifusão Pública.

A dificuldade de conceituar a Radiodifusão Pública é abordada pelo Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina. Em 2012, o Grupo publica o texto “Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina” que apresenta resultados parciais de uma pesquisa realizada pelo Observatório com a intenção de analisar a forma em que a gestão, o financiamento e a participação social estavam inseridos nos Sistemas de Radiodifusão Pública em 10 países da América Latina.

É necessário considerar que o surgimento de emissoras de rádio e televisão sem intenções comerciais na América Latina, em sua maioria, têm sua origem através da iniciativa de governos e de instituições do Estado. Assim, esses serviços carregam marcas causadas por seu contexto histórico de atuação, pois foram estruturados de forma a não ter independência de atuação, e nem financeira, estando sujeitos ao Estado. O Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina aponta as duas principais tradições que esse sistema carrega. “O sistema de radiodifusão não comercial se estruturou com base em duas tradições: 1) associado à noção de educativo e cultural; e 2) vinculado à agenda governamental e estatal” (BIANCO, ESCH e MOREIRA, 2012, p. 160). Então, por razão de ter o seu surgimento atrelado a esse contexto, o Serviço de Radiodifusão Pública encontra dificuldade em se distanciar dos vínculos com o Estado.

O cenário atual de interferências do governo no Sistema de Radiodifusão Pública acontece pelo histórico de surgimento de emissoras não comerciais atreladas ao Estado, então a noção da Radiodifusão Pública encontra vínculos com o sistema chamado Estatal. Além disso, o Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina aponta quais outros fatores precisam ser superados para que o conceito de radiodifusão pública na América Latina esteja em sintonia com a definição proposta pela Unesco.

[...] implica enfrentar uma prática marcada: a) pela ausência de uma cultura política sustentada por práticas efetivamente democráticas de consolidação dos valores públicos; b) pela inexistência de um conjunto de regras profissionais (impessoais) que coloque as estruturas públicas de

comunicação longe de influências e desmandos políticos de momento; c) pela falta de interesse em promover uma legislação que garanta independência econômica e regras previsíveis e estáveis de repasses financeiros incluídos nos orçamentos governamentais; e d) pela necessidade de profissionalização do corpo técnico/gerencial/operacional das emissoras públicas. (BIANCO, ESCH e MOREIRA, 2012, p. 178).

Então, apesar de o documento da Unesco “*La Radio y Televisión Pública: ¿Por qué? ¿Cómo?*” Estabelecer uma estrutura para um Sistema de Radiodifusão Pública eficiente, que atue como porta-voz da sociedade a fim oferecer diversidade de conteúdo e opinião para garantir o direito à comunicação e à informação, é possível ver que as experiências desse sistema no Brasil acabam sofrendo com interferências por parte dos interesses políticos e econômicos. Assim, a sociedade passa a enxergar o Serviço Público de Radiodifusão de uma maneira negativa, conforme aborda o texto “Radiodifusão pública brasileira: o desafio de conquistar credibilidade e representatividade social” elaborado pelo professor Dr. Carlos Eduardo Esch e a professora Dra. Nelía Del Bianco – integrantes do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina.

Quando se perguntou qual a primeira ideia que surge na mente quando se fala em rádios e TV públicas, dois terços fizeram comentários negativos por acreditarem que estes meios estão historicamente vinculados aos governos:

“Lugar de politicagem do governo...”

“Lugar de propaganda descarada dos governos...”

“Programação direcionada para o governante do momento”

“São governistas ao extremo, menos públicas...”

“São voltados para noticiar aquilo que interessa ao governo...”

“Tudo fachada. Deveriam ser confiáveis e mais isentas que as privadas, mas não é a nossa realidade...” (ESCH e BIANCO, 2016, p. 124).

Portanto, surge a necessidade de se inserir no debate sobre o Serviço Público de Radiodifusão no Brasil com a intenção de defender tal sistema, a partir da noção de sua importância, para o fortalecimento da democracia e a garantia do direito à informação. Logo, se faz necessário elaborar uma estratégia de divulgação científica para poder difundir o conhecimento levantado pelos pesquisadores da área – especificamente os integrantes do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina.



## 2.2 Da divulgação científica

Com o intuito de definir “**divulgação científica**” se faz necessário colocar a importância de fazer e compreender **ciência**. O Saber Científico oferece a capacidade de entender o contexto em que se está inserido e os indivíduos que o compõem. Chassot propõe a ciência como “uma linguagem para facilitar nossa leitura do mundo natural” (1993, p. 37). Tal definição não exclui as ciências que são consideradas como Ciências Humanas; o autor entende que tais ciências compõem o mundo natural por abordarem os conhecimentos das relações humanas, seja através das Ciências Sociais, Ciências Políticas, entre outros exemplos (CHASSOT, 2003).

Sendo assim, compreender a ciência é uma maneira de estar inserido conscientemente no mundo. Dessa forma, Chassot entende a necessidade de que o saber científico seja acessível: “Há uma continuada necessidade de fazermos com que a ciência possa ser não apenas medianamente entendida por todos, mas, e principalmente, facilitadora do estar fazendo parte do mundo” (2003, p. 93); para então atuar como uma ferramenta de inclusão social.

Inserido nesse pensamento de alastrar o conhecimento científico, o pesquisador Wilson Bueno, com base em Antonio Pasquali, diferencia três termos: a difusão científica, a disseminação científica e a divulgação científica. A **difusão científica** propõe um conceito amplo sendo toda e qualquer forma de veicular informação científica; então abrange diversos meios e formatos, como por exemplo: publicações especializadas, bibliotecas, programas de rádio, cinema, congressos e eventos; ou seja, qualquer espaço em que seja abordada ciência. Assim, a difusão científica é um campo maior que abarca a disseminação científica e a divulgação científica. O autor propõe ainda dois níveis de difusão científica que irão se diferenciar de acordo com o público de interesse:

A difusão científica pode ser pensada em pelo menos dois níveis, segundo a linguagem em que as informações são escritas e segundo o público a que estas se destinam: 1) difusão para especialistas e 2) difusão para o público em geral. (BUENO, 1985, p. 1421).

Nesse sentido, para Bueno (1985) a **disseminação científica** seria a circulação de informações entre especialistas, seja da mesma área ou de áreas conexas. Então é caracterizada por ter um público delimitado e pela presença de conteúdo e linguagem específica. Por outro lado, a **divulgação científica** se destina

para o público em geral. Logo, é necessário que haja uma adaptação da linguagem para que consiga ser eficiente:

Vê-se que a divulgação científica pressupõe um processo de recodificação, isto é, a transposição de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada, com o objetivo de tornar o conteúdo acessível a uma vasta audiência. (BUENO, 1985, p. 1421-1422).

Contudo, ainda se faz necessário diferenciar a comunicação científica da divulgação científica, visto que a palavra “comunicação” carrega a noção de meios que são usados para alcançar um grande número de pessoas. A **comunicação científica** está inserida no conceito de disseminação científica, dessa forma utiliza meios de comunicação como periódicos e revistas de caráter específico destinados a especialistas. Assim, Bueno propõe que os conceitos possuem características semelhantes, pois tratam de difundir informações científicas, mas a maneira que o fazem acabam se diferenciando.

Embora os conceitos exibam características comuns, visto que ambos se reportam à difusão de informações em ciência, tecnologia e inovação (CT&I), eles pressupõem, em sua práxis, aspectos bastante distintos e que necessitam ser enunciados. Incluem-se, entre eles, o perfil do público, o nível de discurso, a natureza dos canais ou ambientes utilizados para sua veiculação e a intenção explícita de cada processo em particular. (BUENO, 2010, p. 2).

Sendo assim, Bueno (2010) argumenta que a **divulgação científica** propõe alcançar um público que não possui, obrigatoriamente, uma formação científica. Então se destina a indivíduos que não são especialistas, que não lidam com termos técnicos e com os conceitos que compõem determinado conhecimento científico. Em função disso, para fim de divulgação científica, é necessário que o discurso seja adaptado para ser coerente com o público de interesse. Logo, podem ser utilizadas ferramentas como: ilustrações, comparações e metáforas; com a intenção de transformar o discurso científico em informações acessíveis para pessoas que não possuem familiaridade com o assunto. Para alcançar um público diverso, a divulgação científica pode utilizar de meios de comunicação com grande alcance, como o rádio, a televisão, a *Internet*, mas pode se destinar a grupos menores de pessoas, como em palestras, apresentações teatrais e cordéis. Dessa forma, “A divulgação científica pode contemplar audiência bastante ampla e heterogênea [...]” (BUENO, 2010, p. 4).

Com esse pensamento, um acontecimento marcante na história da divulgação científica no Brasil é a chegada do rádio no país. Em 1923, é fundada a Rádio

Sociedade do Rio de Janeiro, considerada a primeira rádio do Brasil. A Rádio Sociedade foi criada por cientistas da Academia Brasileira de Ciências (ABC) com a intenção de utilizar o rádio para propagar conteúdo educativo e cultural, conforme demonstram Luisa Massarani e Idleu de Castro Moreira:

Ela foi criada por um conjunto de cientistas, professores e intelectuais, entre eles membros da ABC, que se cotizaram para implantar o novo veículo de comunicação, que tinha como objetivo a difusão de informações e de temas educacionais, culturais e científicos. (MOREIRA e MASSARANI, 2002, p. 52).

O texto aponta que no ano de 1925, em uma viagem ao Brasil, o cientista alemão Albert Einstein proferiu um breve discurso, para ser transmitido pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, em que comentou sobre a importância de utilizar as ondas do rádio para fins de divulgação científica, pois através do meio era possível abordar os temas de maneira a se tornarem mais compreensíveis por parte da população. A fala de Einstein se justifica através da programação que a Rádio Sociedade oferecia, seus programas eram variados e tratavam sobre música, ofereciam cursos de línguas estrangeiras, de história do Brasil, entre outros. Além disso, “Ministravam-se também cursos e palestras de divulgação científica: como nascem os rios (Othon Leonardos), marés (Mauricio Joppert), química (Mário Saraiva), física (Francisco Venâncio Filho) e fisiologia do sono (Roquette-Pinto)” (MOREIRA e MASSARANI, 2002, p. 52).

A jornalista Erika Franziska Werneck aponta que desde a primeira transmissão de Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, Roquette-Pinto deixou marcado qual era a intenção por trás do estabelecimento desse meio no país:

No dia 1º de maio, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro fez sua primeira transmissão experimental. Na ocasião, Roquette-Pinto disse ao microfone: “A partir de agora, todos os lares espalhados pelo imenso território do Brasil receberão livremente o conforto moral da ciência e da arte pelo milagre das ondas misteriosas que transportam, silenciosamente, no espaço, as harmonias”. (WERNECK, 2002, p. 79).

Portanto, a divulgação científica através do rádio tem um histórico de atuação no Brasil. Sendo considerado o contexto atual, em que o rádio como meio não é a única ferramenta de grande alcance, a divulgação científica pode usufruir de outras plataformas, como por exemplo a *Internet*. Logo, o *podcast* pode atuar como uma opção de formato que utiliza de recursos atrativos e de elementos da linguagem radiofônica – que no Brasil tem sua origem atrelada à propagação da ciência – para ser uma voz de divulgação científica.

### 2.3 Do som, linguagem radiofônica e *podcast*

O **som** é uma das primeiras formas em que os seres humanos podem perceber o mundo. Dessa forma, o professor José Eugênio de Menezes aponta ao entender que:

[...] aos quatro meses e meio o feto tem condições de reagir a estímulos acústicos, que o ouvido se desenvolve antes da vista e que o ouvir é condição prévia para que se desenvolvam os sentimentos de segurança e pertencimento. (MENEZES, 2008, p. 112).

Logo após o nascimento, mesmo antes de entender o significado que as palavras carregam, os bebês já compreendem o tom da voz, reconhecem o timbre de quem está falando, se assustam ou se alegram com diferentes sons.

Então, o som é uma das principais maneiras de se inserir no mundo, nesse sentido, o som está atrelado à própria percepção de espacialidade. Assim, Schafer (2001) traz o termo “paisagens sonoras” como a capacidade que diferentes qualidades do som possuem que proporcionam a identificação de um espaço físico. Indo além, o som tem a capacidade de estimular a imaginação do ouvinte o possibilitado a criar imagens mentais:

[...] a partir das sensações auditivas e do conhecimento da realidade referencial que o ouvinte tem por sua capacidade de percepção multissensorial, permite construir uma imagem a partir do objeto sonoro percebido: a imagem auditiva. (BALSEBRE, 2005, p. 336).

Assim, o som possui muitas possibilidades que o tornam um objeto atrativo para se pensar e criar. Balsebre (1994) reflete sobre um trecho do livro “História cômica dos estados e impérios da Lua” de Cyrano de Bergerac em que o autor apresenta um livro mágico, que não necessita de olhos para ler, mas se usa os ouvidos. Para ler o livro milagroso, é preciso girar um ponteiro sobre o capítulo e desse livro em formato de caixa ecoa a voz que conta a história, soam músicas e sons diversos dos pensadores da Lua. Dessa forma, o teórico do rádio, Armand Balsebre, traz essa história para apontar como no século XVII já se sonhava com a possibilidade de registrar e transmitir o som.

A profecia de Cyrano de Bergerac se cumpre com a criação e difusão do rádio. Por ser um meio de comunicação com um histórico de atuação amplo, o rádio se torna a principal mídia de criação utilizando diversos aspectos do universo sonoro para a construção de seus produtos. O uso do som para a criação de conteúdos possibilitou

que fosse construída uma linguagem, a **Linguagem Radiofônica**. Balsebre (2005) propõe que para ser considerado como linguagem é preciso que haja um conjunto sistemático de signos a fim de alcançar alguma espécie de comunicação. O autor ainda propõe que a função comunicativa da linguagem é caracterizada por possuir código, mensagem e também o seu uso social. Logo, segundo Balsebre, a Linguagem Radiofônica aparece nos produtos sonoros que utilizam ruídos (sons) de uma maneira contínua, ordenada e significativa. Além disso, o autor propõe que o avanço tecnológico e a prática da produção de produtos em áudio permitiram que a Linguagem Radiofônica se desenvolvesse:

Com o desenvolvimento tecnológico da reprodução sonora; a profissionalização dos roteiristas, montadores, realizadores e locutores; a adaptação ao novo contexto perceptivo imaginativo, que determinava uma maneira distinta de escutar o som, e, também, com o pleno convencimento de que a mensagem sonora do rádio poderia transformar e tergiversar a expressão da natureza, principalmente através da ficção dramática, criando novas paisagens sonoras, nasceram rapidamente novos códigos, novos repertórios de possibilidades para produzir enunciados significantes. (BALSEBRE, 2005, p. 328).

Nesse sentido, Armand Balsebre (2005) propõe uma classificação para os códigos (e seus elementos) presentes na Linguagem Radiofônica: palavra, música, efeitos sonoros e silêncio. A **palavra**, segundo o autor, aparece no próprio texto, que pode ser escrito ou improvisado. Quando o texto é roteirizado, é preciso considerar que ele será ouvido, dessa forma deve se pensar na escrita de um texto sonoro, no sentido de trazer a espontaneidade e familiaridade no discurso. Além do texto, a forma que a voz é colocada traz componentes estéticos. “O som da palavra define-se acusticamente pelo timbre, tom e intensidade e a cor da palavra é a dimensão resultante da inter-relação destes três elementos [...]” (BALSEBRE, 2005, p. 331). Outro ponto importante definido pelo autor é a forma em que a voz é recebida pelos ouvintes, devendo ser presente e real para proporcionar empatia e identificação, a “voz amiga” (BALSEBRE, 2005).

A **música**, que assim como o texto também possui sua própria linguagem com seus próprios códigos e elementos, atua para produzir diversas formas de sensações e para criar imagens auditivas. Dessa forma pode agir de maneira: expressiva, ao criar o clima emocional; ou descritiva, para criar a ambientação da paisagem sonora. Assim, a música pode aparecer tanto ao fundo da voz, gerando uma harmonia com a palavra; ou pode tomar a frente e ser o elemento principal do produto radiofônico.

Armand Balsebre observa quatro funções que os **efeitos sonoros** desempenham: criar ambiências, gerar expressividade, construir narrativas e ornamentar. Assim podem agir de forma a gerar verossimilhança para a construção da ambientação e desenvolvimento da narrativa; ou em conjunto com a música e a palavra criar expressividade e proporcionar atratividade para o produto radiofônico. O autor ainda classifica o **silêncio** dentro da Linguagem Radiofônica ao apontar que o texto só faz sentido por meio da alternância entre a palavra e o silêncio. Para além disso, o silêncio atua para divisão de núcleos narrativos; e proporciona um momento de reflexão, por ser um elemento que distancia o ouvinte.

Nesse sentido, apesar de os *podcasts* não utilizarem a transmissão por meio de ondas hertzianas, esses produtos em áudio são construídos com os mesmos códigos e elementos da Linguagem Radiofônica:

[...] a tendência é aceitar o rádio como uma linguagem comunicacional específica, que usa a voz (em especial, na forma da fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada. (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010, p. 1010).

Sendo assim, o *podcast* é um produto em áudio – construído com a Linguagem Radiofônica – que pode ser facilmente distribuído por meio da *Internet*, sendo possível consumir de maneira online (utilizando plataformas de streaming de áudio) ou realizando o download para consumir de maneira off-line. O termo **podcast** surge da expressão em inglês *podcasting*, que foi utilizada pela primeira vez em 2004 pelo jornalista britânico Ben Hammersley em uma matéria sobre o possível surgimento de uma nova maneira de se consumir rádio<sup>22</sup>.

Dessa forma, Eduardo Vicente demonstra que *podcasting* se refere a uma prática de produção e consumo de produtos radiofônicos pela *Internet*, e que o surgimento desse termo se relaciona com o contexto tecnológico e econômico da época, em que a empresa *Apple* era a principal referência em vendas de produtos para consumo de áudio no meio digital:

Deve-se destacar, ainda, a forte relação da Apple com o cenário que então se constituía, evidenciada inclusive no termo proposto por Hammersley, já que o “podcasting” representa a junção das palavras iPod e broadcasting (transmissão). (VICENTE, 2018, p. 90).

---

<sup>22</sup> Disponível em: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> . Acesso em: 01 out. 2021

Assim, *podcasting* surge como uma prática de disponibilização de conteúdos na *Internet*. Richard Berry, ainda em 2006, diferencia o consumo de *podcasts* de outros meios de duas formas: poder ser escutado quando o consumidor quiser, permitindo também a escolha de conteúdos que seriam acessados; e, a possibilidade de se inscrever para acompanhar os programas que tiver interesse, através da tecnologia *RSS (Really Simple Syndication)* (BERRY, 2006). Leo Lopes propõe uma definição de fácil entendimento para *RSS*:

Explicando de uma forma bem simples, o *RSS* é uma maneira de um programa chamado agregador de conteúdo saber que um blog foi atualizado sem que a pessoa precise visitar o *site*. Ou seja, em vez de o internauta ir até o conteúdo, é o conteúdo que “vai” para o internauta. (LOPES, 2014, p. 14).

Nesse sentido, o *podcast* não necessita de uma grade de programação, pois através da tecnologia *RSS* os inscritos têm a possibilidade de receber os novos produtos. Atualmente, além das plataformas agregadoras de conteúdo exclusivas para veiculação de *podcasts*, esses produtos em áudio podem ser encontrados em outras plataformas como: *sites* e aplicativos para celulares de *streaming* de música, como *Spotify* e *Deezer*; plataformas de vídeo como *YouTube*; e também os criadores de conteúdo podem criar o próprio *site* e disponibilizar seus *podcasts* diretamente.

Então, *podcast* não é um termo que se refere apenas a um produto em áudio, mas também a uma prática que permite sua produção de maneira independente e sua disponibilização na *Internet* que possibilita o seu consumo através de dispositivos móveis. Assim, apesar de usar a Linguagem Radiofônica, o *podcast* proporciona que os gêneros e formatos estabelecidos no rádio se adaptem às novas práticas de produção e consumo – se adaptem ao *podcasting*.

Inserido nesse contexto, o documentário radiofônico é um formato que faz parte do gênero jornalístico/informativo e tem a sua origem no rádio. Eduardo Vicente conceitua o documentário em áudio:

Formato híbrido, o documentário radiofônico pode incorporar elementos de todos os gêneros aqui apresentados, já que pode incluir entrevistas, depoimentos pessoais, opiniões e dramatização de textos e acontecimentos. Para tanto, necessariamente exige o uso de música e efeitos. (VICENTE, 2002).

Na prática do *podcasting*, o formato documentário radiofônico passa por mudanças, pois não é necessário seguir uma grade de programação, e nem se preocupar, necessariamente, com a duração do programa. Assim, esse formato passa

a ter outra nomenclatura de caracterização, passando a se chamar de *podcast* narrativo. Então, o **podcast narrativo** pode se utilizar dos elementos da Linguagem Radiofônica para construir uma narrativa que seja atrativa. Por esse motivo, o *podcast* narrativo necessita ser inteiramente roteirizado, por ter como sua principal característica a história que vai ser contada.

Personagens, cenas e sequências de acontecimentos são construídos sobre um **arco narrativo** com começo, meio e fim (ou antes, durante e depois), como um filme de ficção ou um documentário. Cada minuto, cada trilha sonora e cada pedaço de fala (do narrador, dos entrevistados ou de áudios de arquivo) são pensados para transportar o ouvinte para outro lugar, para outro tempo, para dentro da história. (COCHICHO, 2020).

Desse modo, o *podcast* narrativo propõe um produto em áudio que utiliza os elementos da Linguagem Radiofônica de maneira eficiente para ser capaz de construir uma história que tenha um “arco narrativo”. Logo, esse formato resulta em um produto que possui qualidade técnica a fim de que a narrativa seja atrativa para o público. Portanto, o *podcast* narrativo demonstra ser uma ferramenta útil para abordar, de forma didática e em um produto rico na Linguagem Radiofônica, assuntos de interesse público, propostas de divulgação científica e conteúdo educativo-cultural.



### 3 REFLEXÕES SOBRE A METODOLOGIA

O presente trabalho se propõe a produzir e a refletir sobre o processo de realização do *podcast* narrativo de divulgação científica Mídia Pública, tendo como base a produção acadêmica do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina e entre seus objetivos principais a valorização e a defesa da Comunicação Pública. Nesse sentido, a pesquisa se desenvolve a partir de um caráter **qualitativo**. Flick propõe quatro aspectos essenciais para a pesquisa qualitativa:

Os aspectos essenciais da pesquisa qualitativa [...] consistem na escolha adequada de métodos e teorias convenientes; no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas; nas reflexões dos pesquisadores a respeito de suas pesquisas como parte do processo de produção de conhecimento; e na variedade de abordagens e métodos. (FLICK, 2009, p. 23).

Assim, a pesquisa realizada buscou encontrar os métodos e referências que permitiram o seu desenvolvimento e propõe uma reflexão sobre o processo de realização do produto – proporcionando análises e reflexões tanto sobre o tema abordado quanto o seu formato.

#### 3.1 A triangulação metodológica

Em primeiro momento, o trabalho de pesquisa e de produção experimental partem de uma **triangulação metodológica**, utilizando diversas práticas, ferramentas e perspectivas para garantir rigor e riqueza na pesquisa (FIGARO, 2014). Então os diferentes procedimentos metodológicos aplicados buscam trazer complementaridade e não dicotomia entre si. Sendo assim, os métodos aplicados no contexto da presente pesquisa e assimilados durante a realização do produto foram: o estado da arte; o método cartográfico; e entrevistas compreensivas.

O **estado da arte** é um método de caráter bibliográfico que se propõe a mapear e discutir conceitos que se apresentam em diversas esferas do conhecimento. (FERREIRA, 2002). Tal método foi aplicado com a intenção de levantar referencial teórico, buscar respostas às problemáticas de pesquisa e servir como base para a elaboração do produto – em todas as etapas de pré-produção, produção e pós-produção – e também na concepção deste memorial. Dessa forma, abarcou o tema, Radiodifusão Pública; o objetivo, divulgação científica; e o formato, *podcast*.

O método estado da arte foi aplicado de forma contextual, isto é, realizamos uma pesquisa bibliográfica através da busca de conceitos e discussões em livros; artigos de revistas e periódicos; matérias veiculadas em jornais eletrônicos. Também se utilizou a pesquisa documental com a intenção de observar a Radiodifusão Pública através de uma perspectiva legal em fontes primárias, então foram consultadas as leis que instituem o sistema através da EBC (lei nº 11.652 e lei nº 13.417); a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988; e o Código Brasileiro de Telecomunicações (BRASIL, 1962).

O método **cartográfico** se apresenta como uma forma de acompanhar processos de produção e não em representar um objeto (KASTRUP, 2007). Dessa forma, busca traçar um mapa (inacabado) do objeto de estudo a partir de atualizações que devem ser percebidas através do olhar atento do pesquisador; todavia não se apresenta como um método rígido, sugere uma construção através de um trilhar que busca mapear o objeto (ROSÁRIO e COCA, 2018). A cartografia como método surge inspirada em Deleuze e Guattari, sendo apontada pelos filósofos com parte do rizoma; dessa forma não apresenta um começo e um fim, é sempre um processo de construção, então cresce para qualquer direção (DELEUZE e GUATTARI, 1995). Nesse sentido, o método cartográfico foi utilizado com a intenção de mapear a produção do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina através da atualização da produção individual e coletiva (dentro da área da Comunicação Pública) feita pelos integrantes do grupo de pesquisa na Plataforma Lattes.

A **entrevista compreensiva**, como método, se propõe a ser uma ferramenta de escuta que assume o envolvimento do entrevistador na análise de conteúdo e interpretação das respostas; bem como apresenta a particularidade de permitir flexibilidade dos instrumentos e técnicas (KAUFMANN, 2013). Nesse contexto, entende-se que a escolha dos entrevistados(as) deve estar ancorada na representatividade que eles(as) oferecem, tanto para o referencial teórico quanto para a construção do produto. Tendo em vista que o *podcast* **Mídia Pública** se propõe a ser uma ferramenta de divulgação da produção do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, as entrevistas realizadas com os integrantes do grupo de pesquisa atuam de forma a enriquecer e validar o produto.

Foram entrevistados três pesquisadores do Observatório: a professora da UnB/UFG e cofundadora do observatório Dra. Nelia Del Bianco; o professor da UnB e

também cofundador do grupo, Dr. Carlos Eduardo Esch; e a jornalista da Secom-UnB e pesquisadora do Observatório Me. Gisele Pimenta. As questões apresentadas foram formuladas buscando conceituar a Radiodifusão Pública; entender os desafios que esse sistema enfrenta; o futuro desse Serviço; e questões específicas considerando o histórico de pesquisa e atuação de cada entrevistado(a). As entrevistas foram realizadas de maneira remota, com o envio prévio das questões através de email e as respostas foram coletadas através da gravação de áudio que cada entrevistado(a) realizou de forma que o(a) fosse mais conveniente; após as respostas terem sido recebidas, foram transcritas e adaptadas, de acordo com a flexibilidade proposta pelo método de entrevista compreensiva.

### **3.2 Podcast narrativo e divulgação científica**

Com o objetivo de produzir um episódio-piloto de uma série de *podcasts* narrativos como ferramenta de divulgação científica se faz necessário utilizar os métodos de produção de produtos em áudio para construir uma peça em áudio imersiva (VIANA, 2020) e acessível (PINHEIRO, 2020); realizada através dos processos de: produção; gravação; edição; publicação; e distribuição (LOPES, 2014).

A **produção**, em um primeiro momento, busca a definição do tema, o público de interesse e o formato; nesse sentido a pesquisa realizada previamente, através da triangulação metodológica, proporciona uma base construída com o referencial teórico, tanto sobre o tema escolhido (Radiodifusão Pública) quanto o formato (*podcast* narrativo); além do referencial teórico, a realização de um produto em áudio exige que se tenha referências sonoras, por isso a auditoria – a escuta que pensa o som – (MEDITSCH e BETTI, 2019) se apresenta como uma ferramenta para escutar como o formato do *podcast* narrativo utiliza os elementos da Linguagem Radiofônica.

Assim se encaminha para o processo de elaboração da pauta do episódio-piloto, a escolha dos entrevistados e a elaboração das perguntas para os mesmos. A partir dessa construção é possível escrever o roteiro em formato radiofônico (JOSÉ e SERGL, 2015; KAPLÚN, 2017), levando em consideração o caráter de divulgação científica do produto e a construção do arco narrativo de um *podcast* narrativo (COCHICHO, 2020). Lopes (2015) aponta ainda que durante o processo de produção já se decide onde o *podcast* será hospedado e sua periodicidade – caso haja.

Com o roteiro finalizado, a próxima etapa é a **gravação** do texto falado. Kaplún (2017) aponta a necessidade de ensaiar o texto para se familiarizar com as palavras e a forma em que a voz é colocada; e realizar gravações de teste para ouvir como o microfone está captando a voz. Assim, quando ocorrer a gravação, é preciso alcançar naturalidade e espontaneidade para buscar a interação com o ouvinte, sendo necessário:

- [...] - ter boa dicção, pronunciando cada sílaba com a necessária intensidade;
- manter uma velocidade, tendo um padrão rítmico [...];
- saber pontuar, respeitando e dando ênfase nos pontos de ápice de cada frase; [...]
- ter entusiasmo, para contagiar os ouvintes; [...]
- conhecer o assunto sobre o qual vai falar, para que não se perca nos improvisos;
- usar formas criativas ao se comunicar. (JOSÉ e SERGL, 2015, p. 134-135).

O processo de **edição** se inicia com a seleção das melhores falas gravadas e a seleção das músicas, dos efeitos sonoros e das inserções de áudio que farão parte do episódio. Com todo o material disponível é possível fazer uma primeira montagem do produto com o intuito de compreender através da escuta se o roteiro proposto funciona como uma peça sonora; sendo assim, eventualmente, será necessário fazer adaptações, atualizações e edições para incrementar a qualidade técnica do episódio. Após possuir um corte finalizado, a próxima etapa consiste em realizar o tratamento sonoro, o processo de mixagem, em que as vozes são equalizadas, a espacialidade dos sons é construída, e o volume de cada áudio individual é definido; para assim construir um produto que possibilite a imersividade do ouvinte através de um rigor técnico.

Assim, é possível dar início ao processo de **publicação** do *podcast* no agregador de áudio escolhido (em nosso caso, o *Anchor*), que também dará início ao processo de **distribuição** do produto ao encaminhá-lo a diversas plataformas de *streaming* de áudio. Além disso, é necessário pensar na divulgação do *podcast* por meio de redes sociais como o *Instagram*, sendo preciso criar materiais gráficos, que aqui podemos considerar como “elementos parassonoros” (LOPEZ e FREIRE, 2020), para a representação do produto e gerenciar tais redes.

Compreendemos como elementos parassonoros as produções multimídia que compõe a narrativa de produções nativamente sonoras, como é o caso do *podcast*. Desta forma, são elementos parassonoros “fotos, vídeos, ícones, infográficos e outras ilustrações de *sites* de emissoras, toda a arquitetura de

interação (botões de compartilhar, etiquetar, curtir, espaços para comentários), textos, hiperlinks, perfis de estações ou de comunicadores em serviços de microblogging e *sites* de relacionamento, aplicativos para web rádio ou *podcasting* [...]” (LOPEZ e FREIRE, 2020, p. 60).

Com a intenção de possibilitar um maior alcance é preciso que o produto seja “acessível”, então o áudio pode contar com “legendas” e o material gráfico ou parassonoro pode contar com a contribuição de modalidades voltadas ao público “sensorialmente diverso”, como a legendagem descritiva ou até mesmo audiodescrição de legendas alternativas (PINHEIRO, 2020). Além disso, em termos de acessibilidade, é importante a disponibilização da versão transcrita do roteiro, o que pode ocorrer no “ambiente mediático sociodigital” em que o *podcast* for disponibilizado ou divulgado, como um *site*, em forma de *link* na própria plataforma de *streaming* ou ainda via *link* nas redes sociais. (PINHEIRO, 2020).

Portanto, a utilização de métodos diversos proporciona uma trajetória de produção e reflexão que se baseiam em um referencial teórico com rigor científico e um processo de produção de conteúdo flexível que busca conciliar: riqueza conceitual na abordagem do tema, qualidade técnica com o uso da Linguagem Radiofônica, um produto acessível para ter um grande alcance e assim ser uma ferramenta de divulgação científica com graus de universalidade e diversidade, como sugerem as próprios diretrizes da Unesco (2001) para a Radiodifusão Pública.

## 4 A REALIZAÇÃO DO *PODCAST* NARRATIVO “MÍDIA PÚBLICA”

No contexto da discussão sobre os métodos utilizados se faz necessário apresentar de que forma tais práticas metodológicas foram aplicadas para a realização do *podcast* **Mídia Pública**. Para tanto, foram utilizadas as etapas de produção propostas por Lopes (2014): produção; gravação; edição; publicação e distribuição. Tais etapas se mostraram mais apropriadas para a realização do *podcast* **Mídia Pública** em comparação com as etapas de produção cinematográfica – pré-produção; produção e pós-produção – (GERBASE, 2012) que são adaptadas para diversos formatos de produção audiovisual; contudo, é possível enxergar como as etapas de produção de Lopes são um desdobramento das etapas de produção trazidas por Gerbase.

### 4.1 Produção

A produção do *podcast* **Mídia Pública** se inicia com a decisão de realizar um produto em áudio com a intenção de divulgar o conhecimento levantado pelo Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina. A escolha pelo formato sonoro está baseada na possibilidade de utilizar a sua linguagem já estruturada; por permitir espaço para experimentação; pelo afeto histórico entre a população brasileira e o rádio; pelo aumento de consumo de *podcasts* no Brasil; e por minha trajetória de atuação e pesquisa no audiovisual – que em sua maioria foi no universo sonoro.

Sendo assim, a etapa de produção contou com: a definição do tema; a definição do gênero e formato; a delimitação do público de interesse; a realização das entrevistas; e, por fim, a roteirização do episódio-piloto.

#### 4.1.1 A escolha do tema

A Radiodifusão Pública como objeto de pauta do *podcast* surge da percepção sobre o contexto atual em que esse sistema se encontra fragilizado em decorrência dos ataques que sofre por parte do governo e das emissoras comerciais. Sendo assim, falar sobre a Radiodifusão Pública a partir de pesquisa realizadas pelo Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, representa uma forma de defender esse

sistema tão importante para a formação cidadã, o acesso ao direito à comunicação e à informação, e a democracia; dessa forma, o *podcast* construído atuaria como uma ferramenta de divulgação científica.

Para isso, a pesquisa realizada por meio dos processos metodológicos de estado da arte e cartográfico atuaram como a base teórica para a construção do projeto. A definição inicial de Radiodifusão Pública parte do conceito trazido do documento “*La Radio y Televisión Pública: ¿Por qué? ¿Cómo?*” elaborado pela Unesco. Contudo, se faz necessário analisar como esse sistema está posto no cenário nacional, isso se deu por meio de pesquisa em fontes primárias em leis que estabelecem e definem o sistema de Radiodifusão Pública no país (Constituição Federal do Brasil de 1988; Código Brasileiro de Telecomunicações; e Lei da EBC).

As produções do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina se inserem como forma de análise do Sistema no continente e a partir do texto “Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina” entende-se que a própria definição desse sistema não se apresenta de forma evidente para parte da população – principalmente por não apresentar parte dos princípios propostos no documento da Unesco.

#### 4.1.2 O gênero e formato

Com a intenção de ser uma forma de divulgação científica sobre a produção do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, entende-se que esse *podcast* precisa ser construído com elementos do **gênero informativo**. Esse gênero no rádio apresenta a seguinte característica: “É aquele em que o rádio busca levar ao ouvinte a informação da forma mais atualizada e abrangente” (VICENTE, 2002). Inserido nesse gênero encontra-se o **formato narrativo**, que busca trazer conceitos e informações por meio de uma criação que utiliza os elementos da linguagem radiofônica de maneira construir uma narrativa, conforme define Renato Bontempo: “[...] os *podcasts* de narrativa não ficcional são uma oportunidade para você compartilhar suas curiosidades com o mundo” (2021, p. 49).

Os *podcasts* narrativos precisam contar com uma pesquisa ampla para que a sua escrita esteja bem referenciada. Logo, esse formato se apresenta como uma opção para a realização de um *podcast* de divulgação científica, visto que para isso é

necessário abordar diversos conceitos de maneira atrativa. Assim, o *podcast* narrativo exige: “um roteiro bem elaborado, pesquisa e muita preparação. E ainda tem uma edição mais sofisticada pois geralmente envolvem clipes de áudio de diferentes entrevistas em conjunto com narrações para informar o público [...]” (BONTEMPO, 2021, p. 49-50),

O formato narrativo foi escolhido entendendo que ele permite a utilização de diversos recursos técnicos para construir uma narrativa imersiva que aborde conceitos de uma maneira fácil de serem compreendidos. Além do referencial teórico sobre o formato, sua escolha se baseia também em referências sonoras de *podcasts* que o utilizam. Nesse sentido, a **auditoria** surge como um processo metodológico a ser usado para pensar os *podcasts* a partir da perspectiva do uso dos elementos da Linguagem Radiofônica (MEDITSCH e BETTI, 2019). Assim, o *podcast* “37 Graus” foi a principal referência sonora, por ser construído dentro do formato narrativo e por ter um caráter de divulgação científica; nesse sentido, a auditoria foi utilizada a fim de escutar e pensar na forma que os elementos da Linguagem Radiofônica são colocados nos episódios do *podcast* “37 Graus” e assim poder entender como tais elementos podem ser inseridos na construção do *podcast* **Mídia Pública**.

#### 4.1.3 O público de interesse

A escolha do público de interesse tem que levar em consideração quem consome *podcasts* no Brasil. A PodPesquisa 2019 realizada pela abPod, aponta que a maioria das pessoas que escutam *podcasts* estão entre 20 e 34 anos de idade; possuem ensino superior ou ainda estão na faculdade; e a maioria se identifica como homem (ABPOD, 2019). Dessa forma, entende-se que ao escolher realizar um *podcast* com intenção de divulgação científica é necessário pensar num público de interesse que se aproxime das características apontadas pela PodPesquisa 2019.

Assim, o público de interesse do *podcast* **Mídia Pública** tem a intenção de abarcar ouvintes jovens de 15 a 30 anos que são estudantes, tanto de ensino médio quanto de ensino superior, que se interessam por rádio, televisão e política. Além disso, busca se estabelecer como referência de produção audiovisual universitária e sobre Radiodifusão Pública, buscando alcançar pesquisadores e interessados pela Linguagem Radiofônica, *podcasts* e Comunicação Pública.



Essas características foram pensadas considerando que jovens e adolescentes em idade de vestibular buscam consumir conteúdos de interesse público para formar um repertório a ser utilizado nos processos seletivos. Outro fator importante é a discussão atual sobre *fake news* e confiabilidade da mídia, nesse contexto se faz necessário apresentar a Radiodifusão Pública como porta-voz do povo. É preciso considerar também os ataques que esse sistema tem sofrido por parte de governos, então o *podcast* se destina também a interessados sobre política e políticas públicas.

A partir disso é possível construir uma **persona**, que seria a descrição de um indivíduo que busca representar o público-alvo de maneira específica: João Pedro, é brasileiro, tem 19 anos. Está fazendo cursinho preparatório para vestibular, então busca se manter informado sobre diversos assuntos; João deseja cursar Ciência Política na UnB, mas tem como outras opções Gestão de Políticas Públicas e Serviço Social. O *podcast* que mais escuta é o Café da Manhã produzido pela Folha de São Paulo; e busca acompanhar as séries que estão fazendo sucesso nas plataformas de *streaming*. João lembra com saudosismo de assistir Um Menino Muito Maluquinho na TV Brasil; e por acompanhar o cenário político nacional, se surpreende com os ataques que a emissora sofre do presidente.

A construção da *persona* tem como objetivo demonstrar que o público de interesse do *podcast* Mídia Pública é composto por jovens que buscam estar atualizados sobre acontecimentos, utilizando diversas plataformas midiáticas e que consomem conteúdos variados; são pessoas que se interessam sobre política e acreditam em um estado democrático. Contudo, apesar da delimitação de um público de interesse, que norteou principalmente as referências trazidas no episódio-piloto, o **podcast Mídia Pública** foi construído utilizando uma linguagem acessível e buscando utilizar os elementos da Linguagem Radiofônica de maneira atrativa para que o seu alcance não esteja restrito apenas ao público de interesse.

#### 4.1.4 As entrevistas

Lopes (2014) aponta a importância que os participantes carregam em um *podcast*, ao colocar que tais participações são fundamentais para definir a identidade de um *podcast*, dessa forma precisam ser relevantes ao tema, se encaixar no formato e trazer colocações que conversem com o público. Visto que o **podcast Mídia Pública**

se propõe a divulgar o conhecimento científico levantado pelo Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, a participação de integrantes do grupo de pesquisa traz representatividade, relevância e confiabilidade ao produto.

Nesse sentido, para o episódio-piloto foram realizadas entrevistas com o professor da UnB, Dr. Carlos Eduardo Esch (disponível no APÊNDICE B); com a professora da UnB e UFG, Dra. Nelia Rodrigues Del Bianco (disponível no APÊNDICE C); e com a jornalista e pesquisadora Mestra, Gisele Pimenta (disponível no APÊNDICE D). As questões foram enviadas por *e-mail* aos pesquisadores e pesquisadoras, no qual solicitava o envio das respostas gravadas em áudio, seja por meio de mensagem de áudio no aplicativo de comunicação *WhatsApp* ou através do anexo dos áudios gravados em um *e-mail*.

Segue o quadro de questões realizadas a cada entrevistado(a):

**Quadro 2.** Perguntas realizadas aos pesquisadores(as).

<b>Entrevistado(a):</b>	<b>Perguntas realizadas:</b>
<b>Dr. Carlos Eduardo Esch</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Como podemos conceituar “Radiodifusão Pública”?</li> <li>▪ De um modo geral, como caracterizaria a Radiodifusão Pública no contexto da América Latina?</li> <li>▪ No cenário brasileiro, como avalia o presente e que perspectiva futura enxerga para o Serviço de Radiodifusão Pública? Quais os maiores avanços e quais os maiores desafios desse segmento da radiodifusão no país?</li> <li>▪ Por que parte expressiva dos cidadãos brasileiros ainda não reconhece a Radiodifusão Pública como um direito?</li> <li>▪ Qual a relação da Radiodifusão Pública e a democracia?</li> </ul>
<b>Dra. Nelia Del Bianco</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Como podemos conceituar “Radiodifusão Pública”? A questão conceitual ainda é um “impasse” para o desenvolvimento do serviço no Brasil?</li> <li>▪ De um modo geral, como caracterizaria a Radiodifusão Pública no contexto da América Latina?</li> <li>▪ No cenário brasileiro, como avalia o presente e que perspectiva futura enxerga para o Serviço de Radiodifusão Pública? Quais os maiores avanços e quais os maiores desafios desse segmento da radiodifusão no país?</li> <li>▪ Em termos de Regulação, qual o maior desafio para o caso da Radiodifusão Pública brasileira?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Por que parte expressiva dos cidadãos brasileiros ainda não reconhece a Radiodifusão Pública como um direito?</li> <li>▪ Qual a relação da radiodifusão pública e a democracia?</li> </ul>
<b>Me. Gisele Pimenta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Como podemos conceituar “Radiodifusão Pública”? O que significa a “complementaridade” entre os sistemas público, comercial e estatal?</li> <li>▪ De um modo geral, como caracterizaria a Radiodifusão Pública no contexto da América Latina?</li> <li>▪ No cenário brasileiro, como avalia o presente e que perspectiva futura enxerga para o Serviço de Radiodifusão Pública? Quais os maiores avanços e quais os maiores desafios desse segmento da radiodifusão no país?</li> <li>▪ Por que parte expressiva dos cidadãos brasileiros ainda não reconhece a Radiodifusão Pública como um direito?</li> <li>▪ Como os outros segmentos da Radiodifusão se relacionam/representam/reportam o Serviço de Radiodifusão Pública?</li> <li>▪ Qual a importância da Radiodifusão Pública para a Democracia?</li> </ul>

**Fonte:** Elaboração própria.

É possível apontar que as perguntas se encaixam em duas categorias: 1) Questões gerais que buscam conceituar e contextualizar a Radiodifusão Pública; 2) Questões específicas para cada pesquisador(a) formuladas a partir do histórico de atuação dos(as) integrantes.

A partir disso a escolha foi de realizar a transcrição desses áudios; o que possibilitou: uma escuta atenta de todas as entrevistas; e a criação de um registro escrito para todas as respostas. Com a transcrição foi possível selecionar os trechos das respostas que melhor encaixam no roteiro que estava sendo elaborado simultaneamente. A transcrição também permite a publicação das entrevistas completas, após passarem por um processo de revisão e adaptação, o que resulta em uma fonte de referência para futuras pesquisas na área da Radiodifusão Pública.

#### 4.1.5 A escrita do roteiro

A construção do roteiro<sup>23</sup> parte da definição dos assuntos que irão ser tratados no episódio e as questões que pretendem ser levantadas e possivelmente respondidas. Assim, Lopes (2014) entende que a **pauta** em um *podcast* é um dos elementos indispensáveis e um elemento muito flexível. É indispensável por ser uma forma de controle e um ponto de partida para a criação de um roteiro; contudo, no universo dos *podcasts* a pauta não possui um formato definido, então varia de acordo com o gênero, formato e modelo de produção, sendo então um elemento flexível.

Para a criação do *podcast* **Mídia Pública**, a proposição de pauta do episódio-piloto parte da escolha do tema principal do episódio: Contextualização da Radiodifusão Pública. A partir disso, foi desenvolvido tópicos que trazem conceitos e perguntas a serem abordados no programa:

**Quadro 3.** Pauta do episódio-piloto do *podcast* **Mídia Pública**.

<b>CONTEXTUALIZAÇÃO:</b>	<b>O QUE É RADIODIFUSÃO PÚBLICA?</b>
<b>Comunicação Pública e Radiodifusão pública:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Radiodifusão Pública dentro do escopo maior: a Comunicação Pública.</li><li>▪ Todo sistema de comunicação tem função pública.</li></ul>
<b>Qual a especificidade do Serviço Público de Radiodifusão não comercial?</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ A complementaridade prevista no artigo 223 da Constituição Federal de 1988.</li></ul>
<b>Como surgiu a Radiodifusão Pública no Brasil?</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Contar a história da chegada do rádio</li><li>▪ Expor como os interesses comerciais e políticos interferiram nos projetos de Radiodifusão Pública no Brasil.</li></ul>

Fonte: Elaboração própria.

A partir da definição da pauta foi possível expandir os conteúdos que seriam abordados no episódio-piloto criando blocos narrativos que estruturam o arco da história do programa. Assim, a divisão temática elaborada pensa em uma estrutura de quatro atos: 1) buscar discutir radiodifusão a partir da noção prevista na Constituição Federal de 1988 de que todos os sistemas de radiodifusão devem possuir uma

<sup>23</sup> O roteiro acessível do episódio-piloto encontra-se disponível no APÊNDICE A.

programação de interesse público, dessa forma mostrar que não é simples propor uma definição de Radiodifusão Pública. 2) diferenciar os três sistemas de radiodifusão propostos pela Constituição; definir e exemplificar a questão da complementaridade. 3) discutir impasse entre o público e o estatal e contar a história da chegada do rádio no Brasil. 4) ressaltar a missão da Comunicação Pública; mostrar sua relação com a democracia; falar sobre a importância do direito à informação; concluir em defesa pela Radiodifusão Pública.

A divisão em blocos temáticos permite delimitar os assuntos que serão abordados no episódio, e assim escolher as referências teóricas que irão servir como base para a construção do roteiro. Levando em consideração que os *podcasts* de formato narrativo necessitam de uma roteirização bem definida, o próximo passo foi utilizar uma técnica da escrita de roteiro para cinema que é a escrita do argumento. Doc Comparato entende que o argumento é a expressão escrita de um futuro trabalho de roteiro (COMPARATO, 2016); dessa forma, pelo fato do *podcast* **Mídia Pública** trabalhar com uma narrativa argumentativa – ao invés de uma história literária – o argumento foi construído com as falas do locutor principal; sem contar com as intervenções sonoras que um roteiro radiofônico propõe.

Pelo fato do argumento ter sido escrito com a narração principal, a linguagem utilizada já deve estar de acordo com a noção de divulgação científica e o público de interesse. Tal fato se faz necessário pela noção que Barthes traz sobre o poder que a língua carrega: “Assim, por sua própria estrutura, a língua implica uma relação fatal de alienação. Falar, e com maior razão discorrer, não é comunicar, como se repete com demasiada frequência, é sujeitar é uma reição generalizada” (BARTHES, 1996, p. 13). Nesse sentido, apesar de Barthes trazer uma fala mais dura, é preciso levar em consideração como a linguagem pode ser usada para excluir ou tornar produtos inacessíveis. Assim, para ser eficiente no seu propósito de divulgação científica, a escolha das palavras utilizadas deve ser feita de maneira que possa ser de fácil entendimento – principalmente para o público de interesse.

Além da escolha por uma linguagem simples, é preciso escrever se escutando, no sentido de estar consciente de que o conteúdo que está sendo escrito será consumido através da audição e não da leitura, então deve se buscar uma escrita oral. E, outro fator importante, é que uma linguagem simples tem possibilidades de alcançar muitas pessoas, mas a escrita não deve ser feita pensando em uma multidão, e sim

para uma pessoa só, como se fosse uma conversa somente entre um locutor e um ouvinte (KAPLÚN, 2017).

Após ter o argumento escrito, é necessário transformar o conteúdo escrito em um roteiro radiofônico. A principal característica de um roteiro radiofônico é a divisão em duas categorias: a **locução** e a **técnica**. A locução compreende exclusivamente a oralidade, ou seja, a narração, as entrevistas, falas especiais; a técnica é uma marca no roteiro que irá indicar ao editor (ou sonoplasta) o uso de sons não orais, então as músicas e os efeitos sonoros (JOSÉ e SERGL, 2015; KAPLÚN, 2017).

O roteiro do episódio-piloto do *podcast* **Mídia Pública** foi escrito utilizando a divisão entre as categorias de locução e técnica no estilo que José e Sergl (2015) propõem de abreviar os dois termos para **TÉC.** (abreviatura de técnica) e **LOC.** (abreviatura de locutor). Então a locução que já havia sido previamente escrita com o argumento foi levada para a parte de **LOC.** e a partir disso foi sonorizada com a inserção de músicas e efeitos sonoros. Além disso, no roteiro foi inserido orientações técnicas sobre efeitos de equalização e espacialidade em trechos de locução trazendo as informações entre parênteses e destacadas, conforme indica Kaplún (2017).

É importante ressaltar mais uma vez que o roteiro é de extrema importância para um *podcast* narrativo. Esse formato exige pesquisa, planejamento e estruturação para construir um produto rico em conteúdo e com qualidade técnica. Mas além disso, o roteiro pode também desempenhar uma função de acessibilidade. Quando o roteiro é bem elaborado, as indicações técnicas irão trazer em palavras a intenção que as músicas e os efeitos sonoros passam. Contudo, entende-se que muitas vezes o produto final não é estritamente fiel ao roteiro idealizado; assim, para que o roteiro radiofônico possa ser uma opção de acessibilidade, durante o processo de produção do *podcast* **Mídia Pública**, o roteiro foi atualizado de acordo com as mudanças que foram ocorrendo nas etapas de gravação e edição. Portanto, o roteiro foi finalizado com o produto em áudio; deixou de ser um roteiro apenas tecnicamente radiofônico e se transformou em um roteiro acessível.

É preciso ainda salientar que nesse processo de escrita do roteiro buscou-se um diálogo contextual com as “estratégias de imersividade<sup>24</sup>” sistematizadas nos estudos de Viana (2020, p.12-15). Isto é, buscou-se, ao longo da narrativa, promover

---

<sup>24</sup> Longhi e Cordeiro (2018, p. 162) ressaltam que, no contexto midiático, o conceito de imersão, “em última instância, nada mais é do que o fortalecimento da experiência de leitura ou o que podemos definir como a fruição do relato”.

a “humanização que caracteriza a narrativa radiofônica”, por meio do estabelecimento de uma “proximidade” e interação com o ouvinte-leitor e isso foi feito em diálogo com outra estratégia que é “fala do apresentador em primeira pessoa”, com o objetivo de “estabelecer uma relação de diálogo e laços de intimidade”; ademais, ao longo do roteiro, experimentamos a estratégia que Viana nomeia como “condução emocional da história” e que, segundo ela, “pode ocorrer por meio dos elementos da linguagem radiofônica”, os quais estão, notadamente presente no *podcast* **Mídia Pública**, como a música, os efeitos sonoros e o silêncio. O “uso de sonoras” é outra estratégia pontuada por Viana e no caso do **Mídia Pública** elas são usadas a partir da edição de trechos das entrevistas que fizemos com os pesquisadores e pesquisadoras do Observatório. Por fim, a estratégia da “ambientação e descrição das cenas retratadas e dos locais do acontecimento” está também presente no roteiro do **Mídia Pública** em trechos em que, justamente com uso dos elementos da linguagem radiofônica, emulamos, por exemplo, a situação da transmissão inaugural oficial (sic) do rádio no Brasil ou mesmo a abertura do *podcast*, em que propomos uma cena correlata a “Guerra dos Mundos” só para citar dois exemplos.

## 4.2 A gravação

A próxima etapa consiste na gravação da locução escrita no roteiro. Lopes (2014) argumenta que a qualidade de áudio é um dos aspectos considerados mais importantes para o público consumidor de *podcast*; dessa forma o processo de gravação se relaciona diretamente com a qualidade final do produto. O *podcast* **Mídia Pública** contou com a diversidade de formas de gravar por realizar as entrevistas de maneira remota, em que os(as) próprios(as) entrevistados(as) realizaram a gravação e depois enviaram os arquivos de áudio. Contudo, a locução principal foi gravada utilizando um microfone dinâmico; uma interface de áudio; fones de ouvido; um computador e um *software DAW (digital audio workstation)*.

O microfone dinâmico se apresenta como uma boa opção em ambientes não ideais para gravação. Considerando o contexto da pandemia da covid-19, não foi

possível gravar em um espaço com tratamento acústico<sup>25</sup> – para gravações em estúdio são preferíveis microfones condensadores por possuírem uma sensibilidade maior, permitindo captar expressões sutis, e apresentando uma qualidade de som superior aos microfones dinâmicos. Assim, para gravar a voz num ambiente residencial urbano, o microfone dinâmico se demonstra uma boa opção, por possuírem a característica de ser menos sensível, dessa forma capta menos ruídos indesejáveis. Nesse sentido, para a gravação do *podcast* **Mídia Pública** foi utilizado o microfone dinâmico *Ultravoice XM8500* da marca *Behringer*, uma opção acessível que proporciona uma proximidade do locutor ao ouvinte.

Todavia, é necessário que exista um intermediário entre o microfone e o computador que realizará a gravação. A necessidade surge da característica do microfone dinâmico, que necessita um nível de ganho maior (LOPES, 2014); e também a conversão do sinal de áudio analógico gerado pelo microfone para o sinal de áudio digital, formato que o computador trabalha. Para tanto, foi utilizada uma interface de áudio que desempenhou a função de aumentar o nível de ganho; oferecer monitoração através de um fone de ouvido e a conversão do áudio analógico para o digital. A interface utilizada foi a *Yamaha AG03*, que apresenta diversos recursos a fim de facilitar o uso para gravação de *podcasts*. O *software DAW* que realizou a gravação foi o *Pro Tools*, padrão da indústria do áudio, então possui um valor alto de assinatura, e mesmo oferecendo desconto para estudantes universitários, sua aquisição deve estar baseada em um uso profissional, visto que para iniciantes existem *softwares* de uso livre que apresentam recursos suficientes para a gravação e edição de um *podcast*.

Em um primeiro momento, foi realizada uma gravação de teste para servir como referência na busca da voz do *podcast* **Mídia Pública**. A gravação teste demonstrou que a impostação da voz (JOSÉ e SERGL, 2015) não estava adequada, pois a locução estava suave, com tonalidade aguda. Assim, a regravação buscou trazer uma voz mais forte e com presença para coincidir com a intenção de criar um produto dinâmico e atrativo.

No decorrer da etapa de edição foram necessárias regravações e adições de novas falas para a construção de um episódio coerente com o formato proposto.

---

<sup>25</sup> A Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília conta com um Laboratório de Áudio (LabAudio UnB) que possui espaços dedicados para gravação e edição de produções sonoras elaboradas no contexto universitário.



Assim, entender o padrão de configuração dos equipamentos técnicos; e a definição de uma voz utilizada no *podcast*, permitiu que as regravações acontecessem em um contexto semelhante com a intenção de que as diferenças não fossem facilmente perceptíveis.

### 4.3 A edição

Com o material gravado, a etapa de edição se inicia ao selecionar e organizar os arquivos de áudio na sequência estruturada pelo roteiro. Lopes (2014) propõe o termo decupagem, oriundo do universo cinematográfico, como o processo de dividir, selecionar, o material bruto, iniciando o processo de edição. Assim é possível realizar a limpeza desses áudios, ao retirar os erros de gravação, respirações muito fortes, e ruídos diversos.

A edição – também chamada de montagem – propõe estabelecer a realidade do produto em áudio: “A montagem cria um novo conceito de real: a realidade radiofônica. E as características da percepção radiofônica farão com que esta realidade radiofônica seja ‘mais real’ que o ‘real’.” (BALSEBRE, 2005, p. 334-335). A limpeza do áudio inicia o processo de criação da realidade, assim não se deve retirar todos os ruídos causados pela respiração e fala; para não gerar uma característica de artificialidade.

A realidade radiofônica do *podcast* **Mídia Pública** busca se relacionar com os(as) ouvintes através da possibilidade de identificação dos elementos apresentados com o uso de referências conhecidas pelo público de interesse. Assim, o processo de sonorização, a inserção de música e dos outros elementos sonoros (LOPES, 2014), apresenta justificativa para cada elemento técnico inserido no *podcast*. As músicas de fundo que acompanham a fala foram selecionadas do álbum *Silent River*, de *Lo-fi Girl*. Parte do público estudantil tem a prática de estudar ouvindo na plataforma *YouTube* a transmissão de músicas no vídeo “*lofi hip hop radio - beats to relax/study to*” que apresenta músicas de fundo que propõem uma ambientação e auxiliam na concentração. Assim, as músicas de fundo utilizadas no *podcast* **Mídia Pública** fazem referência a um produto consumido por parte do público de interesse, além de proporcionar uma ambientação musical que favorece a concentração e assimilação do conteúdo apresentado no *podcast*.

Outra referência da cultura do entretenimento inicia-se aos 5 minutos e 49 segundos, onde é apresentado parte do primeiro episódio da série “Falcão e o Soldado Invernal”, produzido pela *Disney+*. Aos 10 minutos e 45 segundos começa a tocar a música tema da série “Segure a Onda” (*Curb Your Enthusiasm*), tema que se popularizou na *Internet* com vídeos de humor que faz referência a final de filmes; assim, essa música complementa o elemento humorístico do *podcast* já que no imaginário da *Internet* se apresenta como uma música que toca ao fim de um produto, ao subir os créditos. Além disso foram utilizadas inserções de áudio de produções da TV Cultura, uma das principais emissoras públicas do país, com o trecho do programa “Rá-Tim-Bum” (23 minutos e 55 segundos) e a música presente no programa “Castelo Rá-Tim-Bum” (23 minutos e 09 segundos), porém em uma versão remixada que alcançou muita visibilidade em redes sociais de vídeos de curta duração, como *TikTok* e *Instagram*.

É importante ressaltar também a presença de outras inserções sonoras, como a abertura da ópera “O Guarani”, de Carlos Gomes. Essa música possui uma relação marcante com a radiodifusão não comercial no Brasil; a ópera foi transmitida no evento da chegada do rádio no Brasil em 1922; e também é a música que toca na abertura do programa de rádio “A Voz do Brasil”, tornando-se então uma música referência no imaginário popular para uma representação nacional e patriótica. O *podcast* **Mídia Pública**, aos 24 minutos e 10 segundos, conta o início da história da radiodifusão no Brasil, e para isso usa a música de fundo “Rosa” interpretada pelo Grupo do Pixinguinha, como recurso de ambientação por ser uma gravação de 1917.

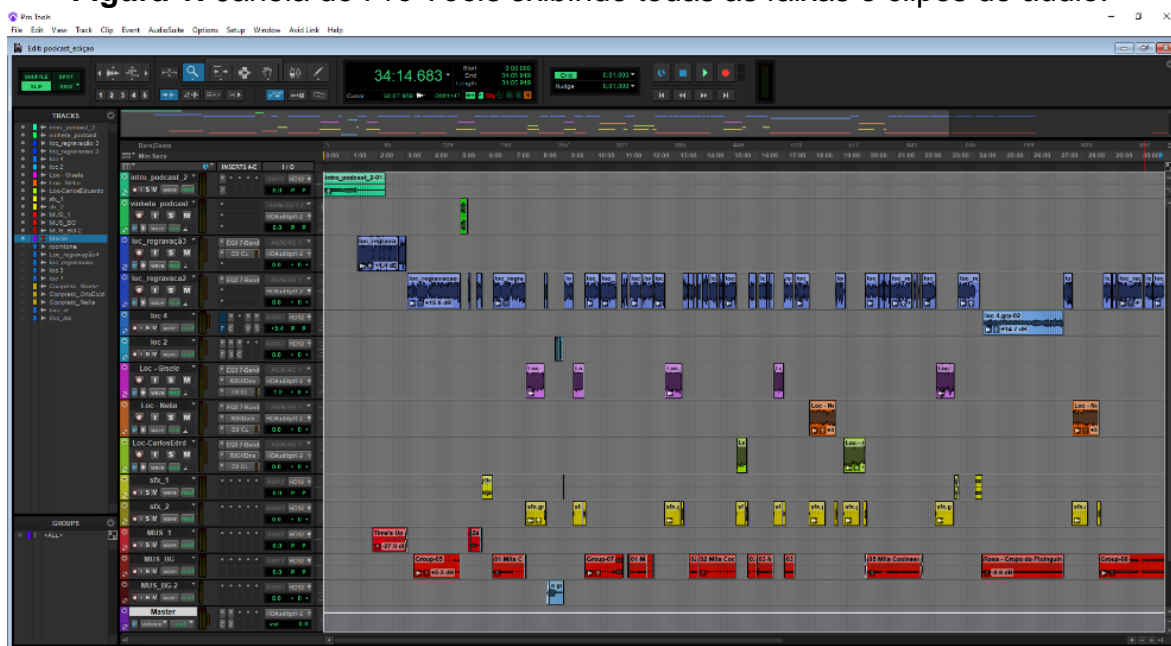
O uso de efeitos sonoros no episódio-piloto é caracterizado pela pequena narrativa ficcional proposta no início do produto, como uma referência ao fenômeno radiofônico “Guerra dos Mundos”, idealizado por Orson Welles. Assim, criou-se uma ambientação de um local movimentado, em que o cotidiano é interrompido com a chegada de naves espaciais; explosões; e uma invasão alienígena. Para além do trecho ficcional, os efeitos sonoros foram utilizados com a intenção de marcar o início e o fim da inserção de entrevistas.

O tratamento sonoro buscou, em primeiro momento, a equalização e a remoção de ruídos das vozes, para que possam ser entendidas mais facilmente. Além disso, se propôs a trazer as marcações indicadas no roteiro, que orientavam o uso de equalização, compressão e espacialidade para inferir a origem da fonte de áudio

diferente. Para exemplificar, aos 8 minutos e 30 segundos a intenção é remeter a um discurso sendo proclamado na televisão; e aos 24 minutos e 10 segundos, a voz deve fazer referência a uma transmissão de rádio antiga.

No total, foram utilizadas 14 faixas de áudio no *software Pro Tools*, que foram divididas e categorizadas de acordo com os elementos presentes:

**Figura 1:** Janela do *Pro Tools* exibindo todas as faixas e clipes de áudio.



Fonte: Elaboração própria

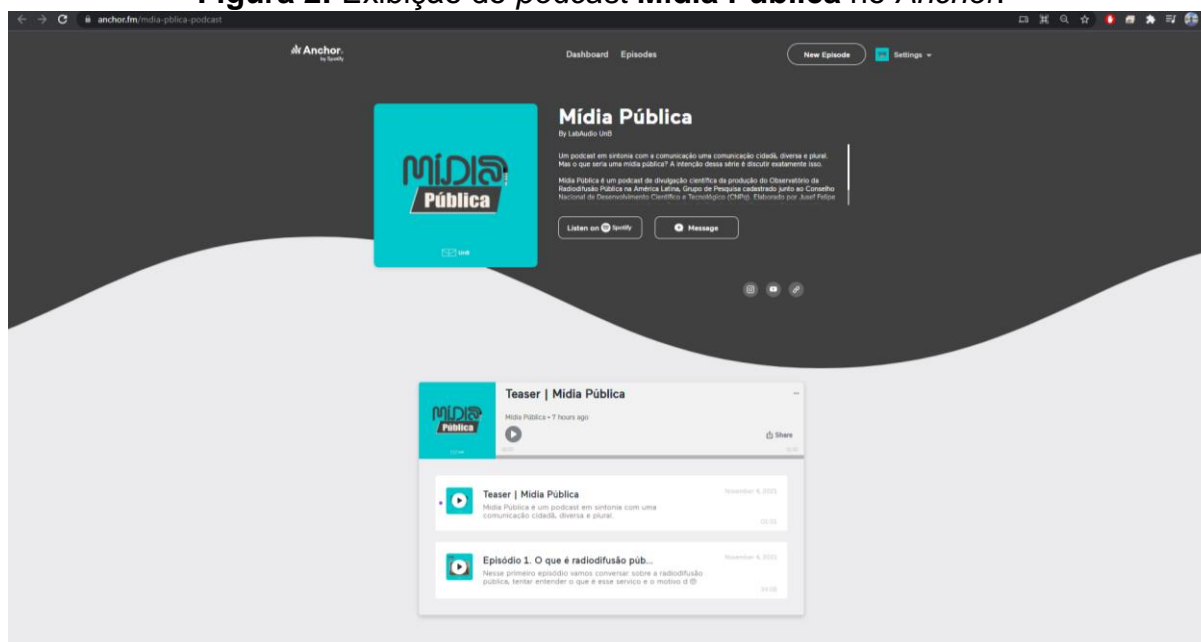
A organização dos elementos no *software* de edição proporcionou maior facilidade para realizar a definição dos volumes de cada áudio, com a intenção de alcançar equilíbrio e facilidade de audição.

A etapa de edição se iniciou com a seleção dos áudios, em seguida a organização destes na sequência estruturada pelo roteiro. Assim foi possível identificar ajustes que necessitavam ser feitos, resultando em regravação de falas, gravação de novas locuções e o corte de áudios previstos no roteiro. Com a narrativa definida, o tratamento no áudio buscou trazer: equilíbrio e presença às vozes; recursos estéticos que auxiliam na narrativa; e adequação aos padrões estipulados pelas plataformas de *streaming* de áudio. No total, foram 6 versões realizadas até chegar ao produto final, e o *podcast Mídia Pública* foi finalizado com a duração total de 34 minutos e 05 segundos.

## 4.4 A publicação

O episódio-piloto do *podcast* **Mídia Pública** foi publicado e hospedado na plataforma *online* *Anchor*<sup>26</sup>. A plataforma é gratuita e proporciona um lugar de criação de *podcasts* de uma maneira facilitada. Possui ferramentas para gravação e edição de áudio que podem ser usadas em computadores ou celulares, não necessitando de equipamentos profissionais para dar início a um *podcast*. Contudo, o *podcast* **Mídia Pública** utilizou o *Anchor* para sua rede de distribuição de *podcasts*.

Figura 2: Exibição do *podcast* **Mídia Pública** no *Anchor*.



Fonte: Elaboração própria.

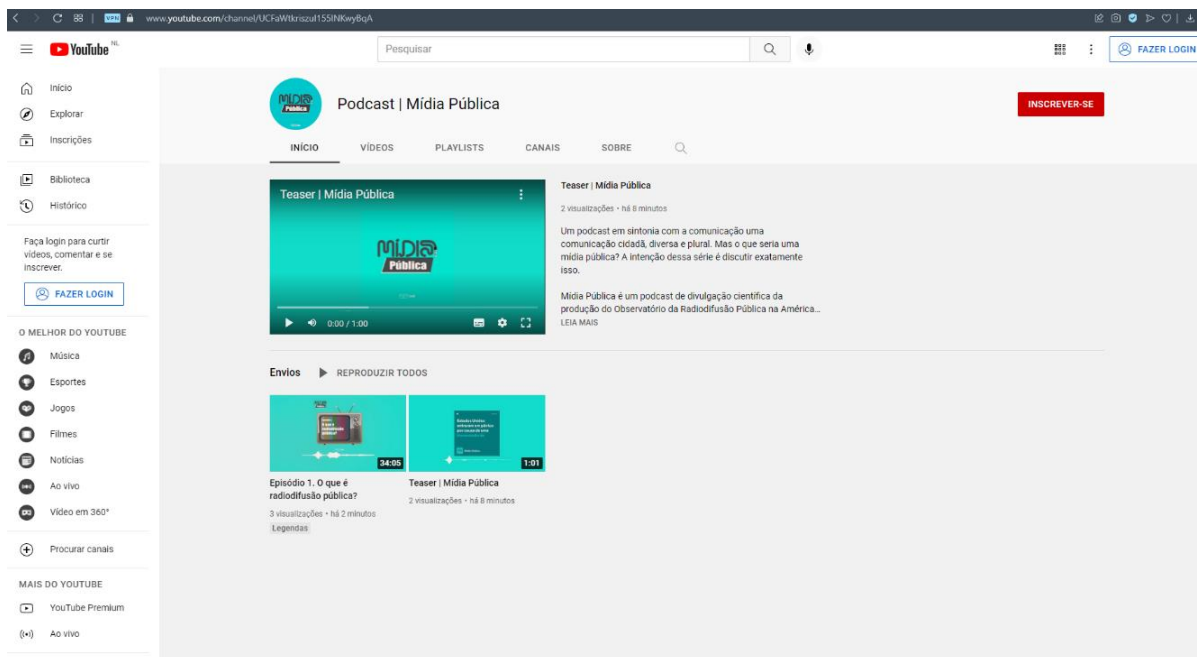
O *Anchor* disponibiliza a opção de distribuir o *podcast* em 8 plataformas de *streaming* de áudio diferentes, como: *Spotify*, *Google Podcasts*, *Apple Podcasts*. Além disso, funciona como agregador de *RSS*, podendo distribuir para diversas outras plataformas que aceitam tal formato de distribuição.

A versão acessível legendada do **Mídia Pública** foi publicada no *YouTube*<sup>27</sup> por apresentar o produto em formato de vídeo para ser possível inserir legendas descritivas.

<sup>26</sup> Disponível em: <https://anchor.fm/mdia-pblica-podcast>

<sup>27</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCFaWtkriszul155INKwyBqA>

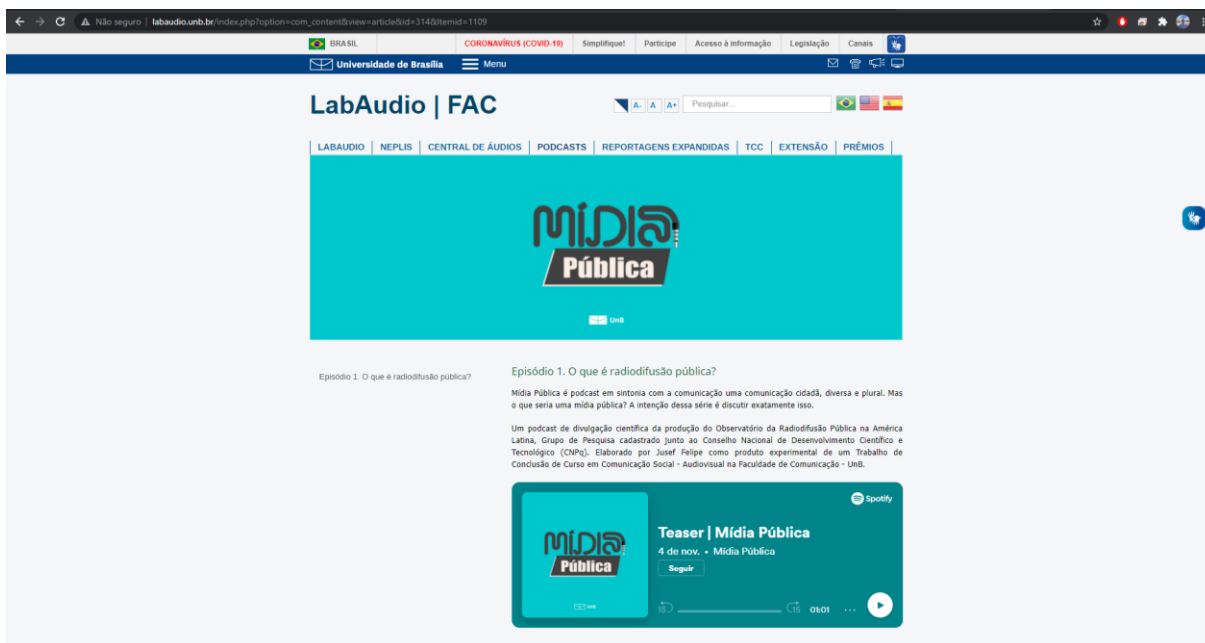
**Figura 3: Canal do *podcast* *Mídia Pública* no YouTube.**



Fonte: Elaboração própria.

O *podcast* também se encontra publicado no *site* do Laboratório de Áudio da Faculdade de Comunicação da UnB<sup>28</sup> e no portal eletrônico da rede de *podcasts* universitários UnBcast<sup>29</sup>.

**Figura 4: *Podcast* *Mídia Pública* no site institucional do LabAudio UnB.**



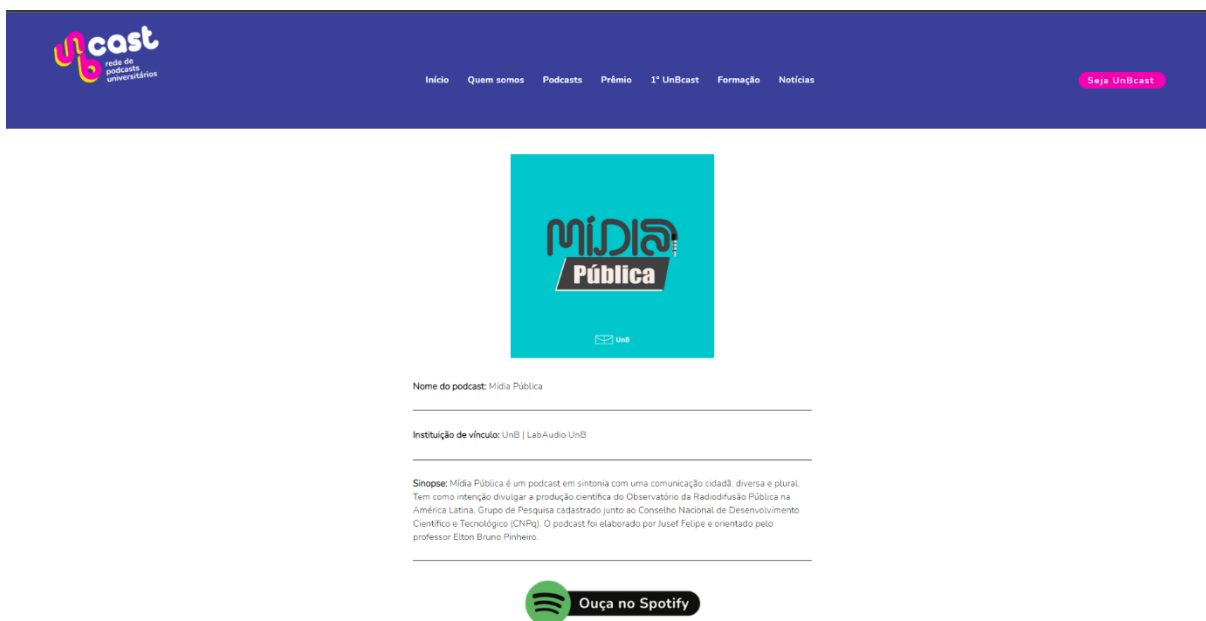
Fonte: Elaboração própria.

<sup>28</sup> Disponível em:

[http://labaudio.unb.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=314&Itemid=1109](http://labaudio.unb.br/index.php?option=com_content&view=article&id=314&Itemid=1109)

<sup>29</sup> Disponível em: <https://www.unbcast.com/post/m%C3%ADdia-p%C3%BAblica>

Figura 5: Exibição do *podcast* **Mídia Pública** no *site* da rede UnBcast.



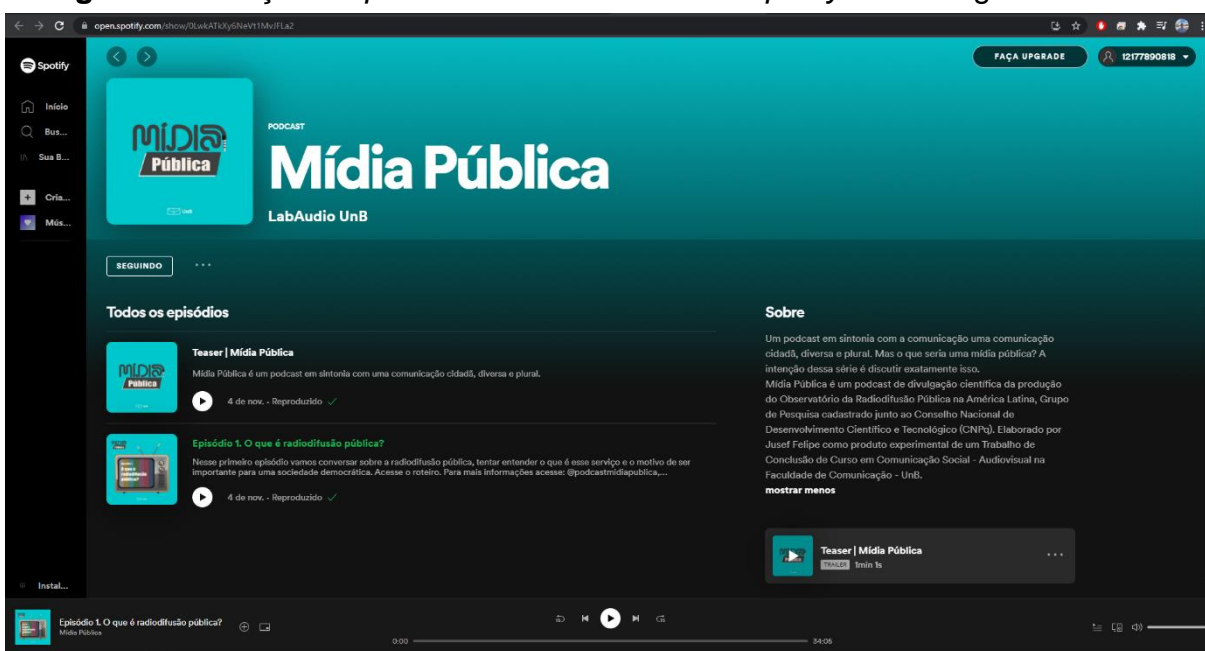
Fonte: Elaboração própria.

#### 4.5 A distribuição

O *Anchor* permite a facilidade de distribuição do *podcast* ao enviar o produto para diversas plataformas de *streaming* de áudio. Entretanto, a pesquisa realizada pela abPod (2019) indica que o consumo de *podcasts* no Brasil se dá principalmente pela plataforma *Spotify*. Assim, o *podcast* **Mídia Pública**, se dedicou a seguir os padrões de conteúdo da plataforma<sup>30</sup>.

<sup>30</sup> Disponível em: <https://open.spotify.com/show/0LwkATkXy6NeVt1MvJFLa2?si=cb6177c550604fd4>

Figura 6: Exibição do *podcast* **Mídia Pública** no *Spotify* em navegador da *web*.



Fonte: Elaboração própria.

Com a intenção de divulgação do episódio-piloto, foi elaborado um *teaser*<sup>31</sup> construído com trechos do episódio-piloto a fim de ser uma ferramenta de atração de novos ouvintes, por possuir uma duração menor e poder ser facilmente escutado em diversas plataformas. O *teaser* buscou apontar o tema que será abordado no episódio e propor questões para serem debatidas de forma dinâmica e para gerar curiosidade em que o escuta.

#### 4.5.1 Identidade Visual

Apesar do *podcast* ser uma mídia principalmente sonora, a forma em que é distribuído necessita do suporte gráfico. Por isso foi elaborada uma identidade visual do *podcast* **Mídia Pública**. A intenção era criar uma imagem simples que refletisse as ideias do nome do *podcast*. Então surge a ideia de trazer na fonte, na forma que se escreve o título, alguma referência a dispositivos de consumo de mídia digital. Dessa forma, chegou-se à ideia de escrever a palavra “Mídia” simulando o fio de um fone de ouvido.

<sup>31</sup> Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/441q6zMO5i5K057kFoNijje?si=SM4p-nqDTcuAQJ47R29kSA>

**Figura 7:** Identidade visual do *podcast* **Mídia Pública**.



**Fonte:** Elaboração própria.

As cores utilizadas foram escolhidas através de consulta ao Manual de Identidade Visual da UnB (2008), que propõe uma paleta de cores auxiliar para produção de conteúdo institucional. Dessa forma, as cores escolhidas remetem a Universidade de Brasília, mas se apresentam como algo novo pelo fato de não serem as principais cores utilizadas.

A partir da identidade visual foi possível criar a capa que acompanha o episódio-piloto:



Figura 8: Capa do episódio-piloto.



Fonte: Elaboração própria.

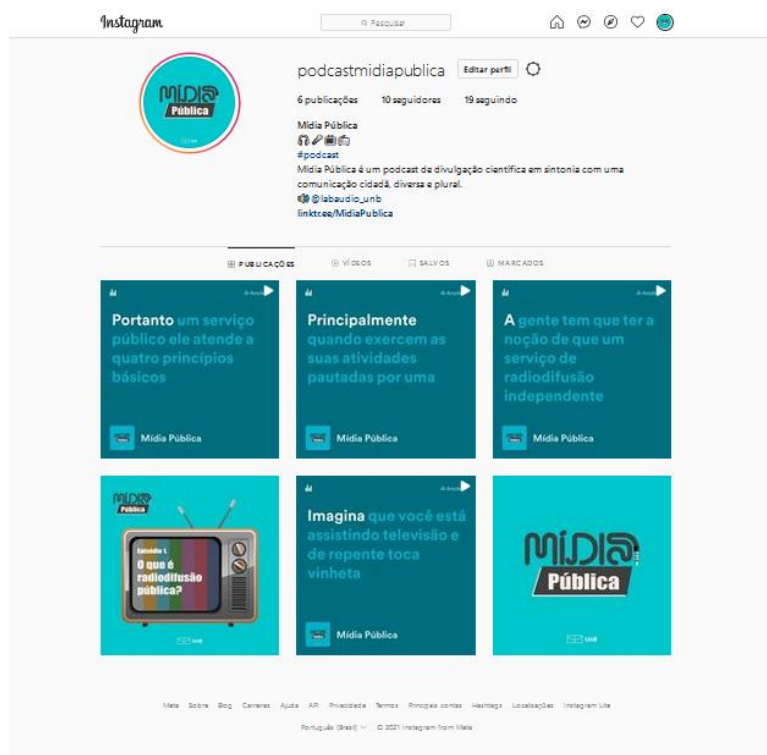
A criação gráfica para o episódio-piloto buscou manter o mesmo plano de fundo da identidade visual; a assinatura do *podcast* e da UnB; e trazer uma representação que esteja em sintonia com os conteúdos abordados no episódio. Dessa forma uma imagem de um aparelho televisor demonstrou ser atrativo e servir como plano de fundo do título do episódio.

#### 4.5.2 Divulgação em redes sociais digitais

Lopes (2014) aponta que as redes sociais são a principal forma de interação entre o *podcast* e o público; e também oferecem a possibilidade de que o *podcast* seja divulgado por um número maior de pessoas; o que permite alcançar um público variado e que não tem o costume de escutar *podcasts*, mas que ao se interessar pelo tema apontado no material gráfico compartilhado em redes sociais possa vir a acessar o *podcast* **Mídia Pública**.

Assim, foi criado um perfil no *Instagram*<sup>32</sup> para o *podcast*, a fim de gerar interação com o público através das diversas possibilidades de produto que a plataforma permite compartilhar:

**Figura 9:** Exibição do *Instagram* do *podcast* **Mídia Pública** em navegador da web.



Fonte: Elaboração própria

Nesse sentido, Bontempo (2021) entende que plataformas como o *Instagram* não são otimizadas para o compartilhamento de áudio. Então propõe o formato **audiograma**. Esse formato é um vídeo composto pelo áudio do *podcast* e uma imagem estática, que muitas vezes é complementada através de adição de texto; transcrição do áudio; e/ou uma animação das ondas sonoras do episódio. Assim, foi criado para o **Mídia Pública** três audiogramas curtos, cada um com a fala de um(a) entrevistado(a), para divulgar o *podcast* em um formato compatível com diversas redes. Essas peças foram criadas com uma ferramenta que a plataforma *Anchor* disponibiliza de criação de vídeos curtos com a transcrição automática de segmentos do *podcast*, com duração inferior a um minuto.

<sup>32</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/podcastmidiapublica/>

#### 4.5.3 A acessibilidade

No universo da mídia sonora, em que se inclui o *podcast*, percebe-se que há pouco interesse em oferecer opções de acessibilidade; conforme aponta Pinheiro (2020), existe o pensamento de que tais conteúdos não necessitam, ou não podem ser acessibilizados, pressupondo-se que não há interesse do público em consumi-los, o que é falso. Ademais, por este trabalho estar sendo produzido em um contexto de uma Universidade Pública, ele tem como dever ser construído de uma forma que possa ser acessível ao maior número de pessoas. Além disso, a intenção de ser uma forma de divulgação científica da produção do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina, que defende o direito à informação, exige que a elaboração desse projeto leve em consideração o público sensorialmente diverso, visto que é um conteúdo que interessa a toda população.

A primeira opção de acessibilidade que o *podcast* **Mídia Pública** oferece é o roteiro acessível: “Ele próprio, o roteiro, já se constitui como um instrumento de acessibilidade, na medida que é produzido / escrito com uma cuidadosa descrição de sons e das imagens que deseja expressar / informar” (PINHEIRO, 2020, p. 53). Indo além, Pinheiro propõe uma revisão ao roteiro radiofônico para alcançar níveis mais dinâmicos de acessibilidade. Assim, o **roteiro acessível** (disponível no APÊNDICE A) foi construído acompanhando a realização do projeto; logo, foi sendo atualizado a partir das novas mudanças que foram inseridas no episódio-piloto.

O resultado se apresenta com um documento em texto que tem a intenção de conciliar as informações estéticas que o som traz com a exposição do conteúdo. Por entender que os elementos da Linguagem Radiofônica carregam sentidos expressivos que agregam a experiência de escuta, é preciso trazer tal expressividade na descrição do roteiro, a fim de oferecer uma experiência acessível completa.

O *podcast* **Mídia Pública** buscou oferecer uma versão com **legendas acessíveis**. Entendendo que as plataformas de consumo de *podcast* não possibilitam a inclusão de legendas, foi necessário disponibilizar o *podcast* no *YouTube*<sup>33</sup>, pois a plataforma permite conteúdos em vídeo e inserir legendas. Dessa forma, as legendas acessíveis do *podcast* foram elaboradas de acordo com as normas previstas no “Guia

---

<sup>33</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCFaWtkriszul155INKwyBqA>

orientador para acessibilidade de produções audiovisuais”<sup>34</sup>; e assim permitem que o *podcast* seja consumido com o suporte textual simultaneamente.

Da mesma forma que a transcrição deve marcar a expressividade que o áudio carrega, as legendas precisam trazer a mesma experiência. Em alguns casos, é necessário a simplificação do texto, para possibilitar sua leitura de maneira mais efetiva. Ademais, é preciso trazer a identificação de quem fala e a forma em que se expressa.

Assim, o *podcast* **Mídia Pública** buscou criar opções para que o conteúdo produzido pudesse ser acessível ao público sensorialmente diverso; dessa forma se mantém em sintonia com a intenção de divulgar o conhecimento científico para o maior número de pessoas possível. Além disso, entende-se a existência de legislação que busca garantir que pessoas com deficiência tenham acesso à cultura, entretenimento e informação, em suportes tecnológicos diversos (BRASIL, 2015).

---

<sup>34</sup> Disponível em: [https://www.camara.leg.br/internet/agencia/pdf/guia\\_audiovisuais.pdf](https://www.camara.leg.br/internet/agencia/pdf/guia_audiovisuais.pdf). Acesso em: 29 out. 2021.

## 5 EPISÓDIOS

### 5.1 Estrutura

O presente trabalho se dedicou a refletir sobre a realização do episódio-piloto da série de *podcast* **Mídia Pública**, contudo entende-se que para elaboração de uma série é necessário pensar a concepção além do primeiro episódio, visto que o artifício de serialização de episódios é: “[...] usado para criar engajamento e despertar no público a expectativa necessária para esperar pelo episódio seguinte” (LOPEZ e ALVES, 2019, p. 6). Nesse sentido, é necessário pensar nos episódios seguintes que irão compor a série.

**Quadro 4.** Estrutura dos episódios da série **Mídia Pública**.

<b>Episódio:</b>	<b>Objetivos principais:</b>	<b>Questões a serem debatidas:</b>
<b>Episódio 1 (piloto): O que é radiodifusão pública?</b>	- Contextualizar o sistema de Radiodifusão Pública; diferenciar os sistemas de radiodifusão; e apresentar um panorama geral da série.	- Como conceituar Radiodifusão Pública? - O que complementaridade quer dizer? - Qual a importância desse sistema?
<b>Episódio 2: O Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina</b>	- Apresentar o Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina e a relevância de sua produção científica.	- O que é o Observatório? Como surgiu? - Qual é o seu objetivo? - Quais as contribuições? - Quais são os principais desafios?
<b>Episódio 3: Radiodifusão pública e democracia.</b>	- Discutir a relação entre Radiodifusão Pública e democracia, através da legislação que aborda esse sistema.	- Onde está previsto na lei a existência de um sistema público de radiodifusão? - Qual a importância do direito à informação para democracia? - Por que no Brasil os governos têm combatido a Comunicação Pública? Como a sociedade pode contribuir para o fortalecimento da Radiodifusão Pública?
<b>Episódio 4: Comunicação pública é uma utopia?</b>	- Conversar sobre o contexto atual da Radiodifusão Pública e o que o futuro	- Existem experiências de sucesso de emissoras públicas e suas programações?

	reserva para o sistema.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Por que parte da população não reconhece a Comunicação Pública como direito?</li> <li>- Qual a perspectiva de futuro para esse sistema?</li> <li>- Como a Radiodifusão Pública se relaciona com as novas tecnologias (<i>Internet, streaming, redes sociais</i>)?</li> </ul>
--	-------------------------	---

Fonte: Elaboração própria.

## 5.2 Episódio 1 (piloto): O que é radiodifusão pública?

A elaboração de um episódio-piloto se justifica pela possibilidade de enxergar: a viabilidade do projeto; o modelo de produção; e a recepção pelo público. Assim, se construiu de maneira experimental um conteúdo em áudio que busca utilizar o formato de *podcast* narrativo. Possibilitando refletir sobre: a consistência do projeto; os processos de produção necessários para se inserir no formato; e os ajustes que precisam ser feitos para os próximos episódios.

Nesse contexto, o piloto “**Episódio 1: O que é radiodifusão pública?**” Teve como tema principal a contextualização dos Sistemas Públicos de Radiodifusão, por ser o primeiro episódio, é necessário estabelecer os conceitos que guiam a série e propor um panorama geral do que está por vir. O episódio buscou trazer conceitos de maneira atrativa e de fácil entendimento; e contou com a participação de pesquisadores do Observatório da Radiodifusão Pública da América Latina. Assim, manteve-se em sintonia com a intenção do projeto em ser uma ferramenta de divulgação científica do Observatório.

Então, o episódio-piloto da série de *podcasts* narrativos **Mídia Pública** apresentou: o conceito de radiodifusão; a justificativa de porque a Constituição Federal propõe que todos os sistemas devem oferecer programação de interesse público; a definição de radiodifusão comercial; a definição do sistema de radiodifusão estatal; o conceito de Radiodifusão Pública; a questão da complementaridade; o impasse entre o público e o estatal; a relação entre Radiodifusão Pública e democracia; e a importância desse sistema.

Portanto, o primeiro episódio buscou contextualizar o Sistema de Radiodifusão Pública e oferecer uma discussão prévia sobre os assuntos que serão abordados de maneira minuciosa nos próximos episódios; tudo isso com o uso de uma linguagem

dinâmica e acessível, utilizando os elementos da Linguagem Radiofônica para gerar atratividade e imersividade, e contando com as vozes de pesquisadores(as) para referenciar e trazer credibilidade ao debate.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se propôs a refletir sobre a realização de um episódio-piloto de uma série de *podcasts* narrativos como proposta de divulgação científica do Observatório da Radiodifusão Pública da América Latina. Dessa forma, as reflexões abordam: a prática do fazer audiovisual, no formato de *podcast* narrativo; a noção de divulgação científica e como o formato utilizado pode atuar nessa área; e o conceito de Radiodifusão Pública sob a perspectiva do Observatório.

Assim, a abordagem conceitual dos Sistemas de Radiodifusão Pública e a produção científica do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina referenciam teoricamente a discussão que esse trabalho se propõe a levantar tanto no contexto acadêmico quanto na apresentação do conteúdo trabalhado no *podcast* **Mídia Pública**. Nesse sentido, é possível apontar as seguintes reflexões sobre a Comunicação Pública – especificamente a Radiodifusão:

- a) A instituição desse sistema no Brasil é respaldada pela Constituição Federativa de 1988; assim sua existência é uma garantia constitucional que visa um uso equilibrado do espectro hertziano através das emissoras de rádio e televisão. A complementaridade entre os sistemas é demandada através da noção de que os interesses das emissoras comerciais e estatais nem sempre vão estar em sintonia com o interesse da população.
- b) A Radiodifusão Pública busca se colocar como um sistema de radiodifusão que funciona como porta-voz do povo. Assim, a missão de educar, informar e entreter por meio de uma programação de qualidade coloca o foco das emissoras desse sistema nos cidadãos. Além disso, entende-se que a Radiodifusão Pública deve ser formada com os princípios de: universalidade, diversidade, independência e especificidade, conforme preconiza a Unesco (2001). Para que assim seja – um espaço acessível e representativo a toda população; que transmita uma variedade de temas, formatos, vozes, rostos, histórias, a fim de garantir o direito à informação – esse sistema deve atuar de maneira independente editorialmente e financeiramente para garantir o foco no interesse público; e, a Radiodifusão Pública deve ser diferente dos outros sistemas, sobretudo no sentido da participação social / cidadã.



- c) Na prática, a existência desse sistema sofre com a influência histórica do Estado sobre as emissoras de radiodifusão não comerciais. Assim, o sistema encontra-se desestruturado no Brasil em decorrência das interferências de governos que retiram a participação popular e aparelham a principal empresa de Radiodifusão Pública no país. A situação fragilizada do sistema se intensifica pela perspectiva negativa que parte expressiva da população tem sobre esse sistema, não enxergando o seu potencial e não valorizando a importância do direito à informação. Assim, encontra-se dificuldade em definir o conceito de Radiodifusão Pública, visto que as experiências desse sistema no Brasil sofrem com uma política que busca o seu fim.

Partindo da noção da importância do sistema de Radiodifusão Pública no Brasil e a situação de fragilidade que se encontra, surge a necessidade de divulgar a produção científica realizada no contexto acadêmico. Assim, entende-se que as pesquisas realizadas pelo Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina são essenciais, por abordarem esse sistema com um rigor científico e por serem produzidas por pesquisadores(as) referências no debate sobre Comunicação Pública. Então, para realizar a divulgação científica da produção do Observatório é necessária a recodificação dos conceitos para que os conhecimentos levantados pelo Grupo se tornem de fácil entendimento para pessoas não especialistas; e também é necessário que tal conteúdo seja apresentado em um suporte que permita ampla divulgação, uma construção atrativa e acessível para quem entrar em contato.

Com esse pensamento, o *podcast* surge como um produto criado com o uso da Linguagem Radiofônica, que proporciona abordar assuntos diversos de forma atrativa e imersiva e permite realizar experimentações. Além de um produto em áudio, entende-se que a prática do *podcasting* compreende também a forma que esse produto é disponibilizado e consumido. Assim, a realização deste trabalho contribuiu para o ampliar minha experiência dentro do Audiovisual ao entender que o *podcast* é uma mídia sonora que é distribuída na *Internet* e permite que os ouvintes-leitores consumam esse produto no momento que quiserem e em diversos dispositivos. Logo, a produção de um *podcast* não compreende apenas a realização de um produto em áudio, a sua distribuição e divulgação exige a produção de um material audiovisual

múltiplo, utilizando: produção gráfica, vídeos (no formato audiograma), e as ferramentas de acessibilidade; exigindo a capacitação e o desenvolvimento em múltiplas áreas.

Ademais, a partir da pesquisa desenvolvida surgem novos temas que se apresentam como pontos de relevância para pesquisas futuras. No contexto da Radiodifusão Pública, se torna necessário refletir sobre o futuro desse serviço, no sentido de como esse sistema pode se configurar em um ambiente digital a partir da popularização da *Internet* e de plataformas de *streaming*. Dessa forma, indo além da noção de radiodifusão e sendo necessária uma reflexão sobre uma multiplicidade de mídias públicas. Ao pensar o *podcast* como ferramenta de divulgação científica, futuras produções podem explorar outros formatos além do *podcast* narrativo. Entende-se a potencialidade de formatos ficcionais, programas de entrevistas e *podcasts* humorísticos, formatos que possuem um grande público no Brasil, portanto, produções experimentais podem discutir sobre a utilidade para fins de divulgação científica.

Por fim, se faz necessário ressaltar a importância da reflexão sobre o processo de produção. Nesse sentido, o registro da realização deste trabalho se propõe a ser um reflexo de toda uma construção realizada ao longo da graduação, dessa forma entende-se que não é uma realização individual, visto que cada experiência vivida no contexto acadêmico possibilitou a existência deste projeto experimental. Além disso, as reflexões realizadas se propõem a ser ponto de referência e debate para futuros trabalhos.

## REFERÊNCIAS

ABPOD. PodPesquisa 2019. **Associação Brasileira de Podcasters**, 2019. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa/>. Acesso em: 27 out. 2021.

ABPOD. PodPesquisa Produtores 2020-2021. **Associação Brasileira de Podcasters**, 2020-2021. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa-2019/>. Acesso em: 27 out. 2021.

BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. *In*: MEDITSCH, E. **Teorias do Rádio - Textos e contextos**. Florianópolis: Insular, v. 1, 2005.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**. Madri: Cátedra, 1994.

BARTHES, Roland. **Aula**. São Paulo: Cultrix, 1996.

BERRY, Richard. *Will the iPod kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio*. **Convergence**, London, v. 12, n. 2, 2006.

BIANCO, Nelia Rodrigues Del; ESCH, Carlos Eduardo; MOREIRA, Sonia Virgínia. Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. **Estudos em Comunicação**, n. 12, p. 155-181, Dezembro 2012.

BONTEMPO, Renato. **Podcast Descomplicado**: crie *podcasts* impossíveis de serem ignorados. 2ª. ed. [S.l.]: Bicho de Goiaba, 2021.

BRASIL. (Constituição 1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Presidência da República. Brasília, 2016. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 21 out. 2021.

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. República Federativa do Brasil. 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: 20 out. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.417**, de 1 de março de 2017. Conversão da Medida Provisória nº 744, de 2016 Altera a Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. República Federativa do Brasil. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2015-2018/2017/Lei/L13417.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2017/Lei/L13417.htm). Acesso em: 21 out. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.146**, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). República Federativa

do Brasil. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm). Acesso em: 29 out. 2021.

BRASIL. **Lei nº 4.117**, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. República Federativa do Brasil. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l4117compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4117compilada.htm). Acesso em: 29 out. 2021.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. esp, p. 1-12, 2010.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo científico: conceito e funções. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 37, p. 1420-1427, Setembro 1985.

CHASSOT, Attico Inácio. Alfabetização científica: uma possibilidade para a inclusão social. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, v. 22, p. 89-100, jan. / abr. 2003.

CHASSOT, Attico Inácio. **Catalisando Transformações na Educação**. Ijuí: Unijuí, 1993. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/SpWJM8thJQmPQtcDStqzm3c/?lang=pt>. Acesso em: 22 out. 2021.

COCHICHO. O que é um *podcast* narrativo? **cochicho**, 2020. Disponível em: <https://cochicho.org/o-que-e-podcast-narrativo/>. Acesso em: 23 out. 2021.

COMPARATO, Doc. **Da criação ao roteiro: teoria e prática**. 4ª. ed. São Paulo: Summus, 2016.

DELEUZE, Gilles.; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

ESCH, Carlos Eduardo; BIANCO, Nelia Rodrigues Del. Radiodifusão pública brasileira: o desafio de conquistar credibilidade e representatividade social. **Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, Coimbra, v. 2, p. 115-131, 2016. Disponível em: [https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019\\_2\\_9](https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_2_9). Acesso em: 21 out. 2021.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio. *In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação*. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, v. 1, 2010. p. 1.009-1.010.

FERREIRA, Norma Sandra de Almeida. As pesquisas denominadas “Estado da Arte”. **Educação e Sociedade**, v. 79, n. XXIII, Agosto 2002. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/es/a/vPsyhSBW4xJT48FrdCtqfp/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 24 out. 2021.

FERREIRA, Paula. Funcionários relatam 161 casos de censura na Empresa Brasileira de Comunicação (EBC). **O Globo**, 10 maio 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/funcionarios-relatam-161-casos-de-censura-na-empresa-brasileira-de-comunicacao-ebc-1-25225485>. Acesso em: 08 out. 2021.

FIGARO, Roseli. A triangulação metodológica em pesquisas sobre a Comunicação no mundo do trabalho. **Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 16, n. 2, p. 126-131, maio/agosto 2014. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.162.06>. Acesso em: 24 out. 2021.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3ª. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GERBASE, Carlos. **Cinema. Primeiro Filme: descobrindo, fazendo pensando**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2012.

IBGE. Uso de *Internet*, televisão e celular no Brasil. **IBGE**, 2019. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-Internet-televisao-e-celular-no-brasil.html#subtitulo-0>. Acesso em: 08 out. 2021.

JOSÉ, Carmen Lucia.; SERGL, Marcos Júlio. **Voz e roteiros radiofônicos**. São Paulo: Paulus, 2015.

JUNGBLUT, Cristiane. EBC virou ‘cabide de emprego’ e símbolo de aparelhamento político, diz ministro. **O Globo**, 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/ebc-virou-cabide-de-emprego-simbolo-de-aparelhamento-politico-diz-ministro-19487534>. Acesso em: 27 set. 2021.

KANTAR IBOPE Media. Estudo da Kantar IBOPE Media indica que consumo de rádio aumentou e alcança 80% dos brasileiros. **Kantar IBOPE Media**, 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedial.com/estudo-da-kantar-ibope-media-indica-que-consumo-de-radio-aumentou-e-alcanca-80-dos-brasileiros/>. Acesso em: 06 out. 2021.

KAPLÚN, Mario. **Produção de Programas de Rádio: do roteiro à direção**. Florianópolis/São Paulo: Insular/Intercom, 2017.

KASTRUP, Virgínia. O Funcionamento da atenção no trabalho do cartográfico. **Psicologia & Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 15-22, jan/abr 2007. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/psoc/a/8rWQrJSBTg7w8zTV47svGTq/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 25 out. 2021.

KAUFMANN, Jean-Claude. **A entrevista compreensiva: um guia para pesquisa de campo**. Petrópolis: Vozes, 2013.

LONGHI, Raquel Ritter; CORDEIRO, William Robson. No Jornalismo Imersivo, O Infográfico É Hiper. **Revista Líbero**. São Paulo, v. 21, n. 41, 2018.

LOPES, Leo. **Livro Podcast - Guia Básico**. [S.l.]: Marsupial, 2014.

LOPEZ, Debora Cristina; ALVES, João. **Apontamentos metodológicos para análise de podcasts seriados**. Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da. Joinville: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2018.

LOPEZ, Debora Cristina; FREIRE, Marcelo. **Métodos digitais aplicados às pesquisas de rádio expandido: desafios metodológicos**. Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da. Belém: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2019.

LOPEZ, Débora Cristina; FREIRE, Marcelo. Inovação e narrativa multimídia em podcasts: um estudo de caso de Strange Bird. **Temática**. ANO XVI. N. 06. JUNHO/2020 – NAMID/UFPB. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/index>. Acesso em: 12 out. 2021.

MARTINO, Luiz Claudio. Contribuições para o estudo dos meios de comunicação. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº 13, dezembro 2000.

MEDITSCH, Eduardo; BETTI, Juliana Gobbi. **Os elementos sonoros na análise da informação radiofônica: em busca de métodos**. 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Goiânia: SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 2019.

MENEZES, José Eugênio de. Cultura do ouvir: vínculos sonoros na contemporaneidade. **Líbero**, São Paulo, v. Ano XI, n. 21, p. 111-118, junho 2008.

MOREIRA, Idleu de Castro; MASSARANI, Luisa. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. *In*: MASSARANI, L.; MOREIRA, I. D. C.; BRITO, F. **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002. p. 43-64. Disponível em: <http://www.museudavida.fiocruz.br/index.php/publicacoes/livros/747-tcc-54>. Acesso em: 22 out. 2021.

PAULINO, Fernando Oliveira; GUAZINA, Liziane; OLIVEIRA, Madalena. Serviço público de mídia e comunicação pública: conceito, contextos e experiências. **Comunicação E Sociedade**, v. 30, p. 55-70, dez. 2016. Disponível em: [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/44188/1/MO-et-al\\_2016\\_vol30-csoc-pt.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/44188/1/MO-et-al_2016_vol30-csoc-pt.pdf). Acesso em: 19 out. 2021.

PINHEIRO, Elton Bruno. *Podcast e acessibilidade: apontamentos teóricos e metodológicos*. **GEMInIS**, v. 11, n. 2, p. 45-66, agosto 2020.

PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. Radiodifusão sonora pública do Brasil: o processo de conformação do serviço e os desafios de sua integração no ambiente digital. 2019. 545 f., il. **Tese** (Doutorado em Comunicação)—Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

PINHEIRO, Elton Bruno. Podcast y el territorio de la accesibilidad cultural: reflexiones desde el escenario brasileño. **Comunicação Pública** [Online], Vol.17. 202. (No prelo).

PINHEIRO, Elton Bruno. A linguagem e a mensagem sonora. Aula/Slide. Faculdade de Comunicação. Universidade de Brasília. 2017.

RAMOS, Murilo César. *et al. Em Defesa da Comunicação Pública*. Brasília: FAC-UnB, 2016.

ROSÁRIO, Nísia Martins do; COCA, Adriana Pierre. A cartografia como um mapa movente para a pesquisa em comunicação. **Comunicação & inovação**, v. 19, n. 41, p. 34-48, set/dez 2018. Disponível em: [https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/5481/2551](https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/5481/2551). Acesso em: 25 out. 2021.

SCHAFER, R. Murray. **A afinação do mundo**: uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

SILVA, Juliana do Vale. Linguagem radiofônica e estratégias de imersividade em narrativas sonoras: uma análise do podcast “Archive 81”. 2021. 87 f. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Bacharelado em Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

UNESCO. **La Radio y Televisión Pública: ¿Por qué? ¿Cómo?** Montreal: UNESCO - Consejo Mundial de Radio y Televisión. 2001.

Universidade de Brasília. **Manual de identidade visual**. 1. ed. Brasília: Universidade de Brasília, 2008. Disponível em: <http://www.marca.unb.br/manual1.php>. Acesso em: 29 Outubro 2021.

VIANA, Luana. **O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos**. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 2020.

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao *podcast*: as novas práticas de produção e consumo de áudio. *In*: SOARES, R. D. L.; SILVA, G. **Emergências periféricas em práticas midiáticas**. São Paulo: ECA/USP, 2018. p. 88-107. Disponível em: <http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/259>. Acesso em: 23 out. 2021.

VICENTE, Eduardo. **Gêneros e formatos radiofônicos**. São Paulo: Núcleo de Comunicação e Educação NCE-ECA/USP, 2002.

WERNECK, Erika Franziska. E por falar em ciência... no rádio! *In*: MASSARANI, L.; MOREIRA, I. D. C.; BRITO, F. **Ciência e público**: caminhos da divulgação científica no Brasil. Rio de Janeiro: Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006. p. 79-88. Disponível em: <http://www.museudavida.fiocruz.br/index.php/publicacoes/livros/747-tcc-54>. Acesso em: 22 out. 2021.



## APÊNDICES

### APÊNDICE A - ROTEIRO ACESSÍVEL



#### ROTEIRO ACESSÍVEL

Jusef Felipe Pinto de Oliveira

E-mail: [jusef.felipe@gmail.com](mailto:jusef.felipe@gmail.com)

Roteiro acessível do episódio-piloto da série **Mídia Pública** foi elaborado a partir do roteiro radiofônico do episódio. Por isso apresenta algumas divisões: o termo **LOC.** (locução) é uma marcação que se refere a todas falas do apresentador do episódio; o termo **SONORA** marca a fala de entrevistados(as) e o termo **TÉC.** (técnica) é uma marcação que se refere a todos os outros sons: músicas, efeitos sonoros e ambientação.

#### Episódio 1. O que é radiodifusão pública?

**SINOPSE: Mídia Pública** é um podcast em sintonia com uma comunicação cidadã, diversa e plural. Mas o que seria uma mídia pública? A intenção dessa série é discutir exatamente isso. Nesse primeiro episódio vamos conversar sobre a radiodifusão pública, tentar entender o que é esse serviço e o motivo de ser importante para uma sociedade democrática.

<b>TÉC.</b>	<p><b>Entra som ambiente da rodoviária do plano piloto (vozes, pessoas andando, ambiente movimentado). Toca nos alto falantes a música "Inquilina - Aviões" ritmo de forró, alegre e dançante</b></p> <p><b>Aos poucos entra o ruído de eletricidade que aumenta de intensidade gradativamente. Ao mesmo tempo, entra ao longe sons de uma nave espacial alienígena que vai se aproximando cada vez mais</b></p> <p><b>Um alarme começa a tocar</b></p> <p><b>O ruído de eletricidade, a nave alienígena e a sirene ficam fortes</b></p>
-------------	--

	<p><b>Um foguete é disparado</b></p> <p><b>Há uma grande explosão</b></p> <p><b>Todos os outros sons param</b></p> <p><b>Entra gradativamente: o som de lasers, sirene de bombeiro, gritos de pessoas e ruídos estranhos dos alienígenas. Naves continuam passando</b></p> <p><b>Entra gradativamente a música "Time's Up - Loopop" é eletrônica e uma música de ficção científica</b></p> <p><b>Todos os sons param, apenas a música continua</b></p>
<p><b>LOC.</b></p>	<p>Imagina que você está assistindo televisão e de repente toca a vinheta de plantão da globo e interrompe a programação / William Bonner aparece do estúdio / ao vivo / falando que alienígenas estão invadindo a terra.// E aí eles mostram imagens naves espaciais em diversos lugares do Brasil / depoimentos de pessoas que viram acontecer / e mostram toda confusão //</p> <p>Parece uma história bizarra / talvez nos primeiros segundos você fique se perguntando "será que é verdade?" e então muda de canal,/ pega o seu celular pra ver se isso está acontecendo mesmo.//</p> <p>Mas e se eu te contar que já aconteceu uma história parecida com essa./ Em 1938 algumas cidades dos estados unidos entraram em pânico por causa de uma transmissão de rádio que anunciava uma invasão alienígena//</p>

	<p>Tudo não passava de uma encenação feita por Orson Welles que adaptava o livro A Guerra dos Mundos para uma espécie de radionovela.//</p> <p>Eu acho que hoje seria praticamente impossível fazer uma pegadinha com essa proporção / porque se na TV aparecem alienígenas / eu posso simplesmente pegar meu celular e abrir várias páginas diferentes para ver se é isso mesmo.//</p> <p>Apesar de ser muito difícil se repetir a história de guerra dos mundos,/ atualmente existem muitas notícias falsas,/ teorias da conspiração,/ e essas coisas elas aparecem com muita facilidade.//</p> <p>E assim como na história de Orson Welles,/ que simulou uma catástrofe para que seu programa de rádio fizesse sucesso,/ atualmente tem muita gente lucrando em cima de informações não confiáveis.//</p> <p>Mas no episódio de hoje não vamos falar sobre fake news,/ muito pelo contrário,/ vamos falar sobre uma mídia pública,/ em que os principais objetivos giram em torno da participação da sociedade e da cidadania.//</p>
<b>TÉC.</b>	<b>A música “Time’s Up - Loopop” para de tocar</b>
<b>LOC.</b>	Oi, meu nome é Jusef Felipe e você está ouvindo <i>Mídia Pública</i> / um podcast em sintonia com uma comunicação / cidadã / diversa e

	plural.// No episódio de hoje a gente vai conversar um pouco sobre radiodifusão pública //
<b>TÉC.</b>	<b>Entra a música “Raining - Mila Coolness” e acompanha a locução ao fundo</b>
<b>LOC.</b>	<p>Você pode então estar se perguntando:// “– mas o que é radiodifusão?”,/ então eu já começo dizendo que é a transmissão de sons ou de sons e imagens, / através de ondas eletromagnéticas propagadas no espaço. / em outras palavras, / quando se fala em radiodifusão, / a gente está falando basicamente do rádio e da televisão, / dois meios de comunicação que eu e você sabemos muito presentes e influentes no dia a dia de muita gente, / principalmente trazendo informações /formando opiniões e entretendo. //</p> <p>Mas assim como eu você também já deve ter percebido duas outras coisas: / a primeira é que hoje em dia o rádio e a TV não são os únicos meios de comunicação / e a segunda coisa é que a gente também já não consome os conteúdos do rádio e da TV da mesma forma que era feito há 10, 20 ou 30 anos atrás: / hoje, / tanto o rádio quanto a TV / estão na internet / nos computadores nos celulares //</p> <p>Dessa forma a gente consegue assistir esse tipo de conteúdo ou escutar esses programas seja nas redes sociais /nas plataformas de <i>streaming</i> / em sites //</p>

	<p>Mas calma aí / eu estou me adiantando um pouco isso já é spoiler de um outro episódio... // vamos retomar aqui o conceito básico: /acho que já deu pra entender o que eu quero dizer quando eu falo em radiodifusão,/</p> <p>Só que quando falo de TV ou rádio <u>pública</u> / não estou falando daqueles telões que colocam em praças ou ruas na época de Copa do Mundo pra todo mundo poder assistir os jogos juntos / e nem a rádio que toca na rodoviária / no ônibus / no terminal// A verdade é que a própria definição de <u>público</u> é algo difícil e no Brasil a gente sempre faz uma confusão// é sobre essa dificuldade de definir o que é radiodifusão pública que a vamos conversar no episódio de hoje//</p>
<p><b>TÉC.</b></p>	<p><b>A música “Raining - Mila Coolness” para de tocar</b></p> <p><b>Entra a vinheta: a vinheta inicia com um ruído agudo que se transforma em um rádio buscando sintonizar frequências diferentes Uma televisão de tubo é ligada e então entra a música “North Oakland Extasy - Squadda B”, música eletrônica com a batida bem marcada</b></p> <p><b>Todos os outros sons param, apenas a música continua</b></p> <p><b>A música “North Oakland Extasy - Squadda B” para de tocar</b></p> <p><b>Entra a introdução da música “A peleja do diabo com o dono do céu - Zé Ramalho” violão dedilhado.</b></p> <p><b>A música continua ao fundo</b></p>

<b>LOC.</b>	Para começar / gostaria de propor uma pergunta:/ “Quem é o dono do céu?”//
<b>TÉC.</b>	<p><b>A música “A peleja do diabo com o dono do céu - Zé Ramalho” se transforma no refrão em que instrumentos de percussão entram e Zé Ramalho canta : “É a peleja do diabo com o dono do céu / A peleja do diabo com o dono do céu / Óia a peleja do diabo com dono do céu”</b></p> <p><b>A música continua tocando ao fundo</b></p>
<b>LOC.</b>	<p>Não estou falando desse céu da música do Zé Ramalho / estou falando da atmosfera mesmo //</p> <p>Quem é o dono da atmosfera? / Parece uma pergunta nada a ver / mas eu trouxe o trecho de uma série para a gente chegar em alguma resposta//</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>A música “A peleja do diabo com dono do céu - Zé Ramalho” para de tocar</b></p> <p><b>Entra um trecho da série Falcão e o Soldado Invernal:</b></p> <p><b>[homem 1]: “o avião do Vassant já está no espaço aéreo da Tunísia, o exército americano não pode ser visto operando lá”</b></p> <p><b>[homem 2]: “Entendi, vocês voam baixo, me soltam e eu subo até lá pra interceptar. Nenhum tratado violado.”</b></p> <p><b>Se transforma em um segundo trecho da mesma série:</b></p> <p><b>[homem 3]: “Beleza, se liga, você vai entrar no espaço aéreo da Líbia.”</b></p>

	<p><b>[homem 2]: “Presumo que tenho problema com isso.”</b></p> <p><b>[homem 3]: “É um problemão, um problemão!”</b></p> <p><b>Começa a tocar a música “Raining - Mila Coolness” e acompanha a locução ao fundo</b></p>
<p><b>LOC.</b></p>	<p>Então tem o personagem que fala que vai entrar no espaço aéreo da Tunísia / e o outro que fala que tá entrando no espaço aéreo da Líbia //</p> <p>Então a partir disso a gente consegue entender que aquela parte do céu / da atmosfera / faz parte do território daquele país / podemos então falar que pertence ao país //</p> <p>[pausa]</p>
	<p>Comecei com essa pergunta pelo seguinte / as transmissões de rádio e televisão acontecem com a emissão de ondas eletromagnéticas que vão viajar pela atmosfera até serem captadas pelas antenas / seja antena do rádio / antena da televisão / e até mesmo o fone de ouvido do seu celular/ que funciona como uma antena para captar a rádio FM//</p> <p>Mas então é o seguinte / já que a gente decidiu que dentro de determinado território quem manda no céu é o país / então é o país que deve decidir como esse espaço no céu vai ser utilizado //</p> <p>E isso precisa ser decidido porque você sabe muito bem que se não organizar direitinho vira bagunça/ E a pesquisadora Gisele Pimenta</p>

	/ que é jornalista e faz parte de um grupo de pesquisa chamado Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina / explica exatamente isso//
<b>TÉC.</b>	<b>A música “Raining - Mila Coolness” para de tocar</b> <b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente.</b>
<b>SONORA</b> <b>Gisele</b> <b>Pimenta</b>	- “Aquele sinal que chega na sua TV, daquela TV aberta, que você não paga para isso, ou ouvir também pelo rádio, pelas rádios e emissoras de rádio que você ouve por exemplo no seu carro; esse tipo de transmissão ele é um serviço de telecomunicações e ele é um serviço que ele é uma prerrogativa no Brasil do Estado. Então o Estado tem que conceder, permitir ou autorizar que alguma empresa, algum grupo ou alguma entidade, ela explore esse tipo de serviço que chega a nós, cidadão comum, de uma livre e gratuita.”
<b>TÉC.</b>	<b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente.</b>
<b>LOC.</b>	Para ser ainda mais específico, vamos ouvir o que a Constituição de 1988 / tem a dizer//
<b>TÉC.</b>	<b>Entra a música “Abertura O Guarani - Carlos Gomes”, música clássica com tema bem marcante com uma gravação antiga</b> <b>A música toca e acompanha a locução ao fundo</b>



<p><b>LOC.</b></p>	<p><b>[efeito modificador na voz para parecer que é um discurso sendo transmitido pela televisão]</b></p> <p><i>(discurso enfático, vibrando a letra r)</i></p> <p>COMPETE AO PODER EXECUTIVO OUTORGAR E RENOVAR CONCESSÃO / PERMISSÃO E AUTORIZAÇÃO PARA O SERVIÇO DE RADIODIFUSÃO SONORA E DE SONS E IMAGENS</p> <p>//</p>
<p><b>TÉC.</b></p>	<p><b>Entra efeito sonoro de aplausos de um grande público no plenário da Câmara dos Deputados.</b></p>
<p><b>LOC.</b></p>	<p>Já que o dono do céu é o país / quem tá governando o país no momento / pode deixar as emissoras usarem a atmosfera para que as ondas possam viajar tranquilas sem interferência //</p> <p>Mas já que empresas específicas estão usando algo que pertencem a um país inteiro / elas então precisam oferecer em troca um conteúdo construtivo para a população //</p>
<p><b>TÉC.</b></p>	<p><b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente.</b></p>
<p><b>SONORA</b> - <b>Gisele</b> <b>Pimenta</b></p>	<p>“a gente tem que ter a noção de que o serviço de radiodifusão, independente né de qual seja essa modalidade prestada, ele é um serviço que precisa ser prestado ao cidadão atendendo a uma série de requisitos porque é um direito e um direito, eu diria, eu</p>

	defenderia, que fundamental, um direito humano. Direito à comunicação é um direito humano.”
<b>TÉC.</b>	<p><b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente.</b></p> <p><b>Entra a música “Raining - Mila Coolness” acompanha a locução ao fundo</b></p>
<b>LOC.</b>	<p>Então o que a Gisele falou tem a ver com o que está na Constituição// Lá está dizendo que todas as TVs e rádios tem que dar preferência a conteúdos que sejam interessantes para todo mundo // Então tem que ser conteúdos educativos / artísticos / culturais e informativos // Precisam também valorizar a cultura nacional / ter uma produção regional que seja cultural / artística e jornalística// E assim / por favor / <i>(tom sarcástico)</i> respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família //</p>
	<p>O resumo de tudo o que a gente ouviu até agora é o seguinte: / você já entendeu que o céu é um bem público / então as emissoras elas podem utilizar desde que em troca tenham um conteúdo voltado para o público//</p> <p>E aí é o seguinte:/ eu falei sobre a dificuldade de definir radiodifusão pública / e / até agora tudo o que eu falei deu a entender que toda emissora é pública / já que precisam ter uma programação destinada ao público geral//</p>

	<p>Então é isso gente/ respondida a questão sobre o que é uma emissora de radiodifusão pública//</p> <p>Chegamos ao fim / então até o nosso próximo episódio//</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>A música “Raining - Mila Coolness” para de tocar</b></p> <p><b>Entra a música “Tema - Curb Your Enthusiasm” música alegre que apresenta uma característica de humor, uma música para ser usada no final de programas de comédia</b></p>
<b>LOC.</b>	<p><i>(voz baixa)</i></p> <p>Pera lá</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>A música “Tema - Curb Your Enthusiasm” para de tocar</b></p>
<b>LOC.</b>	<p><i>(bem próximo ao microfone)</i></p> <p>Eu vou até chegar mais perto para falar um negócio // A verdade é que eu menti para você,/ assim,/ mentir é uma palavra forte // eu <i>omiti</i> um trecho da Constituição//</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>Entra a música “Raining - Mila Coolness” e acompanha a locução ao fundo</b></p>
	<p>Naquela parte da Constituição que tá falando que compete ao Poder Executivo e etc / é o artigo 223 e ele completo diz o seguinte//</p> <p>“Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de</p>

	<p>sons e imagens, // Observado o princípio da complementaridade dos sistemas / privado / público / e estatal.” //</p> <p>Então é o seguinte: / a Constituição falou de três sistemas diferentes/ um privado/ um público e um estatal / então quer dizer que quando a gente fala “emissora pública” a gente tá falando de alguma coisa específica e não todas as emissoras //</p> <p>A chave para entender a diferença entre essas três é essa palavra / complementaridade //</p>
<b>TÉC.</b>	<b>A música “Raining - Mila Coolness” para de tocar</b>
<b>LOC.</b>	<p>Complementaridade entre os sistemas / quer dizer então que tá faltando coisa em algum lugar que precisa ser completado / ou <i>complementado</i>. //</p> <p>A pesquisadora Gisele entende que a ideia de complementaridade tem a ver também com uma limitação do número de rádios ou TVs que podem existir / e essa limitação existe estritamente por causa das leis da física. //</p>
<b>TÉC.</b>	<b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente.</b>
<b>SONORA</b> <b>Gisele</b> <b>Pimenta</b>	- “Só que esse serviço também é limitado, não há espaço nesse espectro, que é o nome técnico, para que todas as pessoas ou grupos, empresas e entidades interessadas possam transmitir as

	<p>suas ideias, pensamentos, opiniões por meio dos sinais de rádio ou televisão. Então por isso na Constituição é garantido que haja um equilíbrio entre esse perfil de exploração desse serviço e esse equilíbrio é justamente o equilíbrio entre o estatal, o privado e o público, que são os nomes utilizados pela Constituição Federal”</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente.</b></p>
<b>LOC.</b>	<p>E assim / a gente já tem um número limitado de canais que podem existir // E mesmo assim / quando a gente liga a TV / parece que não existe muita variedade entre eles. //</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>Entra a música “Silent River - Mila Coolness” e acompanha a locução ao fundo</b></p>
<b>LOC.</b>	<p>Então um exemplo: /se a gente liga a TV num domingo à tarde e fica zapeando entre os canais / a gente percebe que os programas são muito semelhantes/ só vai mudar o apresentador//</p> <p>Você pode até pensar que é porque TV é muito ruim,/ sempre tem a mesma coisa e que prefere assistir Netflix//</p> <p>A questão é que não tem ninguém disposto a pagar netflix e internet pros 200 milhões de brasileiros / enquanto isso o sinal de TV e as ondas do rádio chegam de graça pra todo mundo//</p>

	<p>Além disso / a televisão ainda é a principal fonte de informação dos brasileiros / e o rádio consegue chegar em lugares que não chega nada/ lugares que nunca chegaram gente / mas as ondas do rádio estão passando ali por cima//</p> <p>[pausa]</p>
<p><b>LOC.</b></p>	<p>É estranho alguém falar que TV é muito ruim porque as emissoras do Brasil são as empresas de conteúdo que mais tem dinheiro / então elas conseguem pagar os melhores profissionais / e também bancar a melhor estrutura com os melhores equipamentos.// E é por isso até que existe o <i>(em de ironia) ditado popular padrão Globo de qualidade//</i></p> <p>Mesmo ainda assim parece que essas empresas ficam deixando a desejar/ seja pela falta de diversidade nos programas/ até mesmo os rostos e das vozes que são transmitidos.//</p> <p>Isso acontece pelo seguinte:/ as emissoras privadas elas estão reféns da questão comercial. // Então elas têm a tendência de manter as coisas do jeito que estão porque dá dinheiro / porque o anunciante prefere assim. //</p> <p>O professor da UnB e pesquisador Carlos Eduardo Esch é um dos fundadores do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina / e ele entende que para as empresas que chamamos de comerciais / a informação não passa de uma mercadoria//</p>

<b>TÉC.</b>	<b>A música “Silent River - Mila Coolness” para de tocar</b> <b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b>
<b>SONORA - Professor Carlos Eduardo Esch</b>	"já que radiodifusão comercial, em essência, o que nós temos é uma Radiodifusão voltada para o lucro. Voltada para o utilizar a informação entretenimento como produtos. Produtos que realmente no final das contas se reverterem em lucro, em lucro financeiro, para os proprietários das das empresas de comunicação”
<b>TÉC.</b>	<b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b> <b>A música “Silent River - Mila Coolness” volta a tocar e acompanha a locução ao fundo</b>
<b>LOC.</b>	Mesmo tendo a maior e mais completa estrutura / as emissoras comerciais acabam sofrendo as interferências do interesse econômico / afinal / é preciso recurso para manter essa estrutura/ e <i>(em tom de ironia) é claro / os ricos precisam ficar cada vez mais ricos//</i>
<b>TÉC.</b>	<b>A música “Silent River - Mila Coolness” para de tocar</b> <b>Entra a música “Heron - Mila Coolness” acompanha a locução ao fundo</b>
<b>LOC.</b>	A Constituição fala de outro sistema / o Estatal// Ao contrário do que dizem por aí sobre as nossas queridas emissoras públicas / as

	<p>emissoras estatais é que são,/ de fato,/ a TV,/ ou rádio,/ do governo.//</p> <p>Não que essas emissoras sejam para propaganda pessoal de quem está temporariamente no comando,/ elas têm a função de divulgação dos projetos efetuados e oferecem uma forma de controle para a população.//</p> <p>Dessa forma são ferramentas para a transparência / e também para uma comunicação direta entre o governo e a população / a Gisele explica isso um pouco melhor.//</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>A música “Heron - Mila Coolness” para de tocar</b></p> <p><b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b></p>
<p><b>SONORA</b> -</p> <p><b>Gisele</b></p> <p><b>Pimenta</b></p>	<p>“Em tese, o estatal seria a utilização desses canais pelos governos porque os governos também precisam ter canais de diálogo com a população, não só para mostrar o que eles estão fazendo, mas como para fazer com que as políticas públicas, né, que são desenvolvidas, cheguem a quem precisa, cheguem ao cidadão”</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b></p> <p><b>A música “Heron - Mila Coolness” volta a tocar e acompanha a locução ao fundo</b></p>



<b>LOC.</b>	Então as emissoras estatais têm uma função um pouco mais institucional,/ claro que elas produzem conteúdos de interesse público/, só que por estarem ligadas ao governo / obviamente vão sofrer um direcionamento de acordo com os interesses políticos./ Então acabam servindo mais como uma plataforma do governo do que um espaço para o povo//
<b>TÉC.</b>	<b>A música “Heron - Mila Coolness” para de tocar</b>
<b>LOC.</b>	<p>Chegamos então nas nossas amadas emissoras públicas//</p> <p>Se desse pra ter uma definição rápida e fácil a gente não teria usado todo esse tempo até aqui / mas mesmo assim eu perguntei para os integrantes do Observatório da Radiodifusão Pública como que poderíamos definir em poucas palavras //</p> <p>A professora Nelia Del Bianco estuda políticas públicas de comunicação / ela mostra que existem 4 princípios básicos que caracterizam o sistema público de radiodifusão//</p>
<b>TÉC.</b>	<b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b>
<b>SONORA - Professora Nelia Del Bianco</b>	“Portanto, um serviço público ele atende a quatro princípios básicos que são defendidos pela Unesco para caracterizar um serviço voltado para o interesse público: um deles é a universalidade, ou, seja tem que ser o serviço que acessível a todos os cidadãos, independente da posição social em que ele se encontram; tem que

	<p>ser um serviço diverso, refletir os interesses da sociedade e oferecer uma programação que cubra diferentes gêneros e diferentes segmentos do público; atuar com independência, seja ela editorial e financeira, portanto livre de pressões financeiras; e tem que oferecer um serviço diferenciado, não só atendendo a programas que não são veiculados pela mídia comercial, mas também tratando de temas totalmente diferentes no ponto de vista da abordagem do conteúdo.”</p>
<b>TÉC.</b>	<b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b>
<b>LOC.</b>	<p>Então, uma TV pública é uma TV feita pelo povo para o povo./ Mema coisa com o rádio / o que guia o interesse de uma rádio pública é o interesse público.//</p> <p>Para o professor Carlos Eduardo / essa é uma das principais características de uma emissora pública//</p>
<b>TÉC.</b>	<b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b>
<b>SONORA - Professor Carlos Eduardo Esch</b>	<p>“Princiaplmete, quando exercem as suas atividades pautadas por uma série de compromissos voltados pro próprio país, para o próprio cenário nacional e para o próprio conjunto de cidadãos, que de alguma maneira acaba garantindo seu funcionamento com as verbas públicas que são gastas na sua manutenção. Esses</p>

	<p>compromissos, eles estão voltados na área da comunicação produzir uma comunicação cidadã, uma comunicação que eleve o debate público da nação, mas uma comunicação diversa que consiga retratar em seus produtos, em suas produções a diversidade cultural, racial, de interesses da própria população.”</p>
<p><b>TÉC</b></p>	<p><b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b></p> <p><b>Entra a música “Balance - Mila Coolness” e acompanha a locução ao fundo</b></p>
<p><b>LOC.</b></p>	<p>Quando eu estava pesquisando para escrever esse episódio / eu encontrei uma definição muito bonita / que diz que a radiodifusão pública é um lugar de encontro onde todos os cidadãos são bem-vindos e considerados iguais.//</p> <p>Por isso a ideia de uma emissora pública está muito ligada à ideia de cidadania,/ como se através das ondas fossem transmitidas as informações para a construção de uma população com plena consciência de sua cidadania.//</p> <p>(pausa)</p> <p>E pra gente entender um pouco melhor o conceito de complementaridade / tenho um exemplo sobre televisão / e de como a TV pública age de forma complementar.//</p>

Houve um tempo em que na TV aberta várias emissoras passavam programas dedicados ao público infantil / e se você gosta de assistir desenho / você já percebeu que programação infantil anda meio sumida da TV aberta// Eu já ouvi duas justificativas para isso:/ a primeira diz que é por causa da regulamentação da publicidade infantil / e a segunda é porque as emissoras têm vendido pacotes a parte na TV fechada e serviços de *streaming* uma programação especificamente para crianças. //

Essas duas explicações mostram como os interesses comerciais interferem diretamente na grade de programação das emissoras,/ obviamente durante um programa para crianças as publicidades que vão passar no horário comercial são para produtos infantis / então se existe uma regulamentação sobre a publicidade de produtos para crianças,/ então as emissoras passariam a não ter mais como arrecadar dinheiro com essas publicidades,/ a alternativa é trocar a programação / colocar no lugar um programa de variedades e assim pode colocar uma diversidade maior de anunciantes.//

E a segunda justificativa / sobre vender um serviço a parte / bom / é isso né / tá bem na cara.//

(pausa)

Mas a programação infantil ela não sumiu totalmente da TV aberta / você ainda encontra opções.//

<b>TÉC.</b>	<b>A música “Balance - Mila Coolness” para de tocar</b>
<b>LOC.</b>	<p>Dentre essas opções / estão as TVs públicas,/ como a TV Brasil e a TV Cultura,// A programação infantil continua firme e forte lá como sendo inclusive uma das principais características dessas emissoras / oferecer uma programação infantil diferenciada,/ com programas educativos / culturais / e experiências inovadoras //</p> <p>A pesquisadora Gisele Pimenta aponta que a programação infantil pode servir como uma maneira de fortalecer a relação entre as emissoras públicas e a sociedade.//</p>
<b>TÉC.</b>	<b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b>
<b>SONORA</b> <b>Gisele</b> <b>Pimenta</b>	<p>- “Fortalecer a programação infantil dessas emissoras, que é um nicho muito importante, e um nicho histórico de atuação das emissoras públicas no país. A TV Cultura, por exemplo, grande parte da tradição no campo público de comunicação da TV Cultura vem da programação infantil. A própria TV Brasil, a audiência da TV Brasil aumentou quando a TV Brasil começou a investir em programação infantil de qualidade, e essa formação de público de um público que hoje assiste desenhos e daqui 10, 15, 20 anos vai olhar para essa emissora com um olhar carinhoso, com olhar atento, com um olhar de lembrança e com olhar de reconhecimento.”</p>

<b>TÉC.</b>	<p><b>Entra uma parte da música “Passarinho que som é esse?” a música começa com vozes femininas cantando “passarinho, que som é esse?” acompanhadas por instrumentos musicais clássicos e então se transforma em uma música eletrônica com uma batida de funk roda e para de tocar.</b></p>
<b>LOC.</b>	<p>Outra característica importante dos serviços públicos de radiodifusão é o caráter educativo.// Isso faz sentido porque se a gente está em um país como o Brasil que é enorme / devemos utilizar ferramentas de longo alcance e que são acessíveis,/ para educar e capacitar todos os cidadãos.//</p> <p>A chegada do rádio no Brasil aconteceu com esse pensamento / e até hoje a relação entre radiodifusão pública e educação é muito marcante.//</p> <p>Parei aqui pra pensar e percebi que pra gente entender o conceito de radiodifusão pública no Brasil / e a atual situação desse sistema a gente pode fazer paralelos com a história dele no país.//</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>Entra sons de batida na porta</b></p> <p><b>A porta se abre</b></p> <p><b>Um sofá é arrastado</b></p> <p><b>Sons de mordidas em uma maçã</b></p> <p><b>Voz masculina fala: “senta que lá vem a história”</b></p> <p><b>Uma trombeta toca uma música ritmada</b></p>

	<p><b>(Descrição da abertura do quadro “Senta que lá vem a história” do programa Rá-Tim-Bum, da TV Cultura)</b></p> <p><b>Entra música “Rosa - Grupo do Pixinguinha” samba lento, melodia tocada em uma flauta, gravação feita em 1917.</b></p>
<p><b>LOC.</b></p>	<p><b>[efeito modificador na voz para parecer uma transmissão antiga de rádio]</b></p> <p>7 de setembro de 1922. Rio de Janeiro.// No alto do corcovado uma antena de transmissão trazida pelo médico e pesquisador Roquette-Pinto. // A transmissão alcançou receptores em Niterói,/ Petrópolis e São Paulo.// Um marco no fim do mandato do presidente Epitácio Pessoa. // Em 1923 é fundada a primeira rádio do Brasil,/ a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro.// Ela foi patrocinada pela Academia Brasileira de Ciências e ficava na escola politécnica do Rio de Janeiro.//</p> <p>Por ser vinculada a cientistas e pesquisadores,/ sua principal intenção era ser usada para divulgação científica e educacional.// A primeira rádio do Brasil não foi gerida pelo Estado,/ muito menos foi criada por uma empresa privada.// O rádio surge no Brasil através de sociedades e grupos civis.// Só que tem um porém...//</p> <p>A Rádio Clube do Rio de Janeiro / que a gente chama de a primeira rádio do Brasil / não foi de fato a <i>primeira rádio do Brasil</i>,/ e nem 1922 foi o ano que teve a primeira transmissão.//</p>

Tem essa expressão que diz que existem muitos *Brasis*,/ e pois é,/ parece que certos *Brasis* têm muito mais influência em como a história é contada.//

Em 1919,/ três anos antes,/ em Pernambuco foi fundada na escola superior de eletricidade a Rádio Clube de Pernambuco,/ então nesse mesmo ano já foi feita a primeira transmissão.// A Rádio Clube passou a operar de fato só em 1923,/ mesmo ano que a do Rio de Janeiro,/ a diferença é que a de Pernambuco começou em fevereiro,/ enquanto a do Rio de Janeiro começou em abril.// Apesar disso,/ a rádio Clube de Pernambuco tinha uma intenção muito similar a do Rio de Janeiro,/ também foi criada por pesquisadores e dentro de uma estrutura educacional.//

E assim / tudo ia muito bem,/ na medida do possível,/ Rádio Clubes surgiam de norte a sul do país,/ quase todas com grupo de amigos pesquisadores que estavam curiosos com a novidade.// Mas a felicidade de pesquisador dura pouco,/ logo começaram a surgir também muitas rádios com interesses comerciais,/ porque a novidade representava novas possibilidades de ganhar dinheiro.//

Além disso,/ até então não existia nenhuma regulamentação para as rádios,/ aí em 1930 o governo Vargas começou a regulamentar as rádios do Brasil.// Algo bom né? A gente sabe que tem que organizar direitinho.//



	<p>O problema foi que Vargas tinha outras intenções por trás da regulamentação.// Ele entendia o potencial do novo meio e queria utilizar como uma forma de comunicação direta com o povo,/ sobretudo como uma espécie de propaganda do governo.// Nem mesmo as rádios comerciais escaparam e passaram a sofrer com o controle e com censura./// Todo esse cenário fez com que fosse extremamente complicado manter a ideia inicial de Roquette-Pinto,/ tanto é que em 1936 a Rádio Clube do Rio de Janeiro / ela é cedida ao Ministério da Educação,/ e virou a emissora que conhecemos hoje como Rádio MEC.//</p>
<b>TÉC.</b>	<b>A música “Rosa - Grupo do Pixinguinha” para de tocar</b>
<b>LOC.</b>	<p>Essa confusão entre público / estatal e privado / é um dos grandes impasses que estão presentes em diversos lugares do Brasil / então lógico que afeta os sistemas de radiodifusão // A professora Nelia Del Bianco comenta um pouco sobre essa confusão entre o público e o estatal//</p>
<b>TÉC.</b>	<b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b>
<b>SONORA - Professora Nelia Del Bianco</b>	<p>“As emissoras educativas estaduais, e educativas culturais, elas se estruturaram ao longo dos anos, na sua maioria, como emissoras estatais. Então em todos os âmbitos sejam eles Municipal, Estadual ou Nacional, a vinculação com a emissora estatal foi dominante e isso fez com que essas emissoras herdassem uma estrutura</p>

	<p>administrativa centralizada, marcada por uma atuação, sem Independência editorial e também sem independência financeira.</p> <p>O impasse está na dificuldade de manter os princípios de independência, diferenciação, universalidade e participação social, sem vincular com o estatal. No Brasil, não conseguem diferenciar público como algo independente, mas sempre colocam as emissoras sobre o controle do Estado, a serviço de divulgar as ações de governo”</p>
<p><b>TÉC.</b></p>	<p><b>Entra o efeito sonoro “Whoosh”, como uma flecha passando rapidamente</b></p> <p><b>Entra música “Far Away - Mila Coolness” e acompanha a locução ao fundo</b></p>
<p><b>LOC.</b></p>	<p>Se a gente for analisar as emissoras públicas no Brasil hoje, / a situação está um pouco complicada.// A Empresa Brasil de Comunicação / que a gente chama de EBC / ela foi criada em 2008 / com a intenção de unificar e fortalecer o sistema público de radiodifusão no Brasil com alcance nacional//</p> <p>Pra quem não sabe / a EBC ela tem sofrido diversos ataques e até uma tentativa de privatização / mas esse assunto é complexo e na verdade ele é para um próximo episódio.//</p> <p>O que podemos comentar / assim por cima hoje / é que ela tem sofrido censuras e teve a sua participação popular retirada// Enfim /</p>

	<p>todas essas diversas coisas que estão acontecendo mostram que parece que <i>certos governos</i> não gostam muito da ideia de emissoras públicas,/ eu não quero muito falar sobre esse assunto pra não atrair energias ruins.//</p> <p>Mas se a gente parar pra pensar um pouco no Brasil de 2021 / a situação não está fácil// Vivemos diversas crises / uma crise econômica / dentro de uma crise política / em cima de uma crise sanitária / e a gente se vê envolto em um mundo de diversas informações conflitantes e notícias falsas e tudo mais // E a gente chega a conclusão de que seria ótimo se a gente tivesse um canal / meio / uma rádio / uma televisão que trouxessem informações e conteúdos que interessam a população / e não a ideias de governos ou ideias de empresas privadas.//</p> <p>(pausa)</p>
<p><b>LOC.</b></p>	<p>Se você me acompanhou até aqui / eu espero que você não esteja com uma sensação de que um esforço pela radiodifusão pública não valha a pena // Mas caso você se sinta assim / eu gostaria de dizer que mesmo com as afinal as dificuldades existem experiências de sucesso / tanto no Brasil quando ao redor do mundo. //</p> <p>Mas o principal motivo que podemos ressaltar para a valorização de uma Comunicação Pública / no geral não só falando de TV e rádio/ é o direito à informação// Os pesquisadores e pesquisadoras do</p>

Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina / que entrevistei para construir esse episódio / reforçam que você tem direito de se manter informado / de consumir conteúdo educativo e também de se entreter / se divertir// Esse direito só pode ser alcançado plenamente se for acessível / e se ele não estiver dependente do interesse de lucros ou intenções políticas//

(pausa)

A verdade é que a história da radiodifusão pública na América Latina é uma história de luta/ assim como luta pelo direito à informação / e a luta por diversos direitos//

A Comunicação Pública ela é essencial para o fortalecimento da democracia / por ter como principal foco o interesse do povo / por ser um espaço que representa o povo//

A relação entre radiodifusão pública e democracia não para aí / podemos perceber que uma radiodifusão pública fortalecida é uma consequência de uma democracia fortalecida// Porque quando uma democracia é forte / o país faz questão que todas as pessoas estejam informadas.//

(pausa)

Nesse episódio do Mídia Pública a gente entendeu que o céu que está acima das nossas cabeças é nosso / ele é um bem público / então o uso dele tem que ser para o nosso benefício //

	<p>A radiodifusão pública atua para garantir o seu direito à informação / o seu direito educação / o seu direito ao lazer // Mas além de acesso a informação / você também tem direito a ter voz / você tem direito a ser reconhecido//</p> <p>A luta pela radiodifusão pública tem como objetivo que você possa se reconhecer quando você liga a TV / ou quando você liga o rádio / mas não só você / como todos os brasileiros//</p> <p>Se o céu é nosso / a TV e o rádio também precisam ser.//</p>
<b>TÉC.</b>	<p><b>A música “Far Away - Mila Coolness” para de tocar</b></p> <p><b>Entra a música “North Oakland Extasy - Squadda B”, música eletrônica com a batida bem marcada, acompanha a locução ao fundo</b></p>
<b>LOC</b>	<p>Esse episódio foi escrito / apresentado / e editado por mim:/ Jusef Felipe//</p> <p>Contou com a orientação do Professor Elton Bruno Pinheiro//</p> <p>Esse episódio existe graças ao Observatório da Radodifusão Pública na América Latina / e também / ao Laboratório de Áudio da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília//</p> <p>Esse podcast foi realizado como produto experimental de um Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação / na Universidade de Brasília//</p>

	<p>Gostaria de ressaltar alguns sons que foram utilizados no episódio de hoje / como por exemplo a música “A peleja do diabo com o dono do céu” interpretada por Zé Ramalho / e também a música “Rosa” com uma gravação de 1917 do Grupo do Pixinguinha / além disso temos a abertura do quadro “Senta que lá vem a história” do programa Rádio-Tim-Bum da TV Cultura / e também / da mesma emissora / a gente tem a música “Passarinho que som é esse” do programa Rádio-Tim-Bum, / mas na versão remix / que talvez você já tenha escutado no Instagram ou no TikTok.//</p> <p>Na descrição desse episódio você encontra acesso ao roteiro / onde estão os créditos completos / mais informações / e também referências de pesquisa //</p> <p>Então é isso / chegamos ao final / então até o próximo episódio do Mídia Pública / um podcast em sintonia com a comunicação cidadã / diversa e plural //</p>
<b>TÉC</b>	<b>A música “North Oakland Extasy - Squadda B” para de tocar</b>

## CRÉDITOS

### Músicas de fundo:

- Time’s Up - Loopop
- Disponibilizado por Lofi Girl:
  - Raining - Mila Coolness
  - Silent River - Mila Coolness

- Heron - Mila Coolness
- Balance - Mila Coolness
- Far Away - Mila Coolness
- O Guarani (abertura) - Carlos Gomes
- Rosa - Grupo do Pixinguinha

#### **Inserções sonoras:**

- Episódio 01: Nova Ordem Mundial - Falcão e o Soldado Invernal, *Disney+*
- Abertura do quadro “Senta que lá vem a história” do programa Rá-Tim-Bum, TV Cultura
- PASSARINHO QUE SOM É ESSE vs POC POC POC - FUNK REMIX TIK TOK  
- DJ TOPO

#### **REFERÊNCIAS:**

BIANCO, N. R. D.; ESCH, C. E.; MOREIRA, S. V. Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. **Estudos em Comunicação**, n. 12, p. 155-181, Dezembro 2012.

BRASIL. (Constituição 1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Presidência da República. Brasília, 2016. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm). Acesso em: 21 Outubro 2021

BRASIL. **Lei nº 4.117**, de 27 de agosto de 1962. República Federativa do Brasil. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l4117compilada.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4117compilada.htm) . Acesso em: 24 Outubro 2021.

BRASIL. **Lei nº 11.652**, de 7 de abril de 2008. República Federativa do Brasil. 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: 20 Outubro 2021

BRASIL. **Lei nº 13.417**, de 1 de março de 2017. República Federativa do Brasil. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2015-2018/2017/Lei/L13417.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2017/Lei/L13417.htm) . Acesso em: 21 Outubro 2021

ESCH, C. E.; BIANCO, N. R. D. Radiodifusão pública brasileira: o desafio de conquistar credibilidade e representatividade social. **Mediapolis – Revista de**

**Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, Coimbra, v. 2, p. 115-131, 2016.  
Disponível em: [https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019\\_2\\_9](https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_2_9) . Acesso em: 21 Outubro 2021.

UNESCO. ***La Radio y Televisión Pública: ¿Por qué? ¿Cómo?*** Montreal: UNESCO - Consejo Mundial de Radio y Televisión. 2001.



## **APÊNDICE B – ENTREVISTA COMPREENSIVA COM O PROFESSOR CARLOS EDUARDO ESCH**

11 de setembro de 2021. Áudios enviados via email.

### **1) Como podemos conceituar “Radiodifusão Pública”?**

*CARLOS EDUARDO ESCH:* Podemos definir a radiodifusão pública a partir de duas dimensões: uma dimensão mais administrativa, que tem a ver com o desenho das entidades, o desenho jurídico burocrático-administrativo das entidades que congregam emissoras de radiodifusão pública — seja de rádio de televisão. Esse conceito mais burocrático-administrativo se deve porque têm emissoras de radiodifusão públicas que são vinculadas a governos, ao Poder Executivo, e também existem realidades onde a vinculação maior da estrutura dessas emissoras — desses entes públicos de radiodifusão — estão relacionados aos congressos, os parlamentos de cada país.

Então a gente tem uma variedade de possibilidades nesse desenho administrativo que, também de alguma maneira, guarda sentido com a própria ideia de algo público, que funciona publicamente a partir, hora do interesse público, mas também muito vinculado inicialmente ao próprio financiamento do funcionamento desse ente público. Um financiamento que tem origem na estrutura de Estado e também através de governos. Então nós temos nessa primeira dimensão uma variedade de possibilidades dentro desse desenho do que é radiodifusão pública a partir do próprio conceito que a sociedade tem.

Essa mentalidade pode variar muito, de uma mentalidade em que essas entidades são muito próximas dos governos, e com isso tem uma série de questões que são levantadas sobre autonomia, interferência, uso dessas instituições pelos governos de plantão e outros cenários nacionais, onde você encontra a definição e o funcionamento dessas emissoras de radiodifusão públicas mais voltados à instância de uma natureza mais descentralizada, como é por exemplo Parlamento — apesar de ser uma estrutura de poder, o parlamento representa, em tese numa democracia, os representantes eleitos pelo povo. Então o parlamento em vários locais, em países como Espanha, Portugal, França, tem um papel fundamental de acompanhamento, coordenação do funcionamento desses entes públicos; estabelecendo de alguma

maneira muitas vezes um contrapeso do nível de influência que cada governo pode exercer nessas entidades.

Então nós temos emissoras de radiodifusão pública a partir do momento que elas estão vinculadas a estrutura, são financiadas de alguma maneira, e principalmente quando exercem as suas atividades pautadas por uma série de compromissos voltados pelo próprio país, para o próprio cenário nacional e para o próprio conjunto de cidadãos; que de alguma maneira acaba garantindo o seu funcionamento com as verbas públicas que são gastas na sua manutenção. Esses compromissos estão voltados a produzir uma comunicação cidadã, uma comunicação que eleve o debate público da nação, mas uma comunicação diversa, que consiga retratar em seus produtos a diversidade cultural, racial, de interesses da própria população. Então a gente vê entre esse conceito e o conceito da radiodifusão comercial uma diferença muito grande, já que na radiodifusão comercial, em essência, temos uma radiodifusão voltada para o lucro, voltada para o utilizar a informação, entretenimento como produtos; produtos que realmente no final das contas se reverterem em lucro financeiro para os proprietários das empresas de comunicação; e logicamente também benefícios de poder e influência — que não são tão secundários assim no próprio cenário político de cada país e de cada contexto nacional.

## **2) De um modo geral, como caracterizaria a Radiodifusão Pública no contexto da América Latina?**

*CARLOS EDUARDO ESCH:* Caracterizar a radiodifusão pública no contexto da América Latina, apesar de ser um cenário muito amplo, é caracterizá-la como um conceito e uma ideia que estão profundamente ligados a um processo de luta, de construção desse conceito nas sociedades latino-americanas. Quando a gente fala de radiodifusão pública, a gente não está falando de algo isolado, no sentido da convivência das questões nacionais, nós estamos lidando com uma forma de comunicação e a existência de emissoras de televisão e rádio que atuam em função de seus compromissos com a população. Essa ideia do público não afeta só a radiodifusão, ela caracteriza uma série de serviços, de conceitos.

Esse conceito do público na América Latina é um conceito ainda muito problemático, no sentido de que cada contexto nacional apresenta problemas sérios, e não só com relação à radiodifusão, mas a ideia do público, a ideia da prestação do

serviço público, a ideia do papel do público na vida do cidadão, a maneira como cidadão se comporta no ambiente público. Historicamente então nós temos uma tradição, como continente, que é muito problemática e apresenta circunstâncias muito interessantes, mas ao mesmo tempo que traz uma série de empecilhos para a constituição de conceitos do público que orientem o funcionamento das entidades, que permitam que a população tenha uma visão mais clara sobre isso e, inclusive no caso da comunicação e da radiodifusão pública, até mesmo a constituição da ideia de que a informação é um bem público, faz parte de um sentido de direito à comunicação que pode ser tão importante — apesar de não ser comparativo entre outros direitos como: o direito à saúde, um direito à alimentação, o direito a não ser violentado, enfim uma série de direitos que nós temos como cidadãos — e que, muitas vezes, observamos ainda no cenário latino-americano muita dificuldade de ver a própria informação como um direito do cidadão, como um bem público tanto quanto é a praça pública, quantos são os aparatos públicos. A informação é um bem público e é um bem que localiza o cidadão, que traz qualidade de vida e de interpretação de vida para esse cidadão.

Então nós temos ainda no continente uma situação ainda de construção, eu coloco uma frase que é: na nossa América Latina a radiodifusão pública ainda luta para ter um lastro social, para ser reconhecida socialmente, a partir das suas propostas e do papel que elas podem desempenhar no próprio cenário democrático. Particularmente no Brasil isso é mais ainda complicado, porque no Brasil existe uma luta histórica entre setores voltados para comunicação comercial e seus aliados no cenário político, hora para terminar, hora para extinguir os entes de radiodifusão pública, e hora para colocar em xeque a manutenção desses entes com verba pública. Então nós estamos ainda num processo de construção muito revoltado, em que cada vez que troca o governo vem discussões sobre isso. Nós temos um histórico nessa questão muito complicado, então se a gente for observar no cenário latino-americano essa questão de caracterizar a radiodifusão pública, eu caracterizaria como um espaço contínuo de luta para, não só sobreviver, mas para poder existir, para se constituir enquanto opção de informação, de entretenimento, diferente do que o comercial oferece. Então é um espaço ainda de muita luta; de muita tentativa de legitimação; e de constituição de uma imagem positiva perante as populações de cada país, logicamente ressalvadas as situações particulares de cada cenário.

**3) No cenário brasileiro, como avalia o presente e que perspectiva futura enxerga para o Serviço de Radiodifusão Pública? Quais os maiores avanços e quais os maiores desafios desse segmento da radiodifusão no país?**

*CARLOS EDUARDO ESCH:* No cenário brasileiro vejo a radiodifusão pública, principalmente a que está atrelada ao poder central, de uma maneira muito negativa. Nós estamos no momento em que o atual governo praticamente desconstruiu uma experiência que vinha sendo vivenciada desde a criação da EBC, e já lá no governo do PT, essa experiência de criação da EBC foi um marco diferente, porque apesar de ainda manter algumas vinculações indesejadas com a estrutura do governo executivo — como a dependência do repasse de verbas, a vinculação dentro da estrutura burocrática administrativa a uma Secretaria ligada à Presidência da República, que colocava a EBC sobre a dependência administrativa, e isso é uma dependência perigosa porque pode ser em que, através de uma série de mecanismos, pode se exercer um poder de influência sobre o que é produzido nesses entes.

Esse momento nosso mostra o desmonte dessa experiência da EBC, que apesar de todas essas ponderações sobre a vinculação com o governo, era uma experiência interessante, porque ao ser criada, a sua legislação de criação estabeleceu uma série de parâmetros de funcionamento inovadores. O primeiro deles é a constituição de um conselho curador formado por parte de representantes do governo, mas por parte de representantes da sociedade, e que tinha um papel muito interessante, na análise na definição de parâmetros estratégicos de funcionamento, na definição e na análise dos parâmetros de prestação de contas (que uma entidade como essa tem que fazer a própria sociedade, não o governo, mas a própria sociedade que, no fim das contas, é quem paga para essa entidade funcionar).

Então essa experiência da EBC foi muito interessante porque na realidade é uma experiência de constituição de uma cultura de funcionamento mais pública; e essa cultura ela é vivenciada, não só grandes conselhos, mas também a forma de funcionamento cotidiano. Com certeza a EBC não tinha chegado ainda nem perto de uma constituição de uma cultura pública mais republicana e voltada realmente para os interesses em sintonia com os diversos segmentos da população, mas de alguma maneira ela vinha propiciando essa vivência que, por certo, poderia trazer benefícios no futuro. Com a posse do governo Bolsonaro e mesmo já no governo que foi

estabelecido depois da saída da presidente Dilma, com a ascensão do presidente Temer, foi um processo já de início de ataque, de conflito, de combate a própria entidade chamada EBC. Com a posse do presidente Bolsonaro houve o reforço de um discurso muito contrário a existência da EBC e a tentativa real de privatizá-la — o que não se fez até o momento por uma série de problemas jurídicos burocráticos e administrativos que envolvem a empresa; e que envolve também o passivo que essa empresa recebeu o ser criada em 2007 de outros entes de comunicação vinculados ao governo federal ao longo dos últimos 40 e 50 anos.

Então a visão sobre a radiodifusão pública no Brasil notadamente, apesar de nós termos algumas três quatro cinco experiências vinculadas ao Estado, é ainda bastante negativa, da minha parte, porque além dos problemas que nós temos de perspectiva por parte dos próprios ocupantes do governo, não existe na população uma visão clara ainda — pelo menos o que as pesquisas nos mostram — de que a população, ou parte significativa dela, tem a consciência da importância de criação, funcionamento, manutenção de um ente de radiodifusão pública que pode ser muito importante para valorizar o debate público, qualificar esse, oferecer uma diversidade de abordagem de temas, de representação, de interesses, de próprios segmentos que formam o cenário da população brasileira; e muitas vezes, os meios comerciais não — por interesse ou porque não lhes é atrativo, no sentido do da relação custo-benefício — abordam determinadas circunstâncias; não produzem determinado tipo de produto, de programa, porque não se tem necessariamente o retorno específico econômico, que é em linhas gerais, o objetivo fundamental das empresas de comunicação privadas. Elas são empresas, nesse sentido, porque elas estão funcionando dentro da lógica capitalista na qual a informação e entretenimento são mercadorias e como mercadorias elas devem ser viáveis economicamente. Logicamente a mídia comercial também colhe um outro tipo de consequência que é o grau de poder e influência no ambiente social, no ambiente público; muitas vezes, influências que acabam também tendo suas repercussões políticas e também repercussões econômicas.

Então, dentro de um cenário tão complexo como nós estamos vivendo, em que a ideia de público está tão confusa, as coisas se misturam entre o privado e o público, entre as ações voltadas para o público, mas que na realidade tem interesses puramente privados. A constituição desse conceito de público no nosso país constitui

um processo muito complexo e eu diria, talvez, precário. Existe muita dificuldade de ver a importância do público; e está sendo constituído ao longo de um tempo por interesses muito específicos de alguns setores a ideia de que o público é um lugar de incompetência, é o lugar de inoperância, é o lugar de falta de qualidade. Então isso também afeta a própria ideia da radiodifusão pública no nosso país.

#### **4) Por que parte expressiva dos cidadãos brasileiros ainda não reconhece a radiodifusão pública como um direito?**

*CARLOS EDUARDO ESCH:* Explicar a razão de que uma parte expressiva, para não dizer a grande maioria dos cidadãos brasileiros, ainda não reconhece a radiodifusão pública como um direito à informação, como um direito ou um bem público — e logicamente em decorrência disso não valorizam as mídias públicas — é um processo muito complexo; porque na realidade, isso vem se constituindo ao longo de muitas décadas, não só agora no momento dos governos Bolsonaro e Temer. Talvez esse processo seja o mais próximo que nós estamos vivenciando temporalmente ao longo da história, mas ele é um processo de muitas décadas e faz parte da constituição de um complexo de natureza política-cultural extremamente profunda e arraigado nas nossas origens como sociedade.

Então a valorização do público, a constituição do público como espaço do interesse e da predominância do interesse comum, ela é muito problemática no nosso país. Agora, é impossível não negar que tem no sistema midiático — que já alcança muitas pessoas, agora com o ambiente digital, as redes de comunicação que se dão pela *Internet*— a circulação de imagens negativas sobre a radiodifusão pública. Então, a constituição de um processo que — ao longo, pelo menos, dos últimos 30 anos — em vários momentos a própria mídia privada transforma a mídia pública em objeto do seu interesse porque, na realidade, são momentos em que — por troca de governo, pelo estabelecimento de alguma medida que não agrada determinado setor das nossas elites — esse debate sobre a radiodifusão pública traz imagens muito negativas, além de que pelos próprios problemas que as entidades vivem e situações que vem a público, acabam não ajudando na imagem que a população possa ter desses entes. Existe a constituição de um processo midiático onde esse ente é muito avaliado de maneira negativa.

Não existe uma boa ação estratégica dos próprios entes de comunicação pública porque na realidade eles tem muita dificuldade de estabelecer isso, em decorrência dos problemas que essa vinculação governamental muitas vezes pode estabelecer para a constituição dessas estratégias de propagação e de conhecimento junto à sociedade; e também pelo fato de que existe um processo muito interessante no Brasil, e a gente já observou isso em pesquisa, que é o fato de que muita gente que nunca ouviu, ou nunca viu as emissoras de natureza pública, serem muito negativas com relação a ela sem nunca terem visto, sem nunca serem audiência dessas emissoras.

Então esse é um processo muito interessante e nos dá um caminho de muitas dessas construções; essas imagens se dão pela forma como o sujeito interage com a mídia, com as matérias de mídia, com outras pessoas; e essa troca de informação acaba repercutindo na própria constituição da perspectiva de cidadãos que nunca consumiram nenhum tipo de mídia pública, mas que têm um discurso, têm uma postura, em relação a essas mídias muito negativas. Então a ideia de não reconhecer a importância da radiodifusão pública começa com a própria ideia de não reconhecer a informação como um bem público; logicamente, dentro de um cenário cultural político muito complexo onde nós temos uma série de elementos que vão, de alguma maneira, influenciar a constituição dessas imagens negativas que sofrem influência inclusive de outras áreas de serviço público. Então a saúde, a educação, que recebem selos de espaços problemáticos, e por isso mesmo, ganham visibilidade as análises negativas sobre esses serviços e a prestação que oferecem à população. Entender esse processo significa fazer um mergulho em aspectos da nossa cultura, do funcionamento da nossa cidadania, das nossas referências de comportamento no espaço público e no espaço de convivência entre as pessoas.

##### **5) Qual a relação da radiodifusão pública e a democracia?**

*CARLOS EDUARDO ESCH:* A relação da radiodifusão pública e democracia é direta. Idealmente, se nós tivermos um serviço de radiodifusão pública estruturado, suficientemente desenhado juridicamente, com autonomia que traz um estabelecimento e o funcionamento saudável dessa entidade, a radiodifusão pública alimenta o debate político e qualifica o cenário informativo de uma dada sociedade. As pessoas poderem perceber nessas emissoras diversas posturas, ideias que

circulam pela sociedade, ter um contraponto dessas ideias para que elas formem as suas posições políticas; saibam em quem votar; tomem contato com discussões essenciais que vão definir a diversas regras de funcionamento da própria sociedade; e que possam ter uma qualidade de informação suficiente para que formem suas perspectivas sobre diversos temas. Então a radiodifusão pública tem um papel fundamental de fomentar o próprio processo democrático; porque ao trazer um conteúdo diverso, com o objetivo de esclarecer o cidadão, de dar mais qualidade a esse ambiente do debate público; ela, de forma direta, traz resultados positivos para a própria qualidade da democracia, do processo e convivência social.

Então, nesse sentido, em países onde isso já está mais consolidado, nós podemos ver que há uma real valorização da existência desses meios. Independente de seus problemas há uma real valorização da existência e a necessidade de mantê-los em decorrência das contribuições que ele dá: para a qualidade da democracia; para esclarecimento da cidadania, sobre diversos aspectos da nossa vida. Então quando se fala em radiodifusão pública, está se estabelecendo uma relação direta – a partir do momento que ela está consolidada – com resultados muito positivos para democracia.



## **APÊNDICE C - ENTREVISTA COMPREENSIVA COM A PROFESSORA**

### **NELIA DEL BIANCO**

12 de setembro de 2021. Áudios enviados via *WhatsApp*.

#### **1) Como podemos conceituar “Radiodifusão Pública”? A questão conceitual ainda é um “impasse” para o desenvolvimento do serviço no Brasil?**

*NELIA DEL BIANCO*: A radiodifusão pública é o serviço público de rádio e televisão que atua com independência editorial; tem sua sustentabilidade garantida por meio de impostos ou contribuições arrecadados pelo Estado; tem autonomia de gestão, seja ela financeira ou gerencial; e, conta com a participação social por meio de conselhos na sua gestão. Lógico que o essencial é que oferece à população uma programação plural e diversa voltada para o interesse público; atuando numa natureza complementar.

Portanto um serviço público atende a quatro princípios básicos que são defendidos pela Unesco para caracterizar um serviço voltado para o interesse público: a universalidade, ou seja, o serviço tem que ser acessível a todos os cidadãos independente da posição social em que eles se encontram. Tem que ser um serviço diverso, refletir os interesses da sociedade e oferecer uma programação que cubra diferentes gêneros e diferentes segmentos do público. Atuar com independência, seja ela editorial e financeira, portanto livre de pressões financeiras. E tem que oferecer um serviço diferenciado, não só atendendo a programas que não são veiculados pela mídia comercial, mas também tratando de temas totalmente diferentes no ponto de vista da abordagem do conteúdo.

O impasse da questão conceitual está na dificuldade de manter os princípios de independência, diferenciação, universalidade e participação social, sem vincular com o estatal. No Brasil, não conseguem diferenciar público como algo independente, mas sempre colocam as emissoras sobre o controle do Estado, a serviço de divulgar as ações de governo.

#### **2) De um modo geral, como caracterizaria a Radiodifusão Pública no contexto da América Latina?**

*NELIA DEL BIANCO:* As emissoras educativas culturais se estruturaram ao longo dos anos, na sua maioria, como emissoras estatais. Então, em todos os âmbitos, sejam eles municipal, estadual ou nacional, a vinculação com a emissora estatal foi dominante. Isso fez com que essas emissoras herdassem uma estrutura administrativa centralizada, marcada por uma atuação sem independência editorial e também sem independência financeira. Elas acabaram criando um lastro de submissão dos seus mecanismos de transparência e *accountability*.

**3) No cenário brasileiro, como avalia o presente e que perspectiva futura enxerga para o Serviço de Radiodifusão Pública? Quais os maiores avanços e quais os maiores desafios desse segmento da radiodifusão no país?**

*NELIA DEL BIANCO:* O cenário atual é de uma volta aos tempos da Radiobrás, a comunicação puramente estatal, que está muito longe dos princípios que caracterizam o serviço público. Hoje a EBC é alvo de um projeto de privatização, mas ao mesmo tempo ela faz propaganda do governo. Somente de janeiro a julho deste ano foram contabilizadas 78 horas de programação para transmitir solenidades e ações do presidente. Em 2020 foram 115 horas dedicadas à transmissão governamental. Então, nessa condição fica muito difícil perceber avanços ou perspectivas de mudança a curto prazo; porque o sistema está totalmente voltado para transmissão de eventos militares, religiosos e solenidades do governo – sem contar o total apagamento no jornalismo da EBC de assuntos que podem ser inconvenientes para o presidente da república. A situação é tão grave que o TSE abriu uma investigação para apurar suspeita de abuso no uso da TV pública para propaganda eleitoral antecipada.

Um grande avanço foi a lei 11.652 de 2008, que estabeleceu os princípios do serviço público de radiodifusão de âmbito federal; e que depois foi modificada integralmente, ou uma parte significativa dela, no governo Temer, com a extinção do Conselho Curador e depois a destituição do presidente da EBC em pleno mandato. Então nós temos um avanço, que foi a criação da lei, e dois passos atrás configurando um retrocesso, que num curto prazo, não há perspectiva de mudança. Portanto, sem o funcionamento do serviço em termos de complementaridade entre público, privado e estatal, o que nós assistimos é uma comunicação pública seriamente ameaçada.

**4) Em termos de Regulação, qual o maior desafio para o caso da Radiodifusão pública brasileira?**

*NELIA DEL BIANCO:* É regulamentar o artigo da Constituição que prevê a complementaridade entre as emissoras estatais, públicas e privadas. Definir o que é cada uma; estabelecer proporcionalidade delas dentro do sistema, em busca de um equilíbrio. Porque hoje nós temos uma predominância do sistema comercial.

**5) Por que parte expressiva dos cidadãos brasileiros ainda não reconhece a radiodifusão pública como um direito?**

*NELIA DEL BIANCO:* A América Latina, historicamente, convive com a existência de um déficit democrático em sua trajetória. Então, em uma trajetória marcada por autoritarismo, populismo, ditaduras comandadas por militares e pela falta de legitimidade de governos – que também se distanciaram muito do princípio da participação popular. As emissoras estatais educativas, sem fim de lucros, surgiram para complementar o serviço educacional; elas não se caracterizaram desde o início como emissoras públicas e começaram a ser vistas por parte da sociedade sempre com uma certa desconfiança.

Não tendo a tradição de serviço público, iniciativas como a EBC, por exemplo, são vistas como algo a ser questionado porque se vincula: tudo o que é público é estatal. Então é preciso romper com essa cultura de achar que tudo que é público é estatal. Essa convivência histórica com emissoras educativas e culturais vinculadas a governos estaduais, municipais e em nível federal, criou um passivo simbólico que já foi detectado em pesquisas realizadas na Universidade de Brasília. Esse passivo diz respeito a uma visão que se cristalizou na sociedade que associa, no imaginário coletivo, os meios públicos a falta de qualidade e de autonomia em relação ao governo e ao Estado; ou seja, se é público é ruim. É complicado tocar nesse assunto num momento de resistência pela manutenção da EBC, mas é algo a ser enfrentado.

**6) Qual a relação da radiodifusão pública e a democracia?**

*NELIA DEL BIANCO:* Nós temos uma democracia que ainda não considera como o valor fundamental ter uma empresa de comunicação. Ela não sabe lidar com esse dispositivo porque é um dispositivo na sociedade brasileira bastante recente. A

primeira lei, que se ajusta aos princípios internacionais de uma radiodifusão pública, foi criada apenas em 2008; portanto ela não teve tempo de se consolidar. Outro fator é que não há uma cultura de sistema público entranhada na sociedade de modo que possa mobilizar sua defesa quando esse sistema se encontra ameaçado. Quando são colocadas em prática, a sociedade, no caso da EBC, questiona a viabilidade de sua manutenção pelo viés econômico. Então, na verdade esta é uma questão de outra natureza: se usa o viés econômico para criticar a necessidade de sua extinção. É preciso ver que serviço público de mídia e a democracia são forças que se animam; e no contexto de uma sociedade democrática é um pré-requisito essencial para fortalecer a experiência de comunicação pública. Então hoje com as ações contra EBC, com a tentativa de privatização, o que está em xeque é a qualidade da nossa democracia.

## **APÊNDICE D - ENTREVISTA COMPREENSIVA COM A JORNALISTA**

### **GISELE PIMENTA**

14 de setembro de 2021. Áudios enviados via email.

#### **1) Como podemos conceituar “Radiodifusão Pública”? O que significa a “complementaridade” entre os sistemas público, comercial e estatal?**

*GISELE PIMENTA:* Para falar um pouquinho sobre a complementaridade dos sistemas vou mencionar um aspecto técnico que às vezes não é muito claro para todas as pessoas. Aquele sinal que chega na sua TV aberta, que você não paga para isso, e que você consegue sintonizar e assistir; ou as emissoras de rádio que você ouve, por exemplo, no seu carro; esse tipo de transmissão é um serviço de telecomunicações e é um serviço que, no Brasil, é uma prerrogativa do Estado.

Então o Estado tem que conceder, permitir ou autorizar que alguma empresa, algum grupo ou alguma entidade, ela explore esse tipo de serviço, que chega a nós de forma livre e gratuita. Só que esse serviço é limitado; não há espaço nesse espectro, que é o nome técnico, para que todas as pessoas, grupos, empresas e entidades interessadas possam transmitir as suas ideias, pensamentos, opiniões, por meio dos sinais de rádio ou televisão. Então por isso na Constituição é garantido que haja um equilíbrio entre esse perfil de exploração desse serviço e esse equilíbrio. Justamente o equilíbrio entre o estatal, o privado e o público, que são os nomes utilizados pela Constituição Federal.

O que seria o privado? Seria essa exploração comercial; seriam as empresas interessadas em usar os serviços em utilizar esses serviços para obter lucro. O estatal são as entidades governamentais, ou as entidades vinculadas de alguma forma ao poder público, com garantia que possam utilizar esse espectro. E o público, onde ficaria o público nessa história? Ele é voltado para o cidadão; não tem vínculos nem com o mercado, nem com os governos. Então feito exclusivamente para atender ao interesse público; ao interesse das pessoas – tanto o interesse geral quanto nas suas especificidades.

Então a complementaridade dos sistemas nada mais é do que uma garantia constitucional de que esses serviços de radiodifusão – que têm que ser controlados, geridos, ou fiscalizados pelo Estado, mesmo que eles sejam explorados por terceiros – atendam a um mínimo de equilíbrio entre o grupo privado, o grupo estatal e o que é

denominado público pela Constituição. Por que esse equilíbrio é importante? Porque há diferenças de interesses. A gente sabe que uma emissora de comunicação – de rádio, de televisão – tem um poder inclusive de direcionar pensamento, de direcionar pautas; e não só isso, mas também de levar entretenimento, levar a ciência levar a educação para o dia a dia das pessoas. Então é preciso que esses interesses sejam equilibrados para que alguns não se sobreponham a outros. A ideia constitucional é garantir essa equanimidade; garantia que nem mercado, nem governos tenham poder para definir, pautar ou controlar esses veículos que são tão importantes para a população.

A situação começa a ficar um pouquinho mais difícil quando a gente diferencia o sistema público, o sistema privado e o sistema estatal. Primeiramente, a gente tem que ter a noção de que um serviço de radiodifusão – independente de qual seja essa modalidade prestada – é um serviço que precisa ser prestado ao cidadão atendendo a uma série de requisitos; porque é um direito, eu defenderia, fundamental, direito à comunicação é um direito humano. Então ele precisa ser encarado como isso; como um serviço de saúde, como serviço de educação, como um serviço de transporte, como serviço de energia. As pessoas precisam desse serviço. Não é um serviço que é secundário; é um serviço central. Então mesmo as emissoras comerciais, falando do sistema privado, precisam atender uma série de critérios e uma série de requisitos para prestar serviço, porém é autorizado que a ela possa ter lucros com essa atividade.

Qual é a diferenciação entre o público e o estatal? Em tese, o estatal seria a utilização desses canais pelos governos; porque os governos também precisam ter canais de diálogo com a população, não só para mostrar o que eles estão fazendo, mas para fazer com que as políticas públicas que são desenvolvidas cheguem a quem precisa. O cidadão precisa saber o que os governos fazem; o que eles propõem; quais são os seus direitos. Essa utilização, que na Constituição seria essa utilização estatal, é de extrema relevância.

O sistema público teria esse foco total no cidadão. Não só na participação, não só na nas pautas, na elaboração dos programas, na forma como essa emissora se planeja, mas na própria gestão e nas próprias práticas de comunicação dessa empresa. Então seria uma instituição, de fato, voltada exclusivamente para o interesse público, sem interferências do mercado ou sem interferências de governo.

Só que aí temos um pulo do gato que é: o serviço público precisa ser financiado por alguém. Quem vai pagar essa conta? No nosso entendimento essa conta, entre aspas, precisa ser paga pelo Estado. Não é o governo federal, não são os governos regionais; tem que ser uma política de Estado. Precisa ter uma série de mecanismos e instrumentos que garantam à emissora que ela consiga ter um orçamento próprio. Um orçamento público, porém, não é um orçamento direto dos governos, porque se, por exemplo, o governo federal do momento vai destinar X do orçamento para essa empresa, ela acaba ficando refém desse governo, porque o governo pode ou investir mais ou investir menos; e isso, querendo ou não, interfere no dia a dia das práticas institucionais desses veículos. Eles são públicos, não podem pender ou ter algum tipo de interferência política, econômica, editorial; nem do mercado e nem dos governos de plantão.

É nesse ponto que a história começa a ficar boa porque a independência financeira não é o único requisito para que a emissora seja considerada pública. Talvez seja um dos requisitos centrais, porque essa emissora precisa ser independente para que ela consiga exercer a sua plena autonomia para atender ao interesse do cidadão, mas elas vão precisar ter outros focos. Têm que garantir participação do cidadão, tanto nos processos de elaboração dos conteúdos quanto nos processos de gestão e de decisão dessas emissoras, ou seja, ela precisa garantir que instrumentos como Conselhos sejam instâncias de diálogo direto com a sociedade; sejam parte da constituição dessa emissora de rádio ou televisão. Elas têm que garantir um respeito a identidades, respeito a crenças, respeito à orientação sexual, respeito à regionalidades, precisam valorizar de uma forma ímpar a cultura ciência, educação, promoção da cidadania e promoção dos direitos humanos, valorização da democracia, garantir a excelência na qualidade da programação e dos seus conteúdos – questões que, às vezes, emissoras comerciais negligenciam. Então é uma prestação de serviço muito complexa porque são requisitos muito importantes que não podem ser deixados de lado. Essas emissoras públicas precisam, por força constitucional e por força de sua missão, atender a esses vários requisitos.

A discussão, para mim, começa a ficar instigante numa transição desse plano ideal – que é o que essas emissoras públicas precisam cumprir como critério e requisito – para o plano real, que é como essas emissoras se configuram no Brasil. Na minha leitura é um pouco misturada a questão do estatal e do público. Muitas

emissoras que são estatais, ou governamentais, acabam exercendo função pública e uma função importante. Então alguns estudiosos destacam essa herança de emissoras que surgiram com o propósito de atender a educação – como foi a Rádio MEC, a própria TV Educativa, a TVE do Rio de Janeiro – que são emissoras governamentais. Foram emissoras historicamente vinculadas ao governo, mas que também, em alguns momentos, exerceram essa função pública. Então muitos estudiosos gostam inclusive de usar o termo: “um campo público”. Um campo de emissoras públicas que, em maior ou menor grau, acabam atendendo a esses critérios. Então, para ficar um pouco mais fácil, eu também vou colocar essas emissoras num bolo maior, embora haja especificidades e a gente precisa ter cuidado com essa classificação. Mas, é uma classificação, que eu acho inclusive, importante nesse primeiro momento; porque essas emissoras precisam se unir, precisam fortalecer esse campo que é um campo não comercial.

Então eu vou dar alguns exemplos de emissoras de rádio e televisão que são consideradas públicas, nesse bojo do campo público de prestação de radiodifusão. Se você está na Bahia, é a Rádio Educadora FM; é uma rádio educativa bastante interessante e de tradição local muito forte.

Acho que todas essas rádios e TVs, de alguma forma, que eu quero mencionar aqui possuem essa atuação local muito importante; e é uma característica da radiodifusão pública, garantir representatividade local e regional; porque as emissoras comerciais, de uma forma geral, têm um apelo nacional muito forte e acaba que as regiões mais periféricas, tanto socialmente quanto regionalmente, perdem representatividade.

Voltando a falar das rádios e das TVs públicas, eu vou dar esses exemplos para a gente entender que as emissoras públicas elas existem e elas têm tradição no Brasil, elas podem não ter essa audiência massiva, mas em níveis locais elas têm histórias e vínculos com o cidadão. A Rádio MEC no Rio de Janeiro; a Rádio Nacional em Brasília; em São Paulo a Rádio Cultura; em Goiás e em Pernambuco as rádios universitárias das duas cidades, que são rádios fortes no sentido de que têm representatividade em segmentos importantes da sociedade; a TV UFG e a TV Universitária da Federal de Pernambuco.

Então essas emissoras são exemplos que podem ser consideradas emissoras públicas que prezam pelo foco no cidadão, o foco na acessibilidade; ou seja, a



radiodifusão pública tem que chegar para todo mundo de um jeito que respeite as especificidades desse ouvinte, ou desse telespectador; respeitar as identidades, valorizar a cultura, ciência e educação; a excelência na qualidade da programação e dos conteúdos. Um critério muito importante para essas emissoras: elas precisam prestar contas à sociedade com muita transparência, com muita proximidade e controle da sociedade; ou seja, nessas emissoras é necessário que haja instâncias de diálogo e instâncias de participação deliberativa – inclusive nas rotinas dessas emissoras.

## **2) De um modo geral, como caracterizaria a Radiodifusão Pública no contexto da América Latina?**

*GISELE PIMENTA:* A gente tem um problema muito importante nos países dessa região que uma é hegemonia da mídia comercial; ou seja, o modelo que a gente tem de prestação de serviço de rádio e televisão é um modelo comercial, como se só existisse esse modelo, ou só ele fosse legítimo. É como uma concentração desse modelo que é majoritário, hegemônico, inclusive nas abordagens sociais. A concentração midiática na América Latina e no Brasil impede, não só o desenvolvimento de políticas públicas para o setor público de rádio e televisão, como também uma visão que rompa estereótipos em relação à radiodifusão governamental (que tem sua razão de existir) e também a radiodifusão pública.

De fato, a gente viveu no início dos anos 2000 até meados de 2015 um momento de importantes mudanças nas legislações de vários países da América Latina – que começaram a valorizar uma alternativa ao sistema comercial. Então houveram mudanças de legislações para que a comunicação pública fosse, não só fortalecida, como também, fosse distanciada desses princípios estatais, garantido mais pluralidade, mais participação social, mais controle público sobre essas emissoras. Porém, esse movimento perdeu força com a ascensão de governos de direita nesses países, o que aconteceu no caso brasileiro.

No caso brasileiro, a gente teve um movimento de criação da EBC entre 2007 e 2008, no segundo mandato do governo Lula, atendendo uma pressão social muito forte de ter um sistema público fortalecido e que fosse de fato competitivo; porque também é legítimo que as emissoras públicas disputem espaço social com emissoras comerciais. Por um tempo, o sistema público recebeu investimentos do Estado, investimentos consideráveis, mas com as mudanças de governo e com as crises

econômicas isso voltou a ficar em segundo plano; essas emissoras passaram a perder espaço, perder visibilidade e a perder relevância social. Com todo esse contexto político e econômico pelo qual o Brasil passou, essa história é muito semelhante em outros países como a Argentina.

Então a radiodifusão pública na América Latina é um sistema que não é tradicional, não é reconhecidamente hegemônico. Diferentemente, por exemplo, de países europeus ocidentais, onde o sistema nasce público e ele se fortalece público; aqui ele se fortalece comercial. Nas regiões da América Latina, o problema central está nessa concentração, que é justamente o ponto que desrespeita a questão da complementaridade dos sistemas; essa necessidade de que o serviço de radiodifusão seja equilibrado entre essa prestação comercial e a prestação não.

Uma outra característica importante em comum aos países da América Latina é a falta de investimento em políticas públicas que fortaleçam as emissoras de rádio e televisão. Não tem como existir uma radiodifusão pública, ou o próprio conceito mais amplo de comunicação pública, sem investimento do Estado que garanta autonomia e independência. Inclusive a independência política passa por fortalecimento de políticas públicas por leis e por uma consciência de política duradoura, que retire das iniciativas de governos específicos a pauta da comunicação pública. Ela precisa sobreviver por si só, por sua importância, por sua relevância social e por sua relevância para a democracia; e não porque um governo simpático a bandeira, ou que respeita esses valores, fortalece esse sistema; e aí passam três, quatro, cinco anos, por uma mudança conjuntural (por uma crise econômica, uma crise política, uma ascensão à direita desses governos) essas experiências sejam enfraquecidas ou até mesmo extintas – como ocorre em outros países e como está ocorrendo no Brasil.

**3) No cenário brasileiro, como avalia o presente e que perspectiva futura enxerga para o Serviço de Radiodifusão Pública? Quais os maiores avanços e quais os maiores desafios desse segmento da radiodifusão no país?**

*GISELE PIMENTA:* O primeiro grande desafio das emissoras de rádio e televisão públicas no país é exatamente a consciência de que não existe comunicação pública sem investimento estatal e sem o desenvolvimento de políticas públicas que de fato garantam autonomia, garantam independência e garantam sustentabilidade

financeira para esses veículos. É só a partir dessa concepção mais ampla de que o Estado precisa investir em radiodifusão pública de uma forma que essas instituições sejam independentes e autônomas financeiramente e politicamente. Enquanto isso não for fortalecido no país, vai ser muito difícil que a comunicação pública e a radiodifusão pública tenham um salto qualitativo. Porque como a gente já abordou, as experiências existem e experiências até de sucesso, elas não podem ser ignoradas, mas ou são pontuais historicamente, têm momentos de auge, ou são pontuais regionalmente.

Então o Brasil precisa encarar a comunicação pública e a radiodifusão pública como uma política de Estado, uma política que independe do governo de plantão, independe do espectro político-ideológico, precisa ser encorpada de uma forma mais efetiva por vários segmentos sociais, e não só centrada em movimentos que lutam em defesa da democratização da comunicação. Essa é uma missão muito difícil porque acho que nem a população de uma forma geral, nem a própria classe política, valorizam a comunicação pública como uma bandeira importante para a sociedade, como uma bandeira que vai muito além de um espaço para o cidadão; ela vai de uma base social importante que vai garantir mais consciência crítica, mais pluralidade de opiniões, mais representatividade regional, de identidade, de gênero, de pautas.

Então é um assunto muito relevante, só que com uma aderência social ainda muito pequena. De alguma forma a gente precisa superar essa dificuldade de aderência social do tema nos segmentos; e como eu disse, não só nos cidadãos, a própria classe política. Eu vejo muitos poucos parlamentares comprarem a pauta da comunicação pública e do fortalecimento das emissoras de rádio e TV, até porque o lobby das emissoras comerciais é um fortíssimo; então por que não trabalhar para fazer um lobby pelas emissoras públicas de rádio e televisão? Isso é preciso ser pensado.

#### **4) Por que parte expressiva dos cidadãos brasileiros ainda não reconhece a radiodifusão pública como um direito?**

*GISELE PIMENTA:* A gente precisa dar um passo além para entender porque o cidadão brasileiro não reconhece a radiodifusão pública como direito. A primeira questão é a própria dificuldade que o cidadão brasileiro possui de reconhecer seus direitos básicos e seus direitos humanos, que é onde encaixo a comunicação. Então

acho o papel do Estado neste ponto fundamental porque há uma associação no Brasil, que foi construída por políticas neoliberais, de criminalização do papel do Estado. Isso é histórico, não é de hoje. Então se a gente vai conversar com as pessoas, vira e mexe, vai ter uma crítica; e aí não estou falando que as pessoas não podem criticar os serviços prs, isso existe. Porém, essa prestação de serviços pelo Estado, e que o Estado é o principal ente, precisa chegar nas pessoas, precisa prestar esses serviços com qualidade; essa ideia é pouco valorizada pelo cidadão brasileiro; inclusive há estereótipos e imaginários de que um serviço que é prestado pelo Estado é ruim, e um serviço que é prestado pela iniciativa privada é bom. Vamos falar de Energia aí eu dou um caso muito específico aqui de Brasília. A prestação do serviço de energia foi privatizada recentemente e, na minha avaliação de consumidora, houve uma piora na prestação de serviço de energia, que hoje é uma prestação de uma empresa privada. Só que no imaginário social, ainda é muito forte essa noção de que o serviço prestado pelo Estado é ruim, e o serviço prestado pela iniciativa privada é bom.

Paralelamente a isso tem o fato de que a comunicação não é entendida como um direito; não é entendida como algo que é de crucial importância para a vida e para o dia a dia do cidadão. Então se o cidadão já tem essa dificuldade de valorizar o papel do Estado para serviços básicos (que são serviços de saúde, serviços de educação) imagine para a comunicação.

A população, historicamente, foi condicionada a ter um olhar das emissoras comerciais; a experiência que a gente tem majoritária é uma experiência comercial, é uma experiência das grandes rádios comerciais, das grandes televisões comerciais; a gente até tem o termo padrão Globo de qualidade, como se toda experiência de rádio e televisão tivesse que carregar essa característica para ser boa, e não necessariamente é assim. Então a população brasileira carece de muitas necessidades básicas; a desigualdade no Brasil é enorme, a gente está falando de um grande centro em um grande centro, mas o dia a dia da população brasileira é muito cruel e é muito difícil ainda mais esse cenário de crise sanitária, crise econômica; e como nós estamos vivendo, em que a população ela tem que se preocupar com interesses básicos: "o que eu vou comer hoje?", "qual vai ser meu emprego?", "como eu vou garantir o sustento da minha família?"; então é uma pauta que de fato é difícil construir aderência social.

A questão do reconhecimento do cidadão sobre a radiodifusão pública como direito é uma pontinha do iceberg. Quanto mais esse tema estiver fortalecido em segmentos especializados, mais isso reverbera na população: quanto mais investimentos do Estado nas emissoras públicas de rádio e televisão, quanto mais políticas públicas fortalecidas estiverem implementadas, mais esse cidadão vai conseguir reconhecer isso como direito. Neste contexto, um ponto fundamental: a gente não pode deixar de responsabilizar a atuação da mídia comercial em relação a uma criminalização da radiodifusão pública. A gente fala muito de criminalização da política no país, em que a mídia comercial atua principalmente com a pauta da corrupção para colocar toda a classe política no mesmo saco, como se a política não tivesse razão de existir; e isso também acontece na radiodifusão pública. A mídia comercial faz uma campanha muito forte que prejudica a imagem da radiodifusão pública perante as pessoas, e não que essas características ressaltadas pela mídia comercial não existam, elas existem, porém, as práticas da mídia pública no país são muito mais do que isso.

A mídia pública não é só cabide de emprego, não é só aparelhamento eleitoral, não é só audiência que não tem nenhuma relevância – que são os argumentos mais frequentes utilizados pela mídia comercial quando ela retrata esse a mídia pública. Vai além disso, e a mídia comercial precisa reconhecer o papel da comunicação pública para a sociedade. Essa função de equilíbrio, de pluralidade, de visões, de conseguir chegar a lugares que a mídia comercial não vai chegar, porque não é interesse dela, porque não dá lucro pautar temas que o mercado não tem condições de pautar; e isso é o papel da mídia pública, isso precisa ser valorizado pelo cidadão, valorizado pela classe política, valorizado pela classe empresarial inclusive (aí é utópico demais). Isso pode até ser utópico, mas passa também por uma construção de cidadania, uma construção de democracia, construção institucional de país que se precisa começar a pensar.

No Brasil, sem medo de errar, falta reconhecimento da radiodifusão pública como direito. Falta que o cidadão perceba que as emissoras públicas de rádio e televisão cumprem um papel social muito importante; e eu sou uma das defensoras, inclusive pesquiso nessa área. Sou uma das defensoras de que as rádios e as TVs públicas precisam alcançar esse reconhecimento social. Que as pessoas falem: "Poxa, que serviço fundamental para o meu dia a dia". Mas eu queria fazer um

raciocínio inverso, aquele que eu acho de extrema importância. Às vezes o discurso neoliberal é tão forte, de que a prestação de serviços pelo mercado é a única salvação possível para o país; que nem mesmo serviços de educação, os serviços de saúde, serviços de transporte, os serviços de energia; nem esses serviços são reconhecidos pelo cidadão como algo que é o Estado que precisa estar presente, que o Estado é obrigado a oferecer esse serviço com qualidade; e não que a gente fique refém desse serviço prestado pelas instituições privadas. Então eu queria fazer essa provocação de inversão de olhar que, o cidadão precisa reconhecer sim a radiodifusão pública como um direito, mas eu acho também muito forte que a classe política brasileira, e aí vamos fazer um apelo inclusive para a classe política voltada ao espectro ideológico mais à direita, que nunca valorizou a bandeira da radiodifusão pública e da comunicação pública. Então a gente cobra do cidadão que ele reconheça, que tenha esse olhar de legitimidade, quando um sistema é frágil, quando os próprios governantes e os próprios parlamentares não atuam para que ele se fortaleça, quando as políticas do setor são frágeis e quando um cenário de país é complexo até para os próprios serviços que são essenciais nesse olhar mais básico da população.

Vou tentar sintetizar ainda mais o que eu quero dizer com isso: é importante que a população reconheça sim que a comunicação é um direito e que a oferta de serviços de comunicação via rádios e televisões públicas é um direito e um pilar para democracia, porém se o Estado, que é o ente principal da prestação desse serviço, não valoriza essa comunicação, não fortalece as políticas públicas do setor; não tem como a população começar a enxergar isso como importante.

Então o centro da discussão passa sim pelo fortalecimento das políticas públicas voltadas às rádios e as televisões do país. É preciso ter investimento, é preciso ter regulação, é preciso ter fiscalização para que esses serviços consigam ser prestados com qualidade por instituições que prezem pelo interesse público; e não dá para deixar isso apenas na mão do mercado, porque o mercado não vai valorizar esse perfil de comunicação. Para os olhos do mercado, a comunicação pública não tem razão de existir; é como setor neoliberal atua nas outras áreas de prestação de serviços essenciais (saúde, educação, transporte, moradia); eles não querem o Estado como concorrente; eles querem atuar como os prestadores legítimos e os prestadores capazes de alcançar os interesses da população e ganhar lucro. Então, por isso que essa visão de quanto menos Estado melhor, que é uma visão neoliberal,

e que o mercado é a solução para todos os problemas, é uma visão central nesse reconhecimento cidadão.

O reconhecimento da população e a valorização da população em relação às emissoras públicas de rádio e televisão é fundamental, sem dúvidas. É a partir dessa força social que as emissoras públicas vão conseguir cativar o seu espaço, porém eu acho que a gente tem que ter muito cuidado quando a gente coloca a responsabilidade nessa legitimidade. Ela é, digamos assim, um sintoma e não a causa do enfraquecimento da comunicação pública no país. A causa é uma desvalorização das políticas públicas voltadas para a comunicação.

Se eu não tenho um sistema público forte, um sistema público efetivo, dificilmente as pessoas vão conseguir enxergar a relevância das emissoras públicas nesse cenário. Então, para mim, o ponto é exatamente esse papel do Estado enquanto financiador, enquanto promotor da radiodifusão pública no país. Se há investimento no setor, se há política pública, nós vamos ter emissoras públicas fortes fazendo programas de qualidade, chegando a pessoas que são completamente negligenciadas pelas emissoras comerciais; e aí sim a população consegue ver a diferença e a função que essas emissoras públicas exercem no dia a dia na delas, levando: cidadania, formação crítica, programas interessantíssimos, entretenimento para essa população tão carente também de lazer. Lazer é um direito e a comunicação pública tem que levar lazer para as pessoas.

Essa questão é importante, mas a gente não pode perder o foco: o cidadão precisa reconhecer que a comunicação pública e a radiodifusão pública é um direito e um serviço importante. Porém, esse reconhecimento não vai partir dele; vai partir da prestação de um serviço de qualidade e da valorização desse serviço da classe política perante ele. A pauta da comunicação pública é uma pauta majoritariamente de esquerda no país; então não há uma construção transversal sobre a relevância da comunicação pública. A própria classe política desconhece o papel da radiodifusão pública. Então, fazer com que isso chegue para a vida das pessoas são elementos muito complexos que precisam se articular.

Há outras saídas para fazer com que essas experiências sejam valorizadas pela população. Levar as emissoras públicas de rádio e televisão para as escolas, fortalecer a programação infantil dessas emissoras - que é um nicho muito importante e um nicho histórico de atuação das emissoras públicas no país, a TV Cultura, por

exemplo, grande parte da tradição no campo público de comunicação da TV Cultura vem da programação infantil; a própria TV Brasil, a audiência da TV Brasil aumentou quando começou a investir em programação infantil de qualidade - essa formação de um público que hoje assiste desenhos e daqui 10, 15, 20 anos vai olhar para essa emissora com um olhar carinhoso, com olhar atento, com um olhar de lembrança e com olhar de reconhecimento. Então são vários fatores que a gente precisa trabalhar, mas os fatores não partem do cidadão, eles chegam ao cidadão. Essa valorização do papel do Estado prestando serviços de qualidade e não só o mercado é a lógica diferencial para gente conseguir fazer com que os serviços de rádio e televisão públicos sejam reconhecidos pela população.

#### **5) Como os outros segmentos da Radiodifusão se relacionam/representam/reportam o Serviço de Radiodifusão Pública?**

*GISELE PIMENTA:* Na política é muito comum a gente ver uma disputa argumentativa do nós versus eles; que é essa disputa ideológica de um grupo contra o outro. Acho que, em certa medida, isso faz parte do jogo político, mas para fazer uma analogia ao campo da radiodifusão, é nesse cenário que a mídia comercial retrata a mídia pública. É muito sintomático de como a imprensa e os veículos comerciais olham para radiodifusão pública como um adversário, e a própria Constituição não fala em concorrência, ela fala em complementaridade; ou seja, a mídia pública precisa atuar de uma forma complementar a mídia comercial. A mídia pública respeita o espaço na mídia comercial. A mídia comercial não respeita o espaço da mídia pública e não respeita a função da mídia pública ao falar que a mídia pública é apenas cabide de emprego, aparelhamento político, instrumentalização política, instrumentalização ideológica.

Há muito essa imagem de que os veículos públicos são usados para construir ideologia sobre determinados partidos e sobre determinados governos; essa ideia de que as emissoras públicas não chegam aos cidadãos, que as emissoras públicas não têm programas de qualidade e as emissoras públicas não conseguem desempenhar o seu papel; é uma narrativa construída por parte da mídia comercial perante as emissoras públicas de rádio e televisão. É um fator muito prejudicial para a própria existência das rádios e televisões públicas no país. Falta uma consciência republicana que essa complementaridade do sistema é fundamental para o equilíbrio democrático; essa consciência a gente não pode cobrar só do cidadão; a gente tem que cobrar da



classe empresarial, da classe política, dos próprios governantes; que essa valorização realmente exista, seja transmutada em políticas públicas e seja pauta de investimentos efetivos.

#### **6) Qual a importância da Radiodifusão Pública para a Democracia?**

*GISELE PIMENTA*: Outra característica da América Latina é a própria dificuldade de um sistema democrático fortalecido, em suas instituições, em seus em suas dinâmicas de governos. Isso, sem dúvidas, impacta a questão da comunicação pública e da radiodifusão pública; porque, se por um lado, a comunicação plural e a comunicação livre é pilar da democracia (não existe democracia sem esse entendimento de liberdade de expressão e sem essa comunicação como direito humano), por outro lado, também acontece que governos autoritários acabam sendo inimigos de uma comunicação pública; porque uma comunicação e uma radiodifusão pública são serviços que precisam respeitar valores que acabam entrando em embate com governos autoritários; ou governos posicionados de uma forma muito à direita do espectro ideológico. O neoliberalismo e as políticas mais liberais, de interferências exacerbadas no mercado, também não dialogam com os princípios da comunicação pública; que são princípios em que as emissoras precisam chegar em lugares onde emissoras comerciais não atendem, elas precisam colocar em pauta temas que são negligenciados, ou até mesmo que são tabus pela sociedade.

Assim, a América Latina de uma forma geral, passa por contextos políticos e contextos sociais muito delicados de fragilidades democráticas e isso impacta a radiodifusão pública. Os princípios que ela carrega e os valores que ela precisa defender são exatamente valores de fortalecimento da democracia, de fortalecimento do interesse do cidadão, de fortalecimento da emancipação política, da emancipação crítica, da formação em ciência, em direitos humanos; esse olhar mais atento, esse olhar livre, esse olhar pensante para as questões que tocam o dia a dia da população. Questões variadas, vão desde as pautas progressistas, pautas LGBTQIA+, mas também pautas sobre a própria política, sobre a própria configuração dos serviços que são prestados para a sociedade, sobre o próprio uso das instituições pelo Estado. Isso na América Latina, de uma forma geral, é muito evidente a fragilidade dessas instituições e essa fragilidade da própria democracia; então eu ressaltaria como um desafio importante que vai além das configurações internas da radiodifusão pública e das emissoras públicas de rádio e televisão.