

1º CONGRESSO INTERNACIONAL DE EMISSORAS PÚBLICAS

O PAPEL DAS EMISSORAS PÚBLICAS NO
ECOSSISTEMA MUDIÁTICO E DIGITAL PARA
A PROMOÇÃO DA DEMOCRACIA

ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO



COORGANIZAÇÃO E APOIO



SÃO PAULO - BRASIL
21 E 22 DE MAIO

1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas:
o papel das emissoras públicas no ecossistema midiático e digital para
a promoção da democracia

Organizadores do evento

Eugênio Bucci
Verônica Poli
Gislene Nogueira Lima
Marcia Blasques
Norma Meireles (Rubra)
Eneas Carlos Pereira (TV Cultura)

Organizadores da etapa acadêmica

Luciano Victor Barros Maluly
Vitor Souza Lima Blotta
Gislene Nogueira Lima
Lenize Villaça

Organizadores dos anais

Eugênio Bucci
Luciano Victor Barros Maluly
Gislene Nogueira Lima
José Agnaldo Montesso Júnior
Ana Paula Cardoso
Lenize Villaça
Marcia Blasques
Marcello Rollemberg

Arte da capa

George Campos

São Paulo, 2025

É permitida a reprodução parcial ou total desta obra, desde que citada a fonte e autoria, proibindo qualquer uso para fins comerciais

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

C749 Congresso Internacional de Emissoras Públicas (1. : 2025 : São Paulo, SP)
Anais do 1º Congresso de Emissoras Públicas [recurso eletrônico] :
o papel das emissoras públicas no ecossistema midiático e digital para a
promoção da democracia / organização Eugênio Bucci ... [et al.]. – São Paulo :
ECA/USP, 2025.
PDF (173 p.)

Trabalhos apresentados no congresso realizado nos dias 21 e 22 de maio de 2025.
ISBN 978-85-7205-321-1
DOI: 10.5281/zenodo.17727556

1. Emissoras públicas - Congressos. 2. Comunicação pública - Congressos.
I. Bucci, Eugênio. II. Título.

CDD 23. ed. – 384.54

Elaborado por: Alessandra Vieira Canholi Maldonado CRB-8/6194

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
PROGRAMAÇÃO: PAINÉIS E COLÓQUIOS	11
PARTE I - Cobertura jornalística publicada no Jornal da USP	
Desinformação em pauta: jornalismo produzido pelas emissoras públicas é essencial para o fortalecimento da democracia, afirma jornalista da rede pública da Alemanha Theo Schwan	17
Diretor de redação da BBC Brasil argumenta que o serviço público de comunicação precisa despertar o interesse do público com informação relevante Gabriela Nangino	20
Comunicação pública virou alvo de disputa e debate político no Brasil, afirma diretor-presidente da EBC Breno Marino	23
Gerente-geral da emissora pública de Washington/EUA defende que o coração da radiodifusão pública está na comunidade Diego Facundini	26
Editor público da PBS afirma que governo Trump quer tirar direito fundamental de cidadãos Isabela Nahas	29
Para Carlos Muñoz, entraves burocráticos dificultam gestão dos meios públicos no Uruguai Ricardo Thomé	31
Democracia chilena sofre com a privatização da educação e a concentração de propriedade dos meios de comunicação Sophia Vieira	34
A contínua disputa pela autonomia nos meios de comunicação Sophia Vieira	36
Para executivo da TV Moçambique, África e a América Latina têm similaridades e precisam aprimorar políticas para a radiodifusão pública Ricardo Thomé	39
Políticas públicas e credibilidade são essenciais para o futuro das rádios universitárias Mirela Costa	43
No Brasil, rádios universitárias precisam de integração, apoio financeiro e presença na mídia Mirela Costa	46
Trabalho conjunto de rádios universitárias é essencial para resistir ao ataque às universidades Maria Trombini	49
Ex-presidente dos Meios Públicos do Uruguai discute uso de IA no jornalismo público Theo Schwan	52
Patricio López, da Radio Universidad de Chile, defende universalização como caminho contra polarização Jean Silva	55

Diretora da Unesco propõe caminhos para emissoras públicas conquistarem mais atenção e confiança Maria Trombini	58
Organização pública da França desenvolve ferramenta própria de inteligência artificial Amanda Nascimento	64
Confiança e desinformação: o desafio das emissoras públicas na era digital Bernardo Carabolante	68
A TV pública como espaço de diálogo social Bernardo Carabolante	71
Emissoras públicas brasileiras precisam de fontes estáveis de financiamento, afirma professora da UFS Julio Silva	74
Vínculo das emissoras públicas com o público deve ser o eixo central de sua atuação, argumenta administrador da Televisão de Moçambique Julio Silva	77
“Não somos jornalistas isolados em castelos” – Como emissoras podem se manter perto da sociedade? Diogo Silva	80
Algumas pessoas não vão ter capacidade de pagar, por isso nós temos que estar lá”, afirma diretor de redação da BBC Brasil Diogo Silva	82
É preciso “exercitar a humildade” para fazer comunicação pública, defende diretor de programação da TV Cultura Isabella Lopes	85

PARTE II - Trabalhos acadêmicos apresentados em grupos de trabalho

GT 1 – Sessão 1 - Comunicação Pública: estratégias para enfrentar a desinformação, manter a independência editorial e promover a cultura democrática: rádios públicas e universitárias

Guía Sonora de Género y Disidencias: ejemplo de radio participativa para la educación democrática Juan Ortega	88
Rádio Unitau FM, 26 anos: análise da programação da única rádio universitária do Vale do Paraíba Lourival Galvao, Thiago Molina, Gerson Farias	90
Rádios Públicas: se vender sem se vender Luiz Henrique Romagnoli	93
FM 96,7: os caminhos sonoros da implantação da primeira Rádio Universitária do Piauí Paulo Lopes e Rodrigo Sousa	95
A formação de uma rede de rádios educativas: a experiência da Rádio Educativa UFMS Wendy dos Santos Tonhati	97

GT 1 – Sessão 2 - Comunicação Pública: estratégias para enfrentar a desinformação, manter a independência editorial e promover a cultura democrática: radiodifusão pública e TVs universitárias

Os desafios das TVs universitárias federais na Rede Nacional de Comunicação Pública Andréa Xavier	101
Audiência da TV Cultura do Pará no clássico Re-Pa 776 do Campeonato Paraense de Futebol Masculino Antônio Moraes de Paiva e Andrei Gobbo	104
TVs universitárias no campo das TVs públicas no Brasil Carine Felkl Prevedello, Lorenzo Mello, Ana Beatriz Diniz Ribeiro	106
O papel da TV Educativa da Universidade Estadual de Ponta Grossa na promoção da cultura democrática, desenvolvimento socioeconômico e economia criativa: uma análise à luz de Habermas e Castells Carlos Willians Jaques Morais e Alexandre José Gimenes Costa	109
A contradição brasileira na adoção do modelo de radiodifusão dos EUA: hegemonia comercial e ausência de um sistema público independente Gislene Nogueira Lima	111

GT 1 – Sessão 3 - Comunicação Pública: estratégias para enfrentar a desinformação, manter a independência editorial e promover a cultura democrática

A representação de orquestras goianas: uma análise quantitativa das matérias do jornal O popular Adriana Milene Rodovalho	114
Entre a transparência e a autopromoção: o uso de plataformas de mídias sociais durante o período de mandato José Agnaldo Montesso Júnior	116
O avanço da extrema direita e os desafios para as TVs Legislativas Estaduais Bruna Mastrella e Liziane Guazina	119

GT 2 – Inteligência Artificial: questões éticas e impactos na sociedade, na cultura e na democracia

A inteligência artificial generativa e os profissionais de mídia sonora e audiovisual Antonio da Rocha e Silva Filho e Patricia Rangel Rodrigues	122
Serviço público de mídia e inteligência artificial: reflexões sobre os casos da EBC e da RTP Elton Bruno Pinheiro	124
Ética e inteligência artificial: dialética da tecnofobia a partir do projeto Violão em Foco Flávio Apro e André Luiz Sapienza Drago Lordeiro	126
IA generativa na BBC: analisando o posicionamento de uma emissora pública João Pedro Malar e Elizabeth Saad	129

IA e ficção televisiva seriada: aplicações e desafios Ligia Prezia Lemos	132
TV 3.0: emissoras públicas e personalização do conteúdo pelo uso da inteligência artificial Mariana Lima	135

GT 3 – Jornalismo: credibilidade, conflitos de interesses, epidemia de fake news. Como criticar o poder nas emissoras públicas

Programa Universidade 93,7: um espaço público voltado ao ensino e ao debate Luciano Victor Barros Maluly e Daniel Azevedo Muñoz	138
Jornal da USP no Ar: credibilidade e pioneirismo na Rádio USP Lenize Villaça e Luana Mendes	139
1935-2025: 90 anos da Voz do Brasil – Referências da origem da radiodifusão pública brasileira, entre conflitos de interesses Pedro Serico Vaz Filho	142
Manual de Jornalismo da Radiobrás: bases de um projeto coletivo para a produção de informações com foco no cidadão Ana Paula Cardoso	145
Cobrir ou não cobrir? Uma análise da política de esportes da EBC Guilherme Gonçalves Longo	147
Tardia, mas relevante: o panorama da oferta de podcasts jornalísticos na Empresa Brasileira de Comunicação Isabela Vieira e Akemi Nitahara	150
A práxis da divulgação científica (jornalismo científico) como aprofundamento, dialética, credibilidade, equidade e garantia social da informação humanizada e democrática em emissoras públicas Ricardo Alexino Ferreira	151

GT 4 – Redes Sociais e Plataformas Digitais: o interesse público em espaços controlados pelo poder econômico

A justiça 4.0: digitalização, mobilidade e acesso ao território Carin Carrer Gomes	154
Os desafios da regulação e o papel do compliance digital nas redes sociais e plataformas digitais na comunicação pública Otavio Venturini e Lucas Scatimburgo	156

GT 5 – Arte ou Entretenimento? Como veicular informação cultural além dos parâmetros consagrados no mercado das emissoras comerciais

Do Rádio às Ruas: da Comunicação à Comunidade Flávia Aguiar	159
A divulgação de repertórios musicais marginalizados pelas rádios comerciais: o papel do projeto Violão em Foco Flávio Apro e João Vitor Vieira Makdesi Yacoub	164

Rádio universitário e esfera pública: proposta de uma agenda de pesquisa sobre a programação musical Helton Lucinda Ribeiro	166
Ficção seriada brasileira nas TVs públicas: fomento estatal, produção regional e novos olhares para a nação Lucas Martins Néia	169
A importância das rádios universitárias para a esfera acadêmica e social: projeto Violão em Foco Paulo Lopes e Fernando Francisco Bana	171

INTRODUÇÃO

Eugênio Bucci
Professor titular da Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP)

Nos dias 21 e 22 de maio de 2025, no auditório István Jancsó, da Biblioteca José e Guita Mindlin, na USP, em São Paulo, algo de bastante incomum teve lugar. Aconteceu ali o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, com a minha coordenação direta. A Superintendência de Comunicação Social da USP, sob minha gestão, organizou o evento, em parceria com a Rubra (Rede de Rádios Universitárias do Brasil), presidida pela professora Norma Meireles. A Fundação Padre Anchieta de São Paulo, responsável pela TV Cultura e pela Rádio Cultura, também apoiou o Congresso. Fábio Magalhães, presidente do Conselho Curador da Fundação, tomou parte dos debates. Sua sucessora, Neca Setúbal, que tomaria posse nas semanas seguintes, acompanhou quase todas as mesas. A EBC (Empresa Brasil de Comunicação) enviou seus quadros mais altos, a começar do então presidente, Jean Lima.

Digo que o evento foi incomum porque, antes dele, apenas os dois Fóruns Nacionais de TVs Públicas, organizados pelo Ministério da Cultura e pela Radiobrás (depois pela EBC), entre o primeiro e o segundo governos de Luiz Inácio Lula da Silva, tiveram dimensão análoga. Mas aqueles dois encontros tiveram um recorte nacional, diferentemente do que aconteceu com o que fizemos agora, em 2025, marcadamente internacional.

O Congresso recebeu convidados representando 12 países da Europa, da América do Norte, da América do Sul e da África. Pesquisadores e dirigentes de televisões e rádios de Alemanha, França, Portugal, Reino Unido, Brasil, México, Moçambique, Estados Unidos, Chile, Peru, Uruguai e Argentina vieram ao campus do Butantã. A Unesco participou remotamente. Nos painéis que se sucederam, temas como a sustentação financeira dessas instituições, o regime de sua governança, com independência editorial e administrativa, bem como o pesadelo da desinformação que corrói as malhas epistêmicas da democracia, foram discutidos a fundo. Todas as mesas foram preparadas por uma pauta prévia, o que contribuiu para elevar o padrão das informações de base, a partir das quais os debates se estabeleceram.

Não foi só isso. Ao final dos dois dias de trabalho, grupos temáticos se reuniram nas salas da ECA (Escola de Comunicações e Artes), no mesmo campus, para aprofundar a parte propriamente acadêmica do Congresso. Sob a condução do professor Luciano Victor Barros Maluly e a colaboração de Gislene Nogueira Lima e Lenize Villaça, cinco grupos receberam a apresentação de resumos expandidos, em sete sessões. Os grupos tiveram a coordenação

dos professores Luciano Guimarães, Luiz Fernando Santoro, Vítor Souza Lima Blotta, Elizabeth Saad, Ivan Paganotti, Roseli Fígaro e Celbi Pegoraro, e a vice-coordenação de Magaly Prado, Karla Meira, José Agnaldo Montesso Júnior, João Pedro Malar, Ana Paula Cardoso, Luís Henrique Gonçalves e Helton Lucinda Ribeiro. No total, foram apresentadas 33 comunicações acadêmicas, com autores e autoras de 13 universidades.

Sob todos os pontos de vista, o Congresso superou as nossas mais altas expectativas. Desde a abertura, que teve a presença do reitor da USP, Carlos Gilberto Carlotti Jr., e da vice-reitora, Maria Arminda do Nascimento Arruda, com o auditório István Jancsó, de 280 lugares, lotado, até a sessão encerramento, que teve depoimentos emocionados, tudo transcorreu com entusiasmo, em clima fraterno e com fundamentações práticas e teóricas de alto nível. A carga informativa sobre os contextos de cada país trouxe vários cenários até então desconhecidos dos profissionais e pesquisadores do Brasil.

Um pouco do que foi o Congresso poderá ser lido neste livro, organizado por Luciano Victor Barros Maluly, Gislene Nogueira Lima, José Agnaldo Montesso Júnior, Ana Paula Cardoso, Marcia Blasques, Lenize Villaça e Marcello Rollemberg. Nestas páginas, estão disponíveis tanto os painéis com os dirigentes de emissoras públicas quanto os textos acadêmicos apresentados nas sessões dos grupos, na ECA. É com alegria que entregamos essa consolidação ao público amplo.

Eu não poderia encerrar esta breve introdução sem registrar meus agradecimentos às pessoas sem as quais nem o Congresso nem este livro teriam sido possíveis. Muito obrigado a Verônica Poli, Gislene Nogueira Lima, Marcia Blasques, Luciano Victor Barros Maluly, Vítor Souza Lima Blotta, Norma Meireles, Eneas Carlos Pereira, Anilda de Fátima Alves de Souza, Christiane de Alcântara Braga, Clayton Augusto Pinto (*in memoriam*), Marcia Aparecida de Almeida Cruz, Maria Catarina Lima Duarte e a toda a equipe da Superintendência de Comunicação Social da USP.

Que leitores e leitoras se beneficiem desse trabalho. Boa leitura.

PROGRAMAÇÃO: PAINÉIS E COLÓQUIOS

O 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas promoveu cinco painéis e dois colóquios dos quais participaram dirigentes, jornalistas e pesquisadores da área. Estudiosos do campo da comunicação apresentaram resumos expandidos em cinco grupos de trabalho. Os debates dos painéis foram gravados e a íntegra está disponível no site: emissoraspublicas.usp.br/congresso. Os nomes dos convidados e mediadores das mesas estão listados a seguir.

Participaram da abertura:

- Carlos Gilberto Carlotti Junior – Reitor da Universidade de São Paulo
- Maria Arminda do Nascimento Arruda – Vice-Reitora da Universidade de São Paulo
- Eugênio Bucci – Superintendente de Comunicação Social da USP
- Fábio Magalhães – Presidente do Conselho Curador da Fundação Padre Anchieta
- Norma Meireles – Presidente da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra)

Painel 1 - As contribuições e as estratégias das emissoras públicas para enfrentar o cenário de desinformação e promover a democracia

O painel reuniu profissionais que atuam em organizações de serviço público de comunicação na Alemanha, no Reino Unido, nos Estados Unidos e no Brasil. Foram tema de debate as atribuições dessas instituições em um cenário global marcado pela crescente circulação de desinformação, pelo acirramento da polarização política e por transformações do padrão tecnológico. O mediador foi o professor Marcelo Kischinhevsky, diretor do Núcleo de Rádio e TV da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

- Anne Herrberg – Correspondente da ARD na América do Sul (Associação de Empresas Públicas de Radiodifusão da República Federal da Alemanha)
- Caio Quero – Diretor de Redação da BBC Brasil em Londres
- Eneas Carlos Pereira – Vice-Presidente Executivo da FPA – Fundação Padre Anchieta e Diretor de Programação da TV Cultura
- Jean Lima – Diretor-Presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)
- Ricardo Sandoval-Palos – Editor Público da PBS – Serviço Público de Radiodifusão (EUA)

Painel 2 - Financiamento, um pilar da independência: o cenário e as dificuldades para garantir recursos para as emissoras públicas

A discussão contou com profissionais que trabalham em veículos públicos que têm formatos diversos de financiamento. No Reino Unido, a British Broadcasting Corporation (BBC) é mantida por uma taxa de licença (*license fee*) cobrada de todos os cidadãos e de empresas que têm equipamentos de televisão ou assinam o seu serviço de *streaming*. Nos Estados Unidos, até este momento, as emissoras públicas são mantidas por verbas federais, apoios culturais de corporações e doações voluntárias de cidadãos e fundações privadas. No Chile, a TVN depende de receita de verbas publicitárias. Em Portugal, o financiamento da RTP provém de uma contribuição audiovisual paga na conta de energia e com a venda de espaços de publicidade. Mediou o debate o professor titular da ECA e Superintendente de Comunicação Social da USP, Eugênio Bucci.

- Erika Pulley-Hayes – Gerente-geral WAMU 88.5 FM/ Emissora da rede NPR (EUA)
- Fábio Magalhães – Presidente do Conselho Curador da Fundação Padre Anchieta – TV Cultura
- Pedro Jorge dos Santos Braumann – Diretor do Secretariado Técnico do Conselho Geral Independente (CGI) e do Núcleo Museológico e Apoio ao Serviço Público (NMA SP) da Rádio e Televisão de Portugal (RTP)

Painel 3 - Os novos desafios de atuação das emissoras públicas no mundo digital

O painel discutiu as estratégias de emissoras públicas de referência para melhorar a produção e a distribuição de programas e notícias para públicos cada vez mais dispersos. Inúmeras organizações públicas de comunicação adotaram estratégias para se adaptar às transformações digitais. Antes apenas emissoras de rádio ou televisão, elas expandiram a transmissão de programas para a internet e por meio de aplicativos próprios de *streaming*. Também estão nas redes sociais, inauguraram canais digitais e mantêm sites em que interagem com o público e se aproximam da audiência. O mediador do painel foi Álvaro Bufarah Júnior, professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie e coordenador do GT de Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

- Carlos Muñoz – Ex-Presidente do Serviço de Comunicação Audiovisual Nacional – Secan – Meios Públicos do Uruguai
- Elcio Antonio Ramalho – Chefe da redação brasileira da Rádio França Internacional (RFI), empresa do grupo France Médias Monde – RFI
- Mirta Lourenço – Chefe de Desenvolvimento de Mídia e Mídia em Emergências – Unesco
- Ricardo Sandoval-Palos – Editor Público da PBS – Serviço Público de Radiodifusão (EUA)

Painel 4 - Públicas ou estatais?: idealismo versus pragmatismo na América Latina e na África

O painel permitiu um diálogo crítico sobre a natureza, o financiamento, a governança e a missão das emissoras públicas na América do Sul e África. Os convidados refletiram sobre os caminhos possíveis para fortalecer a legitimidade e a credibilidade das instituições públicas. No Brasil, a Constituição Federal de 1988 previu a complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal. No entanto, falta uma legislação específica para diferenciar as emissoras públicas das estatais. O tema levanta um debate central sobre a autonomia editorial e a real capacidade de essas instituições servirem ao direito à informação. Mediou o painel a professora Natalí Schejtman, da Universidad Torcuato Di Tella, em Buenos Aires.

- Alonso Millán Zepeda – Director General de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Canal 22
- Maíra Bittencourt – Superintendente de Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS)
- Sergio Marcos David Matusse – Administrador Executivo da Televisão de Moçambique – TVM

Painel 5 - Os caminhos de diálogo com a sociedade: participação do público e indicadores de qualidade

O painel de encerramento discutiu como as emissoras de serviço público podem reforçar sua relevância e aprofundar sua conexão com as diversas audiências. Os convidados refletiram sobre como essas emissoras podem contribuir para a sustentação de democracias e contribuir para formar cidadãos críticos e participantes. A mediadora do debate foi Patricia Aufderheide, professora da School of Communication da American University (EUA).

- Anne Herrberg – Correspondente da ARD na América do Sul (Associação de Empresas Públicas de Radiodifusão da República Federal da Alemanha)
- Caio Quero – Diretor de Redação da BBC Brasil em Londres – BBC Brasil
- Erika Pulley-Hayes – Gerente-Geral WAMU 88.5 FM/ Emissora da rede NPR (EUA)
- Eneas Carlos Pereira – Vice-Presidente Executivo da FPA e Diretor de Programação da TV Cultura

Colóquio 1 - Desafios da América do Sul e África

Moçambique, Chile e Uruguai têm fortes laços históricos e culturais com o Brasil. A mesa abriu espaço para uma conversa sobre as convergências e os desafios contemporâneos enfrentados pelas emissoras públicas dos dois continentes. A mediadora foi Natalí Schejtman, professora da Universidad Torcuato Di Tella, em Buenos Aires.

- Carlos Muñoz – Ex-Presidente do Serviço de Comunicação Audiovisual Nacional – Secan – Meios Públicos do Uruguai
- Luiz Roberto Serrano – Coordenador de Conteúdo do Jornal da USP e ex-Superintendente da Empresa Brasileira de Notícias – EBN
- Patricio López – Diretor da Rádio Universidade do Chile
- Sergio Marcos David Matusse – Administrador Executivo da Televisão de Moçambique – TVM

Colóquio 2 - Os desafios das rádios universitárias no Brasil e América Latina

As rádios universitárias exercem um papel estratégico na comunicação pública, na extensão universitária e na formação crítica de estudantes e cidadãos. Este colóquio reuniu representantes de Brasil, Peru, Chile e Argentina para discutir os principais desafios enfrentados pelas rádios universitárias na América Latina, com base nas especificidades culturais, políticas e institucionais de cada país. A mesa proporcionou um intercâmbio de experiências e a construção de caminhos comuns para fortalecer a presença e a relevância dessas emissoras em contextos locais e regionais. Quem mediou a conversa foi Marcello Rollemberg, coordenador da Rádio USP e editor de cultura do Jornal da USP.

- Adrián Menéndez Valdivia – Presidente da Rádio Internacional Universitária – RIU e Presidente da Rede de Rádios Universitárias do Peru
- Noelia Giorgi – Coordenadora de Programação e Conteúdo da Rádio UNDAV (Universidade Nacional de Avellaneda) e Integrante da Comissão Diretiva da Aruna (Associação de Rádios Universitárias Nacionais Argentinas)
- Norma Meireles – Presidente da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra)
- Patricio López – Diretor da Rádio Universidade do Chile

Participaram do encerramento do congresso:

- Eugênio Bucci – Superintendente de Comunicação Social da USP
- Fábio Magalhães – Presidente do Conselho Curador da Fundação Padre Anchieta
- Norma Meirelles – Presidente da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra)

PARTE I

Cobertura jornalística publicada
no Jornal da USP

Desinformação em pauta: jornalismo produzido pelas emissoras públicas é essencial para o fortalecimento da democracia, afirma jornalista da rede pública da Alemanha

A jornalista alemã Anne Herrberg discutiu estratégias de combate a desinformação; organização alemã adotou política de oferecer mais transparência editorial para o público

Theo Schwan*

A jornalista Anne Herrberg participou da primeira mesa de debate durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária. Correspondente da Associação de Empresas Públicas de Radiodifusão da Alemanha (ARD) na América do Sul, ela destacou a relevância do jornalismo público como ferramenta para o fortalecimento da democracia frente à desinformação e à polarização política.

Nos dois dias de realização, o congresso reuniu mais de 200 participantes e 13 especialistas internacionais para debater os desafios das rádios e TVs públicas diante dos novos modelos de comunicação digital. Na discussão do papel dessas instituições num cenário de instabilidade global, Herrberg defendeu o combate à desinformação por meio de estratégias de aproximação com o público.

“Trabalhamos com mecanismos para checagem de *fake news*, mas também tentamos construir pontes com a audiência para tornar o nosso trabalho mais transparente”, afirmou Anne Herrberg durante sua apresentação. Segundo ela, a clareza na exposição de dados e fontes é fundamental para a ARD responder à ascensão de movimentos extremistas e ao declínio da confiança pública na mídia tradicional.

A ARD é um dos maiores serviços públicos de comunicação da Europa. O agrupamento reúne serviços de radiodifusão e telecomunicação na Alemanha para oferecer uma cobertura independente de interesses privados ou estatais para a população. Como empresa pública, é financiada pela população e tem produção, programação e distribuição independentes do governo. A jornalista explicou que o conglomerado foi criado no pós-guerra com o objetivo de evitar “a centralização da comunicação em um ‘Goebbels’” – em referência ao todo-poderoso ministro da Propaganda nazista Joseph Goebbels.

Desinformação, um problema transatlântico

Na América do Sul há 15 anos, as campanhas de desinformação são familiares para Herrberg. Segundo a jornalista, foi só recentemente que a discussão ganhou força na Europa: “Vivemos hoje na Alemanha essas situações que a América do Sul vive já faz muitos anos”.

A correspondente destacou que o compartilhamento da crise promoveu apoio no jornalismo internacional: “Hoje, porque também estamos sofrendo [o problema da circulação de conteúdo falso] na Alemanha, temos mecanismos que podemos usar aqui para fazer uma checagem de dados e fatos”, comentou.

Herrberg lembrou do último pleito alemão: “Elon Musk mexeu com as eleições”, disse, referindo-se ao impacto da atuação do empresário nas redes sociais e sua aproximação com o partido de extrema direita AfD (sigla para “Alternativa para a Alemanha”, em português). Para combater a incursão contra a democracia, a ARD combina técnicas de verificação com transparência editorial para construir confiança com o público. “Contra ataques de partidos de extrema direita, combatemos fake news e desinformação”, afirmou.

Jornalismo cross media e checagem

“Podemos dar um passo para trás, investir mais tempo para realmente checar todas as fontes”, declarou Herrberg. Ela contou que a ARD prefere a cautela nos processos de *fact checking*, especialmente na cobertura internacional: “Somos mais lentos na checagem de fontes, então gastamos esse tempo para não cair nas falsas notícias”.

A aposta também está no uso de múltiplos formatos, no jornalismo *cross media*. “Temos uma matéria de seis minutos na televisão, mas [também] fazemos um podcast de meia hora com os autores, com os especialistas, para aprofundar o tema”, explica Herrberg. Ela conta que o objetivo é aumentar o alcance e melhorar a receptividade das informações.

Para dialogar com a audiência, a ARD também conta com a ferramenta *Faktenfinder*, o “checador de fatos”. A correspondente explicou que o instrumento de verificação de informações é uma estratégia de aproximação com a audiência. A proposta vai além da checagem: envolve mostrar ao público como o jornalismo é feito. “Uma coisa que estamos adotando cada vez mais é a transparência no nosso trabalho”, comentou.

Herrberg relatou que essa estratégia responde ao contexto atual: “As transformações políticas nos Estados Unidos e as decisões das big techs de investir menos na detecção de *fake news* foram interpretadas como um sinal claro para fazer esse trabalho de transparência”.

O 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas foi realizado pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP. A produção contou com apoio da Fundação Padre Anchieta (Rádio e TV Cultura) e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

Diretor de redação da BBC Brasil argumenta que o serviço público de comunicação precisa despertar o interesse do público com informação relevante

Caio Quero afirmou que o objetivo deve ser disseminar a produção da emissora para o público através do rádio, da televisão ou das redes sociais

Gabriela Nangino*

“Qual é o impacto de ser público no nosso conteúdo, como a gente entende as limitações e as vantagens disso?” Foi esse questionamento que Caio Quero, diretor de redação da BBC Brasil em Londres, apresentou no dia 21 de maio na mesa de abertura do 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária. No painel, o diretor de redação debateu a respeito do diferencial de representar uma emissora pública na sociedade contemporânea e sobre o papel do veículo na manutenção da democracia.

“Vestir o manto [de ser público] é importante para ter impacto no ambiente informativo de hoje, que está muito mais democratizado. As pessoas têm acesso a muita informação, as pessoas produzem muita informação, muita coisa de qualidade e muita coisa que não é de qualidade”, comentou. Nesse contexto, ele reforça que ferramentas como a checagem de informações são estratégias cruciais de combate à desinformação.

A história da BBC

Fundada em 1922, a British Broadcasting Company Ltd surgiu a partir de um consórcio de fabricantes britânicos de rádio. Ela é financiada pela *License Fee*, uma taxa inicialmente paga pelos proprietários de rádios e mais tarde estendida às pessoas que possuíam um aparelho de televisão. Nos dias de hoje, a cobrança é feita aos domicílios britânicos que têm um televisor e também à população que assiste aos serviços de streaming, restritos ao Reino Unido.

Caio Quero explicou que a BBC é atualmente composta por três vertentes: um braço de entretenimento, um braço de dramaturgia e um braço de jornalismo. O braço do jornalismo

é dividido entre o serviço mundial – criado nos anos 1930 como parte do serviço imperial para realizar transmissões de rádio para as então colônias britânicas – e o serviço doméstico.

A primeira notícia transmitida em português pela BBC Brasil foi a cobertura do *Anschluss*, quando o ditador alemão Adolf Hitler anunciou a anexação da Áustria em março de 1938. Desde então, existe uma operação focada no Brasil, e atualmente há operações em outras 41 línguas, todas oferecidas pelo serviço público britânico. “O braço do qual eu faço parte é o serviço mundial, e do qual a BBC Brasil faz parte”, esclareceu. Desde o seu surgimento, esse serviço foi financiado pelo Ministério das Relações Exteriores do Reino Unido (Foreign Office), mas a partir de 2014 migrou para o modelo de License Fee.

Nem estatal, nem privada

O diretor de redação argumentou que todos os bens da BBC são públicos no modelo administrativo da organização: desde a cadeira e o computador da redação até o conteúdo produzido, o qual ele nomeia de “motivo final de existência”. A BBC não é um veículo estatal, portanto não serve à razão e aos interesses do Estado; mas também não é uma emissora privada, então não tem compromisso com empresas ou anunciantes. “Isso quer dizer que temos que fiscalizar esses dois entes, tanto os privados quanto os estatais”, destacou Quero. “Mais do que isso, a gente pertence ao público, e de alguma forma representamos esse público”. Ele complementou afirmando que existe uma tarefa basal de refletir as urgências e necessidades da população a quem o veículo serve.

Quero afirmou que um dos valores mais importantes da BBC é o *value for money* – ou seja, “[temos que] valorizar o dinheiro do contribuinte que está financiando o nosso jornalismo”. Apesar de princípios como imparcialidade e equilíbrio serem comumente vistos como inalcançáveis, o diretor de redação reforça que eles são conceitos úteis no cotidiano da redação para nortear o trabalho dos repórteres. “A gente tem que se desafiar e falar: ‘eu estou ouvindo o outro lado direito?’”. E acrescentou ainda que, além de ouvir todas as perspectivas de um fato, a imparcialidade exige refletir sobre os debates de um modo honesto e mostrar ao público as limitações do processo jornalístico de investigação e apuração – e um valor imprescindível, nesse sentido, é a transparência.

Provocação e conteúdo

Chegando ao fim de sua palestra, o diretor de redação levantou uma questão para instigar a plateia. “Às vezes nós vemos o fato de sermos um veículo de comunicação público

como se isso já fosse um manto de virtude – se eu sou uma emissora pública, o que eu faço já é de qualidade enorme”, pontuou. Ele alertou que esse comportamento gera um risco gigantesco, não só de esquecer o público a quem a emissora deve servir mas até mesmo de negligenciar esse público.

“Não adianta esperar que eu faça um conteúdo maravilhoso e que o público venha até mim”, destacou. Segundo Quero, é preciso tomar decisões e utilizar ferramentas adequadas para despertar o interesse do público e causar um verdadeiro desejo de engajamento. “Eu tenho que fazer a informação ser relevante, a informação pública ser interessante para toda aquela sociedade”, disse.

Ele reforçou que enxergar seu próprio conteúdo como bom não é o suficiente: é necessário questionar constantemente a qualidade do trabalho que se oferece. Para medir o cumprimento dessa tarefa de impactar o público, a melhor ferramenta, segundo Caio Quero, é mensurar se o conteúdo publicado está sendo lido. Seja através das redes sociais, da televisão ou do rádio, o objetivo final deve ser disseminar a produção da emissora para o maior número possível de pessoas.

“Mesmo dentro da BBC, a gente vê pessoas que, sob o manto da falsa virtude, pensam: ‘eu não vejo a audiência porque isso é coisa de site de fofoca’”, contou. Ele ponderou que se o jornalismo não está atingindo o público esperado, isso é um sinal de que todos precisam mudar alguma coisa na sua forma de trabalhar. “A gente tem que ir aonde o público está”, finalizou.

*Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

Comunicação pública virou alvo de disputa e debate político no Brasil, afirma diretor-presidente da EBC

Jean Lima, argumentou que a agenda política da comunicação pública é essencial no combate à desinformação

Breno Marino*

O diretor-presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) defendeu o jornalismo público como um instrumento de combate à desinformação. Para Jean Lima, a circulação de informações enganosas se transformou em um método político da extrema direita para desequilibrar as democracias.

“A desinformação tem dois braços. O primeiro é o de desestabilizar as democracias. A gente vivenciou isso aqui no Brasil com o questionamento do processo eleitoral, por exemplo. O outro é o [de prejudicar o] acesso [da população] às políticas públicas. A vacinação no Brasil, que era um exemplo para o mundo todo com 95% da cobertura vacinal, segundo a Fiocruz, foi para 63% no ano passado.” Jean Lima participou da mesa de abertura do 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária, que discutiu o tema “As contribuições e as estratégias das emissoras públicas para enfrentar o cenário de desinformação e promover a democracia”.

A EBC

A EBC foi criada em 2007 e reúne diversos veículos públicos de comunicação. Atualmente, a estatal conta com quatro canais de TV, oito emissoras de rádio, duas agências de notícias e uma radioagência, além de prestar serviços de comunicação governamental. O diretor-presidente da EBC falou sobre o trabalho dos veículos públicos da instituição no combate à desinformação. “Na TV, nós temos duas horas e meia de jornalismo diário, o que nos possibilita informar a população sobre os serviços e o atendimento ao cidadão de políticas públicas.”

O entretenimento também pode servir como instrumento de informação e impacto social, argumentou Jean Lima. O programa Sem Censura, da TV Brasil, cumpre essa função,

defendeu Lima. “É um programa que tem destaque enorme nas redes sociais, com vídeos que viralizam e que prestam um serviço [público]. [Os programas] falam de saúde, combate ao racismo, direitos humanos, insônia, depressão, temas do cotidiano. Ter o entretenimento como combate à desinformação é um instrumento riquíssimo.”



Jean Lima, da EBC (à esq.): “A desinformação desestabiliza as democracias”
Foto: Marcos Santos/USP Imagens

Redes sociais

Diante das mudanças no ecossistema midiático, a EBC criou uma superintendência das redes sociais para enfrentar a desinformação no ambiente digital, segundo o diretor-presidente. “Nós administramos mais de 30 perfis [nas redes sociais]. Os perfis visam a [oferecer] uma informação segmentada para o público de cada rede social, integrando TV, rádio e agências.”

Parcerias acadêmicas

Desde 2023, a empresa tem investido para expandir a Rede Nacional de Comunicação Pública, e recebeu a adesão de instituições estaduais e federais. Dentre essas parcerias, estão universidades federais, estaduais e municipais. “A gente teve a adesão de 32 novas universidades federais na Rede Nacional de Comunicação Pública, 16 universidades estaduais e municipais. Isso é uma sinalização de que a parceria com as universidades tende não só a ter mais alcance, mas também [evidencia] a sua relação com a educação, e com a pesquisa.

Essa é uma forma de a gente estruturar um sistema que vincula educação e informação com a comunicação pública”, afirmou Lima.

Disputa na comunicação pública

Jean Lima descreveu ainda a comunicação pública como um espaço de disputa e debate político no Brasil. “Eu acho que é imperativo a gente discutir que, para combater a desinformação, para fortalecer a democracia, a gente precisa disputar a agenda política da comunicação pública. Nós sabemos que a extrema direita vê a comunicação pública como alvo e essa agenda precisa ser disputada”, completou.

* Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

Gerente-geral da emissora pública de Washington/EUA defende que o coração da radiodifusão pública está na comunidade

A norte-americana Erika Pulley-Hayes participou do debate sobre o financiamento de emissoras públicas e o diálogo com a audiência no “1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas”

Diego Facundini*

“Uma das coisas que nós começamos a fazer há alguns anos foi colocar a audiência e a comunidade no centro de tudo que fazemos. Então nós nos perguntamos: ‘que serviço essa história está prestando para a nossa audiência?’, e, se não conseguimos responder essa pergunta, provavelmente não é uma história que conseguiríamos ou deveríamos fazer”, afirmou Erika Pulley-Hayes, gerente-geral da rádio pública dos Estados Unidos WAMU 88.5 FM, que opera na região de Washington D.C.

Érika participou do painel “Financiamento, um pilar da independência: o cenário e as dificuldades para garantir recursos para as emissoras públicas”, no primeiro dia do 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

Antes de liderar a WAMU, a gerente-geral foi vice-presidente de rádio na Corporation for Public Broadcasting (CPB), na qual trabalhou por 15 anos. Sem fins lucrativos e subsidiada por fundos do governo federal estadunidense, a CPB é uma instituição privada criada com a aprovação da Lei de Radiodifusão Pública de 1967. A CPB repassa os recursos federais para as emissoras públicas locais de rádio e televisão dos Estados Unidos. Diversas emissoras públicas de televisão formam a rede pública de televisão – a Public Broadcasting Service (PBS) – e centenas de estações públicas de rádio compõem a National Public Radio (NPR). A WAMU, a emissora que Erika Pulley-Hayes dirige, é mantida pela American University e é uma das rádios que participaram da fundação da NPR.

Na CPB, além de trazer importantes investimentos para o começo da produção jornalística da companhia, Erika também desenvolveu políticas para seu programa de Concessões ao Serviço Comunitário, que hoje abarca 400 organizações radiofônicas ao redor dos EUA. A CPB é a principal fonte de financiamento da radiodifusão pública nos Estados Unidos. Durante a atuação de Érika como gerente-geral, a WAMU se consolidou como a estação de maior audiência no rádio em Washington por três anos consecutivos.

A radiodifusão pública nos EUA

Erika explicou que a CPB recebe o orçamento do governo federal para o apoio da radiodifusão pública e repassa, não diretamente, à PBS e à NPR, mas para as estações locais que transmitem a programação desses serviços ao redor do país. A WAMU, por exemplo, transmite grande parte da programação da NPR.

Érika ressaltou a relevância da participação e do envolvimento do público na radiodifusão pública. O cenário atual da comunicação, como descreveu, permeado por uma desconfiança nos meios de comunicação, tem um perfil bastante fragmentado e tem sido abalado pelas novas tecnologias, que trazem consigo uma “competição por olhos e ouvidos”. Além disso, a questão do financiamento governamental também se tornou incerta em tempos recentes, com tentativas reiteradas do novo governo Trump de impedir o financiamento da NPR e da PBS. Segundo ela, o público está “brigando bastante contra isso”.

“Nossa missão é realmente nossa audiência e nossa comunidade, e isso está no coração de tudo que fazemos”, disse. “Nós queremos nos certificar de que nosso conteúdo é relevante e atende às necessidades de nossa comunidade enquanto ela continua evoluindo ao longo do tempo.”

Estratégias de mercado

A gerente-geral da WAMU compartilhou que a equipe tem se esforçado para impulsionar a presença da WAMU no ecossistema digital e costuma postar nas redes sociais informações e programas que já foram transmitidos para atrair as pessoas para a rádio e para o website – o que oferece métricas quantificáveis e confiáveis –, como também para facilitar o recebimento de doações, que compõem uma parcela essencial do orçamento das emissoras públicas estadunidenses. A proposta é tentar incentivar as doações através das novas formas de pagamento com os aplicativos Google Pay ou Apple Pay.

Érika contou que mantém uma constante análise de dados para tomar decisões que possam aumentar a audiência. Neste momento, a ênfase tem sido dada à faixa da manhã, das 6h até o meio-dia, “porque as pessoas querem saber o que está acontecendo durante a manhã para começar o dia”. Para alcançar esse público, a WAMU transmite o programa matinal de notícias da NPR, o Morning Edition.

Tudo isso passa por decisões estratégicas difíceis de tomar: “às vezes a gente se pega na missão do que fazemos e esquecemos de olhar o lado dos negócios”. Erika mencionou como a mudança do foco da WAMU para o áudio foi uma escolha controversa que inviabilizou

uma série de projetos que não tinham o mesmo impacto. E, apesar disso, “um ano depois, eu posso sentar aqui e dizer que estamos na verdade crescendo nossa audiência no estilo da radiodifusão ao mesmo tempo que muito do consumo da radiodifusão tem diminuído”.

Ouvindo a comunidade

Diversas emissoras públicas nos Estados Unidos são obrigadas a manter um Conselho Consultivo Comunitário, contou a gerente-geral. O conselho reúne membros, que são, os “olhos e ouvidos da comunidade, que nos permitem saber o que acontece, o que estamos deixando passar, se erramos em alguma história, o que está e o que não está funcionando da perspectiva comunitária e da audiência”. Para Erika, o apoio que o público tem expressado em defesa das emissoras públicas se dá por esse trabalho feito pelos veículos públicos.

“É a comunidade que vai te apoiar no longo prazo”, complementa. “É muito importante nesses momentos em que o financiamento está ameaçado, por exemplo, que você possa depender da sua comunidade pressionar quem deve ser pressionado, porque nós oferecemos um serviço muito valioso e essencial que nossas comunidades valorizam e apreciam.”

Financiamento diversificado

As fontes de financiamento da WAMU são bastante diversificadas. Diferentemente das emissoras locais de áreas rurais, uma pequena parcela vem do orçamento federal. A emissora depende majoritariamente de doações individuais e campanhas de arrecadação. Há também o patrocínio corporativo, que representa 25% do orçamento geral. É uma forma de endosso corporativo e divulgação por meio de mensagens veiculadas na rádio que, porém, não se enquadram como publicidade. Nos Estados Unidos, a lei proíbe que emissoras públicas veiculem publicidade. Além disso, a WAMU é proprietária de sua própria torre de transmissão, e mantém inquilinos, o que também gera recursos para a instituição. A emissora produz ainda um programa que é retransmitido nacionalmente por outras emissoras públicas ao redor do país através da NPR.

“Nunca é uma boa ideia depender demais de uma única fonte de rendimento, porque nada nesse mundo é garantido, como estamos aprendendo todos os dias”, concluiu Érika.

* Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

Editor público da PBS afirma que governo Trump quer tirar direito fundamental de cidadãos

Ricardo Sandoval-Palos falou sobre o papel e a situação de risco das emissoras públicas nos EUA durante o "1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas" da USP

Isabela Nahas*

“Estamos em perigo porque o governo do presidente [Donald] Trump tem como sua grande meta eliminar este serviço público. E como vamos batalhar? Como temos batalhado neste mundo de desinformação: com a verdade”, disse Ricardo Sandoval-Palos, editor público da Public Broadcasting Service (PBS), durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária..

Antes de entrar na PBS, Ricardo Sandoval foi jornalista investigativo em diversas associações e jornais. Depois, começou a dedicar sua carreira a emissoras públicas e organizações noticiosas sem fins lucrativos. Agora, ele é responsável pela mediação entre o público e os produtores e por supervisionar os padrões éticos dos conteúdos.

PBS: a rede pública de televisão dos Estados Unidos

A PBS é a rede pública de televisão dos Estados Unidos de caráter educativo, fundada em 1969. A rede é sustentada por diversas fontes de financiamento. Segundo Sandoval-Palos, 35% dos recursos vêm diretamente do público, outros 35% são fundos de empresas e fundações, 15% são verbas do governo provenientes de impostos pagos pelos cidadãos e os outros 15% resultam da venda de produtos com a marca PBS.

Na programação diária da emissora, apenas quatro das 24 horas são dedicadas a programas feitos pela rede com foco nacional. As outras 20 horas são ocupadas por programação local, documentários, programas de culinária e de viagem de diversas partes do país. De acordo com o editor, essa diferença é fundamental quando se compara a PBS com outras redes comerciais dos EUA.

Sandoval-Palos disse que “tudo isso é possível porque nos Estados Unidos temos uma lei fundamental, que é a Primeira Emenda da Constituição dos Estados Unidos”, que define a liberdade de expressão e de imprensa. Por essas questões externas e internas, o editor opina

que a PBS é “a única rede que se dedica a fazer isso sem interesses corporativos e sem a pressão governamental”. Porém, ele afirmou que existem ameaças a essa liberdade.

Governo Trump versus emissoras públicas

“A ameaça está lá e ela vem da extrema direita, que nos diz que estamos transmitindo a opinião da esquerda. Mas posso dizer que, ano após ano, nossos próprios leitores dizem à PBS, à NPR e aos nossos colegas da BBC que somos os mais equilibrados em nossas reportagens jornalísticas”, relatou o editor.

No início de maio, Donald Trump assinou uma ordem executiva para cessar o financiamento federal à Corporation for Public Broadcasting (CPB), o que impacta diretamente as emissoras públicas locais; muitas delas dependem desses recursos para pagar a programação produzida pela PBS e pela National Public Radio (NPR), a principal rede pública de rádio dos Estados Unidos. Sandoval-Palos reforçou que a multiplicidade de financiamentos garante que diversos pontos de vista sejam apresentados, “um equilíbrio que não existe no mundo comercial dos Estados Unidos” e, por isso, “a Casa Branca não pode decidir quem estará a cargo dos fundos que vêm do governo”.

O editor público declarou que essas ameaças são consequência de um interesse em roubar dos norte-americanos o direito mais fundamental que têm como cidadãos: o de exigir mudanças quando sentem que alguém violou seus direitos.

“O perigo que vejo agora é o roubo do nosso exercício como emissoras públicas de ser um canal em que o público pode dizer: ‘Olha, estou sofrendo algo e quero um canal onde possa exercer meu direito de cobrar o governo e exigir colaboração para ver se posso obter alguma justiça’”, alertou Sandoval-Palos.

* Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

Para Carlos Muñoz, entraves burocráticos dificultam gestão dos meios públicos no Uruguai

Ex-presidente do Serviço de Comunicação Audiovisual Nacional do Uruguai promoveu mudanças na produção de conteúdo dos meios públicos uruguaios

Ricardo Thomé*



Carlos Muñoz (à esq.): “Temos que tirar o melhor proveito possível do futuro da aplicação da inteligência artificial nos meios públicos.” – Foto: Marcos Santos/USP Imagens

“O problema dos meios públicos no Uruguai, por sorte, não é dinheiro. O problema é a burocracia.” A afirmação foi feita por Carlos Muñoz, ex-presidente do Secan (Servicio de Comunicación Audiovisual Nacional), do Uruguai, no colóquio Desafios da América do Sul e África, ocorrido no primeiro dia do 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasileira, na Cidade Universitária.

Em sua fala, Muñoz abordou diferentes temas referentes à sua atuação no Secan, desde o modelo de financiamento dos meios públicos no Uruguai, passando pela reformulação multimídia trazida durante a sua gestão e concluindo com ideias de cooperação entre países da América Latina. Ele esteve à frente do colóquio ao lado de Luiz Roberto Serrano (coordenador de conteúdo do Jornal da USP e ex-superintendente da Empresa Brasileira de Notícias, EBN), de Patricio López (diretor da Rádio Universidad de Chile) e de

Sergio Marcos David Matusse (administrador executivo da Televisão de Moçambique, TVM). A mediação foi de Natalí Schejtman (professora da Universidad Torcuato di Tella, em Buenos Aires).

Financiamento

No Uruguai os recursos que financiam a radiodifusão pública vêm diretamente do Estado. Muñoz contou que as empresas públicas no Uruguai têm certa autonomia de funcionamento, mas que os entraves burocráticos envolvendo o repasse dos recursos federais fazem com que o subsídio não seja tão efetivo quanto poderia: “O problema dos meios públicos no Uruguai, por sorte, não é dinheiro. O problema é a burocracia, porque, para lidar com esse dinheiro, é necessário ser um mágico”. Muñoz se refere a processos demorados para a realização de compras e contratos envolvendo os meios públicos o que deve mudar com a aplicação da Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual, a “Lei de Meios”, que abre o caminho para que o Secan atue de maneira mais descentralizada e, como consequência, mais ágil e eficiente.

Novas tecnologias

Em sua administração, Carlos Muñoz promoveu mudanças na produção de conteúdo dos meios públicos uruguaios. O Secan, que já contava com dois canais de televisão (Canal 5 e Canal 8) e com quatro estações de rádio (Rádio Uruguai, Rádio Babel, Rádio Cultura e Rádio Clásica), passou a ter, também, um portal de notícias e o Canal 5 disponível online. Ele comentou que, no ano passado, com a cobertura das eleições presidenciais no país e o novo formato de produção de conteúdo multimídia, a audiência dos meios públicos cresceu muito: “No dia das eleições, cheguei ao canal e me disseram que era impressionante a quantidade de gente que estava vendo a cobertura pelos meios digitais. Era um número impactante de seguidores em se tratando do Uruguai”.

Possibilidades de cooperação

O ex-presidente do Secan também apresentou, no colóquio, uma ideia de projeto de cooperação envolvendo serviços de meios públicos latino-americanos, que acabou não obtendo sucesso devido à chegada da pandemia, ainda nos anos iniciais de sua gestão:

‘Tivemos dificuldades devido a todas as situações de todos os países, mas estávamos envolvidos em um projeto da rede TAL (Televisão América Latina) — uma rede de meios públicos latino-americanos — que me parecia muito criativo, e consistia em produzir sobre o mesmo tema em cada lugar”. Ele revelou que o tema em questão seria a migração, algo presente no cotidiano de todos os países da América Latina: “A ideia era fazer uma série de programas interessantíssimos sobre a questão da migração”.

Embora o projeto não tenha tido prosseguimento, Muñoz acredita que a chegada de novas tecnologias, incluindo as de Inteligência Artificial, abrem, também, novas possibilidades de produção conjunta, desde que os profissionais envolvidos estejam devidamente capacitados para isso. Para ele, o balanço em relação às novas ferramentas tecnológicas é mais positivo em relação às possibilidades do que negativo em relação aos desafios: “Precisamos de formação, de que nossos trabalhadores se formem em inteligência artificial antes que ela caia sobre nós e venham os perigos que ela pode trazer. Temos que tirar o melhor proveito possível do futuro da aplicação da inteligência artificial nos meios públicos. E podemos contar com o apoio das universidades para tanto”, finalizou.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

Democracia chilena sofre com a privatização da educação e a concentração de propriedade dos meios de comunicação

Patricio López, diretor da Rádio da Universidade do Chile, descreveu a situação dos meios de comunicação chilenos e os efeitos do sistema privatista na democracia do país

Sophia Vieira*

“O principal desafio que temos hoje, não só para os meios públicos, mas para todos os cidadãos e cidadãs que acreditam no [bem] público, é a reivindicação de que nossa vida cotidiana deve necessariamente ser em comum. Não é só um problema da ideologia neoliberal maligna, mas também é um problema do individualismo do nosso tempo. É a pulsão das redes sociais que fazem com que, pelo algoritmo, a pessoa encontre o parecido e não o diferente, e aí está o germe que leva a algo que está acontecendo no Chile, na Argentina, e sei que no Brasil também, que é o germe da intolerância.”

A argumentação é de Patricio López, diretor da Rádio da Universidade do Chile, durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasileira, na Cidade Universitária.. Em sua fala, na mesa Desafios da América do Sul e África, Lopes fez uma análise crítica do atual cenário dos meios de comunicação e da democracia no Chile, apontando as problemáticas causadas pelo modelo neoliberal implementado durante a ditadura e pela concentração de propriedade da mídia nas mãos de poucos grupos privados.

Problemas do modelo neoliberal

Segundo o diretor, o Chile é um caso especial a ser analisado, pois foi o primeiro país a sofrer o modelo neoliberal no mundo, imposto por um regime autoritário. “Eu sou um diretor da universidade estatal pública mais importante do meu país, que é a Universidade do Chile, uma universidade onde os estudantes têm que pagar para estudar. Isso não é uma decisão da Universidade do Chile, [essa] é uma decisão estrutural de um sistema universitário privatizado”, explicou.

“Além disso, o país não possui uma rádio pública oficial, o que levou as universidades estatais a ocuparem esse espaço, assumindo um papel fundamental no acesso à

comunicação pública. O canal de televisão pública chileno, que deveria cumprir um papel social, enfrenta uma grave crise financeira e estrutural, sendo obrigado a competir no mercado para se financiar, sem conseguir cumprir suas funções”, ele acrescentou.

Outra questão levantada por López foi a concentração da propriedade dos meios de comunicação nas mãos de grandes grupos econômicos. Ele citou o grupo Luksic, que controla desde a principal mineradora privada até bancos. “Ele também é dono de um dos principais canais de televisão aberta, além de algumas rádios, e é um dos principais patrocinadores de todo o sistema midiático. Digo isso porque, no Chile, o peso do dinheiro é determinante na construção midiática. Se entendemos a construção midiática como o espaço onde a democracia se desenvolve, a democracia chilena está altamente condicionada pela propriedade privada e pelo peso dos interesses privados nos meios.”

Falta de debates essenciais

López destacou ainda a escassa presença da sociedade civil organizada, sindicatos e instituições acadêmicas nos meios de comunicação, o que dificulta debates essenciais sobre segurança, imigração e cultura nacional. Como exemplo, ele citou que embora exista uma lei que determina que 20% da música tocada nas rádios deve ser chilena, essa norma é frequentemente ignorada em virtude da falta de fiscalização.

O diretor da Rádio da Universidade do Chile acredita que a falta de acesso à informação de qualidade prejudica o debate público. “É evidente que grande parte da opinião pública forma suas opiniões baseadas em desinformação, e isso acaba se traduzindo em políticas públicas que não contribuem para resolver os problemas.”

Patricio López defendeu ainda a relevância da construção do comum, frente ao individualismo exacerbado pelas redes sociais e algoritmos que reforçam a polarização política e a intolerância. Para ele, os meios públicos e as universidades são pilares essenciais na luta pela defesa do interesse público e pela construção de uma democracia mais plural e participativa, especialmente diante dos desafios globais que impactam os problemas locais.

“Se estamos descobrindo que nossos problemas locais têm, em muitos casos, uma origem em fenômenos globais, então o politicamente razoável seria buscar formas mais articuladas para enfrentar esses fenômenos que cada um deve enfrentar em seu próprio país”, finalizou.

*Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

A contínua disputa pela autonomia nos meios de comunicação

Luiz Roberto Serrano narra sua trajetória na antiga EBN durante a redemocratização do Brasil e alerta para a necessidade de uma comunicação pública em benefício da democracia

Sophia Vieira*



Serrano: “Quem controla o conteúdo das emissoras públicas nos níveis municipais, estaduais e nacional?” – Foto: Cecília Bastos/USP Imagens

“O quanto há de espaço nos meios de rádio para a transmissão e debate de conteúdos verdadeiramente progressistas para a população? O que nos leva à questão central: quem controla o conteúdo das emissoras públicas nos níveis municipais, estaduais e nacional? Qual o grau de autonomia de cada uma das emissoras, tanto quanto ao conteúdo noticioso e, até mesmo, artístico?”

Com esse questionamento, o jornalista Luiz Roberto Serrano, coordenador editorial do Jornal da USP, marcou sua participação durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.). A fala foi feita durante a mesa Desafios da América do Sul e África.

EBN e redemocratização

Na transição democrática, Serrano enfrentou, à frente da Empresa Brasileira de Notícias (EBN), no governo Sarney, o desafio de reformular o funcionamento da empresa, especialmente o programa de rádio Voz do Brasil. “Como superintendente da EBN, eu cuidava da agência de notícias, que abastecia gratuitamente veículos de todo o país, e da Voz do Brasil, o noticiário de rádio, transmitido em rede às 19h. Trata-se do programa de rádio mais antigo do país e do Hemisfério Sul ainda em difusão”, explicou.

Serrano lembrou que o noticiário — historicamente associado à convivência com os regimes autoritários — era marcado por rejeição popular. “O desafio, ao desembarcar no governo da Nova República, era dar alguma credibilidade ao noticiário da agência de notícias e o desafio era muito maior em relação à Voz do Brasil, que gozava da fama de que, quando entrava no ar, estimulava os ouvintes a desligar o rádio, especialmente no trânsito das grandes cidades.”

“Tarefa de Sísifo, uma tarefa sem fim”, ele descreveu, referindo-se ao mito grego. “Encontramos uma empresa viciada em produzir noticiário conveniente ao período militar que espalhava pelo país as informações que lhe eram, acima de tudo, mais convenientes. Era uma atitude que reforçava a baixa credibilidade do noticiário gerado tanto na agência de notícias quanto na Voz do Brasil. Era preciso mudar a cultura da empresa.” Uma das diretrizes adotadas pela nova gestão foi inverter a lógica da propaganda estatal: “Dar prioridade ao relato dos problemas, dificuldades, desafios enfrentados em cada caso relatado e só no final de cada matéria dar a palavra às providências do governo federal — se houvesse, é claro”.

A experiência na comunicação pública, no entanto, foi abreviada. “Nossa aventura na EBN terminou antes do previsto, quando o senador Fernando Henrique Cardoso perdeu a eleição para prefeito de São Paulo para o então ressuscitado pela direita, ex-presidente Jânio Quadros”, contou. A demissão do presidente da EBN pelo novo ministro da Justiça levou à renúncia coletiva da equipe. “Ulysses Guimarães ainda perguntou se eu queria assumir a presidência, mas preferi voltar a São Paulo.”

Infância no rádio

Serrano também compartilhou lembranças pessoais com o rádio, desde sua infância em Santos. “Minha mãe, Maria Ismênia, fazia aos domingos um programa chamado Vovó Carlota, e meu pai, Juan Manuel, cuidava da técnica da estação — se apaixonaram e casaram.”

Relembrou ainda as dificuldades técnicas das transmissões esportivas dos anos 1960, quando, junto ao seu pai, acompanhava as transmissões da equipe da Rádio Atlântica de Santos: “Nos jogos no interior pelo Campeonato Paulista, o desafio era conseguir uma linha telefônica que possibilitasse que a transmissão, saindo da cabine da equipe no estádio, chegasse aos estúdios da rádio em Santos. Em algumas partidas foi necessário ‘alugar’ um telefone de uma casa na vizinhança do estádio e puxar um fio ligando a cabine no estádio à dita residência”.

Autonomia na contemporaneidade

Hoje, com a digitalização das comunicações, as dificuldades técnicas deixam de ser um problema, mas a questão política se agrava: “A questão que se coloca, diante de tantas alternativas para transmissão e participação do público, é o conteúdo transmitido por essa miríade de meios disponíveis. O quanto há de espaço nos meios de rádio para a transmissão e debate de conteúdos verdadeiramente progressistas para a população?”.

Nesse contexto, ele aponta a questão central: quem controla o conteúdo das emissoras públicas nos níveis municipais, estaduais e nacional? “Qual o grau de autonomia de cada uma das emissoras, tanto quanto ao conteúdo noticioso e, até mesmo, artístico?”

Para Serrano, as rádios universitárias possuem papel estratégico. “Certamente as [emissoras] universitárias dispõem ou podem dispor de um espaço especial conduzindo uma programação não só afeita às questões científicas e culturais mas também antenadas na discussão dos problemas sociais das localidades onde atuam.”

Ao encerrar sua fala, Serrano citou uma recente declaração do Papa Leão XIV: “A comunicação não é uma mera transmissão de informações. É criação de cultura, de ambientes humanos e digitais que se tornem espaços de diálogo e de debate. E, olhando a evolução tecnológica, essa missão se torna ainda mais necessária hoje”.

Serrano lembrou ainda que o pontífice pediu responsabilidade e discernimento no uso de ferramentas de inteligência artificial. “Eis aí o novo e complexo campo de combate para os que se dedicam a utilizar o rádio e demais meios de comunicação para a difusão de informações corretas e a favor da democracia e do bem-estar nas sociedades”, finalizou.

*Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

Para executivo da TV Moçambique, África e a América Latina têm similaridades e precisam aprimorar políticas para a radiodifusão pública

Sergio Marcos Matusse acredita que a Solução poderia estar na inspiração em modelos estrangeiros, na inovação interna e nos debates das universidades

Ricardo Thomé*



Matusse, da TV Moçambique: “As soluções que vêm das comunidades podem ser a saída para um serviço público próximo do ideal” – Foto: Marcos Santos/USP Imagens

“Existe uma certa imaturidade em nível de governo do ponto de vista da definição do que se pretende que seja o serviço público de comunicação.” A afirmação foi feita por Sergio Marcos Matusse, administrador executivo da Televisão de Moçambique (TVM), no colóquio Desafios da América do Sul e África, ocorrido durante o primeiro dia do 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

Matusse comentou que a ausência de definição no que diz respeito à atuação dos meios de comunicação públicos em Moçambique passa por questões históricas, econômicas e políticas, as quais se ligam diretamente às transformações sofridas pela TVM ao longo dos

anos. Ele esteve à frente do colóquio ao lado de Luiz Roberto Serrano (coordenador de conteúdo do Jornal da USP e ex-superintendente da Empresa Brasileira de Notícias, EBN), de Patricio López (diretor da Rádio Universidad de Chile) e de Carlos Muñoz (ex-presidente do Servicio de Comunicación Audiovisual Nacional do Uruguai, Secan). A mediação foi de Natalí Schejtman (professora da Universidad Torcuato di Tella, em Buenos Aires).

História, financiamento e contradições

A Televisão de Moçambique nasceu em 1981, ainda como Televisão Experimental de Moçambique. Segundo Matusse, o veículo era, à época, fortemente vinculado ao Ministério da Informação do país, e era considerado uma empresa estatal – fato que mudou em 1994, quando foi transformado em empresa pública. Mas o administrador executivo afirmou que a mudança ficou apenas no papel: “Do ponto de vista da governança, continuou tudo igual: a forma como eram indicados os gestores, a própria dotação orçamentária...”.

Mais recentemente, em 2018, foi aprovada uma lei que instaurou o Setor Empresarial de Estado (SEE) em Moçambique. Ela foi responsável por fazer com que essas empresas públicas fossem de direito privado, isto é, nas palavras do jornalista, “orientadas para produzir lucro para os acionistas, nesse caso, o acionista-Estado”. Essa alteração atingiu não só a TVM, como a Rádio de Moçambique também. Para Matusse, a necessidade de trabalhar visando ao lucro é um problema, pois rompe com o princípio de veículo de comunicação pública de trabalhar tendo o público como ponto principal: “Ora, começou a nascer uma grande contradição, porque o nosso atributo é procurar chegar a todos os cidadãos, dar voz a todos os cidadãos, estar presente em todas as sessões do Parlamento e fazer com que os cidadãos sigam as discussões parlamentares”.

Diante de dificuldades para seguir a cartilha da competitividade de mercado e, ao mesmo tempo, cumprir o dever ético da comunicação pública, o administrador executivo da TVM identificou que há, dentro de Moçambique, uma imaturidade muito grande por parte dos governantes no que diz respeito à televisão. Ele revelou que o país vem investindo bastante na migração para os meios digitais – incluindo um aporte de US\$ 156 milhões da China –, valor que é alto quando comparado à forma como as políticas de gestão editorial e operacional são definidas. A falta de definição na gestão e na destinação de recursos é o que denota, para ele, a imaturidade dos governantes.

Possíveis soluções: inovar e se inspirar

Embora o panorama não seja dos mais positivos, o jornalista acredita que a solução pode vir não só por meio de congressos, como o promovido pela USP, como também por meio da cooperação entre países da CPLP (Comunidade dos Países de Língua Portuguesa) e da abertura de espaços de discussão nas universidades. Ele lembrou a entrevista concedida ao programa Universo das Emissoras Públicas, da Rádio USP, em agosto de 2023, e exaltou a consistência da USP para tratar do assunto e permitir a troca de experiências entre os países: “Estar aqui e compartilhar essas experiências enriquece também a forma como devemos apresentar, a quem toma as decisões, as experiências que vêm de outros lugares”.

Matusse citou a União Europeia de Radiodifusão, a BBC (British Broadcasting Corporation) e a ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland) como exemplos que, embora venham de locais e realidades distantes da moçambicana, podem servir como referência. Afinal, o público a quem a TVM se dirige também é globalizado. “E eu acho muito interessante que a África e a América Latina possam estar lado a lado nisso, porque há algumas similaridades, sobretudo do ponto de vista das políticas e dos desafios que nós temos para melhorar um pouco nessas políticas”, comentou.

Financiamento da radiodifusão pública

A partir dos exemplos de fora, o administrador executivo da TVM busca encontrar uma inovação interna, que envolve a participação do próprio público no financiamento da radiodifusão pública: “Estamos desenvolvendo uma experiência em Moçambique que é tentar adaptar o crowdfunding (financiamento coletivo a partir do auxílio de um grande número de pessoas) para apoiar conteúdos voltados ao desenvolvimento de nossas comunidades”, explicou, citando, por exemplo, os desafios sanitários e infra estruturais enfrentados pela população. A ideia é que, diante dessas situações, as próprias pessoas contribuam com programas de interesse comunitário.

Para que o projeto se torne sustentável, os números são importantes: a TVM fez um levantamento que chegou ao número de 3,7 milhões de usuários ativos de redes sociais no país — o que representa algo em torno de 10% da população moçambicana —, cada um gastando, em média, dez dólares nos menores pacotes de dados para estar conectado e utilizar as redes sociais. “Se propuséssemos a essas pessoas que contribuíssem com um

dólar por mês, chegaríamos a um número hipotético de um milhão de cidadãos que estariam disponíveis para participar dessa solução”, sugeriu.

A intenção, segundo Matusse, é fazer com que se chegue a um modelo que seja, ao mesmo tempo, sustentável e independente, seja em termos de atuação jornalística, por exemplo, seja em termos de financiamento. “Portanto, seria uma questão voluntária, sem intervenção do governo, sem uma decisão do Parlamento sobre taxas, e que poderia fazer com que nosso serviço se tornasse eminentemente público e voltado para criar soluções para as pessoas”. O jornalista se mostrou otimista: “As soluções que vêm das próprias comunidades podem ser a saída mais próxima para um serviço público mais próximo do que é ideal, como foi compartilhado por outros países no congresso. E a expertise deles vai ser muito importante para isso”.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

Políticas públicas e credibilidade são essenciais para o futuro das rádios universitárias

Em colóquio no “1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas”, Adrián Valdivia, do Peru, destacou falhas no modelo de patrocínio e na gestão orçamentária como principais desafios das rádios universitárias

Mirela Costa*



Adrián Valdivia, do Peru: “As políticas públicas são os espaços onde devemos nos defender”
Foto: Marcos Santos/USP Imagens

“Esse é o caminho da comunicação: saber que chegamos a alguém”, afirmou Adrián Menéndez Valdivia, presidente da Rede Internacional de Rádios Universitárias (RIU) e da Rede de Rádio e Televisão Universitária do Peru. Ele integrou o colóquio Os desafios das Rádios Universitárias no Brasil e América-Latina, durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

Ao refletir sobre a crise e a precarização dos modelos radiofônicos tradicionais, Valdivia pontuou que, entre os principais objetivos das rádios universitárias, estão o alcance e o impacto sobre os ouvintes.

No início de sua apresentação, o comunicador defendeu as políticas públicas como meios essenciais de manutenção dos canais estatais de rádio e televisão. “As políticas públicas são os espaços onde devemos nos defender”, reiterou. Em seguida, reproduziu para a plateia a gravação de um discurso feito por Sandra Alanis, presidente da Rede de Rádios Universitárias do México (RRUM), no senado mexicano. Na ocasião, Alanis advertiu os senadores sobre a necessidade de amparo aos meios de comunicação públicos por parte do Estado. “Não basta realizar um trabalho profissional, ético e comprometido. Também precisamos de condições mínimas para sustentá-lo”, destacou a presidente da RRUM.

Patrocínio

Ao discorrer sobre as limitações técnicas e estruturais enfrentadas pela radiodifusão universitária mexicana no século 21, Sandra Alanis mencionou as falhas presentes nas formas de patrocínio. Ela disse que o atual modelo é insuficiente, já que torna as rádios pouco atrativas para que o público apoie os conteúdos veiculados. “Precisamos ter ferramentas para operar sem fins lucrativos, mas de forma sustentável, com convênios bem definidos e a possibilidade de autofinanciamento viável”, declarou. A presidente da RRUM ainda acrescentou que o patrocínio deve ser delimitado para publicidades que se encaixem nos princípios éticos das emissoras.

Equidade técnica

“Hoje, nossas estações recebem concessões com parâmetros técnicos mínimos. Isso nos limita tanto na cobertura quanto na qualidade”, observou Alanis sobre a precarização técnica da rádio. Segundo a comunicadora, são urgentes o equilíbrio das condições operacionais do setor universitário e a garantia de que agências de transformação digital assegurem condições competitivas aos meios radiofônicos tradicionais.

Financiamento

A presidente da RRUM, Sandra Alanis, também destacou as dificuldades enfrentadas pelas rádios universitárias quanto aos seus modelos de financiamento. Ela lembra que, em diversos casos, as emissoras operam sem orçamento próprio, o que as torna sujeitas a determinações institucionais imprevisíveis. Para Alanis, a legislação deve prever formatos que permitam a captação de recursos adicionais, de modo que as rádios não dependam

exclusivamente do orçamento universitário. “Investir em qualidade técnica, conteúdos originais, formação e tecnologia não é um luxo, mas sim uma necessidade”, argumentou .

Espectro AM e FM

Na conclusão de sua fala, Sandra Alanis ainda expressou a demanda pela ampliação do espectro FM para as rádios universitárias. Ela abordou os exemplos da Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, que aguarda há mais de 14 anos pela transição do espectro AM para o FM, e da Universidad Autónoma Chapingo, que espera pelo mesmo processo há sete anos. “Essa inércia não pode ser normalizada. Queremos seguir na formação de audiências, no fortalecimento da visão crítica, na difusão de cultura e conhecimento e na amplificação de vozes historicamente ignoradas.”

Encerramento

Ao comentar o discurso de Sandra Alanis, Valdivia enfatizou que problemas de patrocínio, gestão orçamentária e ausência de qualificação técnica estão diretamente ligados à falta de medição de audiência no setor radiofônico universitário. “Precisamos saber o que acontece, até onde chega e como é percebido o conteúdo que produzimos”, afirmou.

O presidente da RIU encerrou sua exposição com o destaque para as rádios universitárias também como um meio de estímulo à criatividade dos estudantes. “As gerações antigas cresceram fazendo rádio de uma forma, e talvez tenham dificuldades em mudá-la. Agora é o momento de aprender com os jovens e com esses novos espaços que estão se desenvolvendo na internet, como o videocast. Assim, poderemos nos conectar mutuamente”, concluiu Adrián Menéndez Valdivia.

*Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

No Brasil, rádios universitárias precisam de integração, apoio financeiro e presença na mídia

A fala impactante é de Norma Meireles, presidente da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra) durante o "1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas" na USP

Mirela Costa*

“Trabalhar a memória das rádios universitárias é fundamental”, declarou Norma Meireles, presidente da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), durante o colóquio *Os desafios das Rádios Universitárias no Brasil e América-Latina*. O evento integrou a programação do 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

. Em meio a diversos profissionais latino-americanos da comunicação pública presentes na mesa, Meireles destacou a preservação da história e legado das rádios universitárias como fator essencial para o fortalecimento dessas emissoras. “Além da memória, também precisamos aproximar nossas redes de rádios”, completou a comunicadora.



Norma Meireles – “O rádio tem relevância cotidiana, principalmente em tempos de crise.”Foto: Cecília Bastos/USP Imagens

Ao comentar sobre a cena radiofônica nas universidades do Brasil, ela observou a diversidade como uma das características mais marcantes do setor. “Temos emissoras vinculadas tanto à reitorias , quanto à departamentos. Há também aquelas que estão em universidades com cursos de comunicação, enquanto outras não. E existem ainda vários projetos de mídia sonora, como podcasts e webrádios”, explicou. Para Meireles, a variedade de modelos de operação dos veículos leva à elaboração de linhas editoriais e conteúdos significativamente distintos. Apesar das diferenças, a presidente da Rubra afirmou que as rádios universitárias brasileiras apresentam desafios semelhantes.

Sustentabilidade financeira e infraestrutura

“Como podemos nos sustentar sem o investimento nas instituições públicas?”, questionou Meireles. A especialista apontou a falta de apoio financeiro às universidades como um dos principais obstáculos à manutenção das emissoras, cenário que, para ela, se agravou durante o governo de Jair Bolsonaro (2019-2022). “Passamos por um período de ataques a instituições científicas e acadêmicas. Agora é um momento de recuperação, mas ainda marcado por cortes [de recursos]”, ressaltou. Além das limitações orçamentárias, Meireles também mencionou as deficiências técnicas dos estúdios, estações e laboratórios radiofônicos como barreiras para o pleno funcionamento das rádios nas universidades.

Equipes de produção e engajamento

Segundo a presidente da Rubra, Norma Meireles, a precarização do quadro de funcionários que atuam nas emissoras públicas resulta em dificuldades na programação e na produção dos conteúdos veiculados. “Perdemos a possibilidade de contratar pessoal, já que alguns cargos deixaram de existir na carreira pública a partir do governo Temer (2016-2018). O quadro hoje é de poucos funcionários e grandes equipes de estagiários e voluntários”, explicou. Ela também apontou a rotatividade do corpo técnico como um empecilho para a frequência e solidez dos programas veiculados.

Apesar dos desfalques causados pela flexibilização das equipes de funcionários, Meireles considera positiva a crescente presença de jovens nas emissoras universitárias. “A força da juventude nos ajuda a estar nas redes sociais e nas plataformas digitais, expandindo as fronteiras do rádio e ampliando a audiência”.

Relevância do rádio

“O rádio tem relevância cotidiana, principalmente em tempos de crise. Tem função tanto educativa, complementando a formação dos alunos, como social, levando conteúdos de qualidade ao público”, reiterou Meireles ao destacar os impactos sociais da atividade radiofônica.

Ao fim da exposição, ela ainda apresentou algumas iniciativas da Rubra, como o 1º Encontro Nacional de Rádios Universitárias (1º EnRubra), que ocorreu em 2022 e pautou o interesse público e os desafios enfrentados pelas emissoras. Meireles também anunciou a segunda edição do EnRubra, nos dias 1º e 2 de julho de 2025, no canal da Rede Rubra no YouTube.

*Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

Trabalho conjunto de rádios universitárias é essencial para resistir ao ataque às universidades

Noelia Giorgi destaca o papel das rádios universitárias argentinas na resistência ao desfinanciamento e à desinformação em meio à crise do sistema público

Maria Trombini*

“As universidades nacionais públicas estão sob constante ataque, e o sistema público como um todo está em crise. Há uma tentativa deliberada de desacreditar o trabalho que as universidades realizam e o que elas produzem para seus territórios e comunidades. Diante disso, é mais do que necessário discutir os desafios que enfrentamos hoje, e reforçar a importância de contar o que está acontecendo nesse cenário crítico”, afirmou Noelia Giorgi, durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

Giorgi é coordenadora de programação e conteúdo da Rádio Undav (Universidad Nacional de Avellaneda) e integrante da Comissão Diretiva da Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas (Aruna).

A Aruna foi criada em 1998 e está vinculada ao Consejo Interuniversitario Nacional, formado pelos reitores e reitoras das universidades daquele país. Atualmente, existem 64 rádios universitárias espalhadas por todo o território argentino.

Linhas de ação da Aruna

Algumas das linhas de ação da rede envolvem projetos de fortalecimento das rádios universitárias, incluindo incentivos econômicos e programas de capacitação. Isso ocorre porque reconhecem os novos desafios trazidos principalmente pelas plataformas digitais, redes sociais e pela inteligência artificial, que vêm transformando os modos de produção de conteúdo e exigindo novos papéis dentro das emissoras.

“Somos uma rede que interpreta a heterogeneidade das produções, tanto nos seus modelos de funcionamento quanto nas plataformas que utilizam. A comunicação radiofônica, hoje, se expandiu para além do rádio tradicional, e as capacitações são pensadas de acordo com as demandas específicas dessas emissoras, como a construção de pautas, a gestão das

rádios, o uso estratégico das redes sociais, a divulgação científica e a criação de conteúdos em novos formatos, como os podcasts”, explicou Noelia Giorgi.

Uma rede federal e diversa

Ela ainda declarou que a Aruna estimula “a produção colaborativa, a pesquisa e a capacitação, com forte ênfase na comunicação como um direito inclusivo, plural e participativo.”

Entre as produções colaborativas realizadas pelas redes de rádios universitárias, Giorgi destacou o Reporte Federal de Noticias, um boletim que começou antes da pandemia e se consolidou durante esse período, inicialmente com foco em notícias sobre a situação sanitária da covid-19. Atualmente, envolve mais de 25 emissoras e vai “ao ar” de segunda a sexta-feira, trazendo notícias sobre as atividades das universidades e sua relação com os territórios onde estão inseridas.

As rádios também participam de encontros e realizam produções conjuntas, como o último realizado em Rosário, em comemoração aos 100 anos da primeira rádio universitária, celebrado todo dia 5 de abril. Durante esses encontros, debatem-se os desafios futuros e discute-se o papel das universidades. Segundo Giorgi, um dos objetivos atuais é incorporar mais conteúdo de divulgação científica à programação, com a criação de um comitê acadêmico que auxilie nesse processo.

Desafios e perspectivas no contexto atual

“Estamos atravessando uma situação crítica no sistema universitário público nacional. De um lado, há a questão do financiamento das universidades; de outro, a tentativa do governo atual de impor uma narrativa de descrédito sobre as universidades nacionais. Não se trata apenas de notícias falsas, mas de mentiras deliberadas sobre o que realmente acontece nesses espaços”, opinou Giorgi.

Diante disso, ela ressalta a importância do esforço realizado para combater essas falsas narrativas, em que a Aruna se propõe a compartilhar e discutir políticas de comunicação para enfrentar esse cenário.

“De um lado, analisamos a crise orçamentária, que tem levado à precarização salarial dos trabalhadores das universidades; de outro, enfrentamos uma defasagem tecnológica que dificulta uma comunicação mais direta e eficaz com nossos territórios. Essa combinação de fatores resulta no enfraquecimento da nossa capacidade de expressar e divulgar tudo o que

temos para dizer e mostrar, agravando o processo de desvalorização das universidades públicas”, analisou.

Giorgi argumenta que o trabalho em rede é fundamental, pois essa articulação conjunta ajuda a dar visibilidade tanto ao trabalho das rádios universitárias quanto ao esforço diário dos profissionais que atuam nelas, muitas vezes em condições difíceis.

Ademais, ela orienta que haja reflexão e planejamento coletivos sobre o tipo de conteúdo produzido e veiculado pelas rádios universitárias. “Entendemos que não se trata apenas de reagir ou contra-atacar narrativas falsas, mas também de contar o que não está sendo contado, de dizer o que não está sendo dito. É preciso pensar que conteúdo produzir, em que formatos e por quais meios chegar às audiências, considerando os hábitos de consumo atuais. O desafio da rede universitária é justamente conseguir se posicionar à altura do momento, abordando os temas que estão sendo silenciados no contexto argentino atual”, finalizou Noelia Giorgi.

*Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

Ex-presidente dos Meios Públicos do Uruguai discute uso de IA no jornalismo público

Carlos Muñoz compartilhou estratégias utilizadas pelas emissoras públicas uruguaias para se adaptar às transformações digitais

Theo Schwan*



O uruguaio Carlos Muñoz: “Conflito por conflito, estamos superando juntos”
Foto: Cecília Bastos/USP Imagens

“Precisamos aprender a antecipar conflitos e a nos reciclar”, afirmou o jornalista Carlos Muñoz no segundo dia de debates do 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

No painel apresentado, o ex-presidente do Serviço de Comunicação Audiovisual Nacional (Secan) do Uruguai abordou os desafios impostos à imprensa diante das transformações digitais.

Em conversa mediada pelo professor e pesquisador em comunicação Álvaro Bufarah, Muñoz destacou que as revoluções tecnológicas na mídia não são novidade. “Essa tensão, que veio com os computadores e com as redes sociais, hoje vem com a inteligência artificial”, disse.

Segundo ele, é necessário integrar a produção das diferentes plataformas. “Unir, não mais falar sobre rádio e televisão separados e incorporar a mídia digital – foi o que fizemos”,

declarou durante sua apresentação. Para o jornalista, as empresas de comunicação precisam adotar os novos formatos das redes sociais para se aproximarem da audiência e melhorarem a distribuição de conteúdo diante de um público cada vez mais disperso. “Havia poucas páginas uruguaias na web. Hoje, os meios públicos a do Uruguai tem um portal muito ativo.”

O Secan é uma empresa pública de comunicação audiovisual que controla um conglomerado de mídias no Uruguai. O agrupamento reúne dois canais de televisão, quatro estações de rádio e, mais recentemente, um portal de notícias digital. É financiado pela população e opera de forma independente do governo. Para Muñoz, essa é sua maior vantagem: “Está blindada frente aos poderes, em especial o político”.

À frente da curva

“Lembro-me dos conflitos que tivemos com os trabalhadores das impressoras que iriam perder seus empregos”, comentou Muñoz sobre os receios das transições no fazer jornalístico. Para isso, ele propôs uma estratégia de mitigação de procedimentos em seu mandato: “Fizemos reuniões para antecipar possíveis conflitos. Queríamos estar à frente da curva”, lembrou.

A inteligência artificial é o próximo obstáculo – mas ele permanece tranquilo. “Ela vai melhorar tudo: a qualidade, a estética... mas a criatividade? Nós que a temos”, destacou. Para o jornalista, IA, apesar de seus recursos, é apenas uma ferramenta. “Não vamos entrar em pânico, vamos ter confiança nos seres humanos. Vamos ter confiança em nós mesmos e em nossa capacidade”, pediu ao público.

Em constante mudança

“Comecei minha carreira na máquina de escrever”, reteirou Carlos Muñoz. As mudanças nos meios de comunicação não foram escassas em sua carreira: “Minha geração foi a que passou para o computador e do computador, para o celular”, acrescentou.

“Conflito por conflito, estamos superando juntos”, disse. Para encarar as transformações do jornalismo, ele defende a adaptação constante dos meios públicos às novas dinâmicas de comunicação. Muñoz propôs ainda a concepção da comunicação como um produto audiovisual sinérgico, a partir do mecanismo de produção para o digital. “O gerenciamento ficou muito mais eficiente, mais rápido e mais dinâmico.”

“Produzimos uma série sobre a Antártida. Tivemos que pensar em como faríamos a produção de maneira boa, bonita e barata”, contou o ex-presidente do Secan. A solução foi

enviar um único profissional: um jornalista com habilidades do audiovisual. “Isso gerou um conflito com os cinegrafistas. Um conflito tremendo. Esses conflitos fazem com que avancemos.”

Conflitos como o uso da inteligência artificial como ferramenta jornalística. “Nossa equipe criou um avatar com IA para nossa correspondente no Brasil. Ela não tem tempo de gravar diariamente, mas transmite suas notícias. Tudo é virtual – exceto a informação”, comentou Carlos Muñoz sobre as novas possibilidades do mundo digital.

O 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas reuniu mais de 200 participantes e 13 especialistas internacionais para debater os desafios das rádios e TVs públicas diante dos novos modelos de comunicação digital.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

Patricio López, da Radio Universidad de Chile, defende universalização como caminho contra polarização

“1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas” rendeu debate quanto ao papel de mídias universitárias e públicas no enfrentamento à radicalização da direita

Jean Silva*



Patricio López, da Radio Universidad de Chile: “A rádio universitária é um instrumento poderoso de disseminação do conhecimento” – Foto: Marcos Santos/USP Imagens

“É muito importante que as rádios universitárias defendam seu lugar para podermos nos encontrar no que é universal. No que nos une, independentemente de nossas crenças políticas ou religiosas, da geração a que pertencemos ou do lugar no mundo de onde viemos”, afirmou Patricio López, jornalista na Radio Universidad de Chile, no colóquio Os desafios das rádios universitárias no Brasil e América Latina, durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

O evento contou com mais de 200 participantes e 13 especialistas internacionais para debater os desafios diante dos novos modelos de comunicação digital para as rádios e TVs públicas.

“Cada uma das disciplinas das ciências e artes estudadas na universidade se baseia em inúmeras gerações de pesquisadores, cientistas e artistas que acumularam essa herança maravilhosa que a humanidade tem hoje. De alguma forma, esse legado nos permite superar este momento em que estão tentando nos colocar na mais absoluta desesperança, como se não houvesse futuro”, continuou López. Para ele, na conexão entre o passado, o presente e o futuro desses espaços, a academia, a mídia, as ciências e as artes, durante essa potência atual da extrema direita, mostram uma saída, um caminho de esperança.

Ele ressaltou as ações do atual governo do presidente Donald Trump para o desmonte desses espaços, seja a universidade ou a comunicação pública, para apontar o quanto esses espaços são importantes no enfrentamento a esses radicais de direita. “As universidades, assim como seus veículos de comunicação, não defendem e reivindicam a geração de conhecimento diante do que foi definido como pseudoconhecimento? O exemplo das vacinas é familiar a todos nós, mas poderíamos acrescentar muitos outros exemplos”, afirmou.

Em relação ao surgimento desses chamados de “novos fascismos” e de nova extrema direita – “que foram tão terrivelmente traumáticos para a humanidade” –, “também é bom saber que a humanidade cometeu erros no passado”, prosseguiu. “Dessas experiências surgem maneiras de encarar o presente que podem nos ajudar a superar esses problemas. Por isso as rádios universitárias são tão perigosas para quem quer transformar o ódio, a ignorância e a radicalização em um projeto político”, alegou Patrício López, ao defender a ideia de que pluralismos sustentam a base da comunicação pública.

Pandemia e uma nova rádio

“Se alguém me perguntasse em março de 2020 como poderíamos fazer rádio de casa, eu teria dito: ‘É impossível’. E duas semanas depois, tivemos a ideia de que não podíamos parar de fazer rádio. Não sabíamos como fazer e, em três dias, inventamos.” Segundo López, essa abertura proporcionada pelas medidas de quarentena e isolamento social tem se mostrado como uma oportunidade infinita, que desafia o conhecimento jornalístico, desafia as formas tradicionais de fazer as coisas, mas que, conforme ele, pode abrir um encontro muito mais global do que os desenvolvidos com as tecnologias antigas.

“Uma espécie de transformação muito radical ocorreu nas estações de rádio [durante a pandemia] que agora nos coloca em um lugar diferente, e temos que encarar isso com muito otimismo em vez de preocupação”, explicou López. Quanto ao aspecto colaborativo, o mais importante que destaca é que, dentro e fora da universidade, fica claro que as rádios universitárias são para a comunidade. “Corre-se o risco de ver as rádios universitárias como

meras emissoras que produzem o que existe dentro da universidade, e, a rigor, as que mais cumprem o seu propósito são aquelas rádios que atendem aos grandes desafios da comunidade à qual a universidade pertence.”

Entre outras coisas, um desses desafios é promover a capacidade dos acadêmicos para além do seu trabalho de pesquisa e ensino. Compartilhar os conhecimentos produzidos com a comunidade é encontrar maneiras de que esse conhecimento seja compreensível e que ajude de alguma forma a proporcionar pedagogia por meio do rádio. “A rádio universitária é um instrumento muito poderoso de disseminação do conhecimento e, na medida em que conseguimos socializar isso, insisto, dentro e fora da universidade, ela tem um caminho amplo para cumprir a sua missão”, finalizou Patrício López.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

Diretora da Unesco propõe caminhos para emissoras públicas conquistarem mais atenção e confiança

Para Mirta Lourenço, o futuro da comunicação pública passa por inovação tecnológica, proximidade com o público e reforço do compromisso com o interesse coletivo

Maria Trombini*

“A missão das emissoras públicas vai além de informar, educar e promover cultura. As emissoras públicas são pilares da sociedade. Elas não apenas produzem mídia, mas garantem que os cidadãos estejam informados e que a democracia funcione.”

Com essa análise, Mirta Lourenço, chefe de Desenvolvimento de Mídia e Mídia em Situações de Emergência da Unesco, abriu sua reflexão sobre o desafios de atuação das emissoras públicas no mundo digital durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

Para Mirta, as emissoras públicas merecem especial destaque pois são, ainda, veículos de referência para informação confiável e de qualidade, além de abrirem espaço para diferentes debates sociais, sem necessidade de priorizar conteúdo com objetivo de retorno financeiro. “O público tende a recorrer ao rádio ou à TV pública quando há uma notícia urgente ou quando é necessário acesso à informação em tempo real, por conta do jornalismo baseado em fatos que a radiodifusão pública prioriza. O fato de não ser guiada por métricas de audiência também lhe confere uma certa liberdade. Em outros tipos de mídia, se a equipe editorial quiser abordar temas, por exemplo, sobre povos indígenas ou pessoas com deficiência, mas isso não atender aos interesses publicitários, essa parte será cortada. Isso não acontece com a radiodifusão pública. Ela garante acesso igualitário à informação, à cultura e à educação para todos, sem levar em conta metas de mercado”, explica.

Consumo fragmentado

Mirta Lourenço apontou que um dos principais desafios para a missão das emissoras públicas é o consumo fragmentado. Em vez de contar com um único canal, os usuários combinam plataformas e formatos para atender a diferentes necessidades informativas e afetivas.

“As pessoas vão a várias fontes e plataformas. Há uma competição pela atenção. As pessoas não estão procurando conhecimento, mas sim pequenos fragmentos de informação, que circulam com mais facilidade porque não têm o compromisso de hierarquizar o que é relevante”, destacou ela. Em contraponto, os meios públicos têm o dever de priorizar o que está no interesse público – não apenas o que interessa ao público –, o que demanda tempo e responsabilidade na checagem de fatos e fontes.

Além da fragmentação formal, há um consumo baseado na afinidade. “As pessoas vão para mídias que concentram interesses especializados. O resultado é um público altamente informado sobre uma questão, mas completamente alheio às demais. É como viver em cômodos diferentes, cada um em uma realidade distinta”, disse a representante da Unesco.

Segundo Mirta, essa lógica de consumo fortalece a polarização social: as pessoas se conectam por semelhança, mas correm o risco de reforçar preconceitos e visões unilaterais, o que acaba por radicalizar os debates públicos.

Outro fenômeno preocupante é o do consumo intensivo, em formato de *binge-watching* ou *binge-listening*. “Há uma tendência ao isolamento, uma sensação de que o que não me afeta diretamente não precisa ser acompanhado”, alertou. Isso compromete o nível de conhecimento geral da população e empobrece o debate público, pois os indivíduos chegam às discussões com percepções cada vez mais estreitas, validadas apenas pelos círculos restritos de informação que consomem.

Nesse cenário, o papel dos meios públicos de comunicação se torna ainda mais crucial. Para Mirta Lourenço, é justamente esse tipo de emissora que pode ajudar a “tirar as pessoas desses quartinhos, dessas prisões onde elas mesmas se colocaram”, oferecendo diversidade de conteúdos, pluralidade de opiniões e informação confiável.

Aproximação e diálogo

Diante da fragmentação do consumo e da crescente desconfiança nas instituições, as emissoras públicas precisam reafirmar seu papel como aliadas da cidadania e da democracia. Um dos caminhos para isso, segundo Mirta, é garantir que o conteúdo produzido seja acessível e relevante para todos os públicos.

“Isso significa investir não só na diversidade de conteúdo, mas também nas estratégias de distribuição, para que as mensagens consigam ultrapassar as barreiras dos ‘quartinhos especializados’ e cheguem às pessoas com diferentes perfis e interesses. É preciso fazer com que elas ouçam a pluralidade da sociedade”, defendeu a chefe de Desenvolvimento de Mídia e Mídia em Situações de Emergência da Unesco.

Mais do que apenas ampliar o alcance, Mirta argumentou que as emissoras públicas precisam se fazer presentes nos territórios — física e simbolicamente. Ir às escolas, universidades e praças, transmitir programas diretamente das comunidades e se mostrar acessíveis.

“Falo de presença física mesmo, transmitir do campo. Graças às tecnologias da informação, isso já é possível. Todo podcaster e youtuber está fazendo isso. As emissoras públicas têm mais profissionalismo e melhores equipamentos, então por que não fazer também? É uma oportunidade para explicar como funcionam as decisões editoriais e mostrar o cuidado com a apuração. As pessoas precisam entender melhor como a mídia funciona”, pontuou.

Segundo ela, essa aproximação ajuda a restabelecer o vínculo com cidadãos que vêm perdendo a confiança nos meios de comunicação. Parte essencial dessa conexão está nas redes sociais, onde hoje o público interage, critica e cobra. “Isso é positivo, mas exige equipe dedicada — alguém na redação ou na emissora pública que esteja sempre respondendo nas redes, que participe de reuniões ao vivo com o público ou use a ouvidoria para responder às críticas.”

Outra estratégia apontada é o jornalismo de soluções, que valoriza as ações concretas de pessoas comuns na resolução de grandes problemas. Esse tipo de abordagem aproxima a emissora de seu público e amplia sua legitimidade. “Você se mantém perto da audiência ao destacar como as pessoas enfrentam e resolvem problemas reais”, afirmou.

Mirta Lourenço também propôs a criação de espaços de escuta e conexão, pequenos núcleos presenciais ou digitais onde o público possa interagir com os conteúdos dos meios públicos. “A ideia é integrar audiências por meio de múltiplas plataformas, especialmente em debates transmitidos. E, nesses casos, é fundamental incluir o público jovem: deixar que eles sugiram perguntas, perguntem aos entrevistados, respondam também.”

Mirta destacou a importância de garantir não apenas o direito à informação, ainda indispensável, mas também o exercício da liberdade de expressão, por meio da interação com o público. “O essencial é continuar produzindo informação confiável e dar às pessoas um bom motivo para continuarem acompanhando a rádio e a TV públicas.”

Como a estrutura das emissoras públicas afeta a credibilidade

Um fator de grande relevância para a crise de credibilidade das emissoras públicas latino-americanas está relacionado às estruturas institucionais. Segundo Mirta Lourenço, 51

das 66 emissoras públicas da região têm mais de 50% de sua composição sob controle estatal, seja por meio da propriedade, da gestão ou do financiamento.

“O resultado é um controle editorial direto ou indireto, e geralmente sem mecanismos internos de responsabilização, o que prejudica a confiança do público. Se não há confiança, não há audiência. Então, sim, podemos falar sobre inteligência artificial e todas as ferramentas e estratégias para alcançar mais pessoas, mas, a menos que enfrentemos essa questão estrutural, a radiodifusão pública continuará sofrendo com uma crise de credibilidade”, orientou.

O financiamento, nesse contexto, também é um ponto-chave. Embora os fundos públicos sejam uma das fontes de sustentação das emissoras, Mirta defende que é necessário torná-los estáveis e apartidários. Muitos veículos, segundo ela, sofrem com oscilações extremas e acabam dependendo mais do governo do que do Estado: “Muitas vezes, o problema nem é o financiamento público, mas o financiamento governamental ou partidário. É preciso estabilizar esses recursos”.

Mirta apontou ainda a importância de desenvolver fontes próprias de receita, incluindo publicidade ou parcerias estratégicas — especialmente em transmissões de interesse amplo, como esportes, em que as emissoras abertas ainda têm vantagem competitiva por alcançarem grandes audiências.

Capacitação para o uso de IAs

Para Mirta Lourenço, não há mais como ignorar a presença da inteligência artificial no cotidiano das emissoras públicas. Por isso, o desafio não é evitar o uso da IA, mas aprender a operá-la com responsabilidade, estabelecendo limites éticos claros e investindo em capacitação.

“Na comparação com outras regiões do mundo, a América Latina ainda está atrasada. Enquanto emissores europeus e asiáticos já contam com redes de cooperação e grupos de pesquisa para explorar o uso da IA, como a União Europeia de Radiodifusão ou a União Ásia-Pacífico, a região latino-americana segue sem uma articulação continental”, comparou.

Para Mirta, esse vácuo institucional dificulta avanços técnicos e amplia desigualdades na incorporação das novas ferramentas. Ela contou que a Unesco está desenvolvendo um repositório gratuito de ferramentas de IA voltadas ao jornalismo e à comunicação pública, com lançamento previsto para setembro ou outubro. “Estará disponível em vários idiomas no site da unesco.org.”

Caminhos possíveis

A representante da Unesco reconhece que não há como competir com o alcance das grandes plataformas digitais, mas há maneiras de contornar essa dependência.

Uma estratégia é se tornar um difusor híbrido, que combine diferentes formatos e linguagens de produção e distribuição. “Isso significa manter a programação ao vivo e linear, mas também oferecer conteúdo sob demanda, produtos guiados por IA, streaming e podcasts. O objetivo é manter o engajamento em tempo real, sem abrir mão da flexibilidade criativa — e isso vale tanto para a distribuição quanto para a criação de conteúdo.”

A multiplataformização, para ela, deve vir acompanhada de acordos estratégicos. É possível combinar a programação tradicional com plataformas próprias, como aplicativos ou sites, e ao mesmo tempo firmar parcerias com redes sociais, serviços de streaming ou plataformas de vídeo. Ela defende também a narrativa multiplataforma — uma história distribuída de formas diferentes, dependendo do canal.

Nesse contexto, a cooperação entre emissoras públicas se torna ainda mais urgente. Mirta propôs superar a lógica do “público versus privado” e voltar o olhar para os verdadeiros gigantes: as plataformas. A saída, segundo ela, passa por alianças entre radiodifusores públicos. Isso ajudaria a compensar a ausência de uma união regional de radiodifusão na América Latina, viabilizando desde coproduções e checagens conjuntas até o compartilhamento de acervos, especialistas e pautas.

Ao tratar da relação com o público jovem, ela destaca a importância de abandonar uma visão linear e passiva. Os jovens devem ser incluídos na produção, não apenas como aprendizes, mas como criadores e parceiros. “Não é só para que eles aprendam como a mídia funciona — é para que a gente também aprenda com eles. Eles são naturalmente críticos e inquietos, e é isso que precisamos para renovar os formatos.”

Por fim, Mirta Lourenço reforçou que o mais importante é proteger o papel essencial da comunicação pública. Diante de tantas transformações, o foco deve continuar sendo o interesse coletivo.

“Então, para concluir — e isso é quase um apelo desesperado — se não tivermos radiodifusores públicos fortes, como vamos enfrentar os desafios democráticos e sociais de hoje? A radiodifusão pública ajuda a construir uma sociedade com conteúdo de qualidade, fatos verificados e diversidade de perspectivas. Esse papel precisa ser preservado”, argumenta.

Segundo ela, garantir independência por meio de reformas na governança e no financiamento é parte fundamental do processo. Mas o centro de tudo deve ser o público. “É

preciso colocar as pessoas em primeiro lugar – colocar o interesse público em primeiro lugar. E isso exige cooperação, inovação e um novo compromisso com os bons e velhos valores do serviço público.”

*Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

Organização pública da França desenvolve ferramenta própria de inteligência artificial

Grupo France Médias Monde investe na migração para o digital, afirma chefe da redação brasileira da Rádio França Internacional

Amanda Nascimento*

As transformações digitais chegaram a todo vapor às redações francesas. Em 2024, o governo da França estabeleceu uma série de acordos com emissoras públicas para garantir a digitalização dos jornais em até quatro anos. O cenário foi pautado pelo chefe da redação brasileira da Rádio França Internacional (RFI), Elcio Antonio Ramalho, no 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária. Ramalho participou da mesa Os novos desafios de atuação das emissoras públicas no mundo digital.



Elcio Antonio Ramalho – “Há três eixos que a nossa produção de conteúdo privilegia: informar, expandir e compartilhar histórias que inspirem as pessoas”. Foto: Cecília Bastos/USP Imagens

“Sabendo que estamos evoluindo para um modo de consumo muito rápido, o grupo France Médias Monde fez uma parceria com uma empresa de consultoria que estabeleceu eixos estratégicos de desenvolvimento para essa transformação digital”, revelou o jornalista.

France Médias Monde é um dos quatro grandes nomes do audiovisual público francês, ao lado da France Télévisions, Radio France e Institut National de l'Audiovisuel. É ela a holding responsável pela RFI, France 24 e MCD Doualiya, que juntas somam 254 milhões de espectadores semanais na internet.

O estudo de hábitos de consumo orientou o caminho a ser seguido para a adaptação das redes. Dados da GWI, empresa especializada em pesquisa de mercado, estabeleceram que 54% das pessoas que usam o celular, o fazem para buscar notícias, o que foi um norteador da estratégia – saber quem seria o público-alvo da rádio.

Manter o compromisso com a linha editorial durante a passagem para o digital também foi importante para o jornal. “Há três eixos que a nossa produção de conteúdo privilegia. O primeiro, claro, é sempre informar. Mas vem crescendo a necessidade de explicar. Então, esse é outro eixo importante, o da expansão. E o último, em termos de conteúdo, é compartilhar histórias que inspirem as pessoas”, explicou Ramalho.

Formatos e canais de difusão

Os jornais do grupo France Médias Monde são transmitidos pelo globo em mais de 18 línguas, como francês, árabe, inglês, português e espanhol. Segundo Ramalho, em alguns desses lugares a transformação digital já começou há um bom tempo. “No Camboja e na Rússia, por exemplo, por questões políticas, os programas de emissora não podem ser mais transmitidos, o que fez a migração para o digital ser mais rápida”, afirmou.

Segundo ele, muitas redações hoje são 100% digitais e são propagadas por mídias sociais. A questão é que cada região encontra um público fiel em meios de difusão distintos, seja pelo YouTube, Facebook, Instagram, Spotify ou X. Muito desse sucesso é atribuído ao cuidado com o formato, que é adequado às redes sociais.

Além disso, a decisão de se aproximar de redações locais é citada como um contribuinte. “Há iniciativas de proximidade para fazer com que os conteúdos sejam feitos por redações locais, e uma delas foi criar redações em línguas africanas em locais onde há muita desinformação”, contou o jornalista. Nas últimas décadas, a RFI incorporou idiomas como hauçá, suaíli, fulfulde e mandenkan em sua programação.

Mais recentemente, a rede radiofônica inaugurou uma nova redação em Beirute, no Líbano, a primeira única e exclusivamente digital. Isto, claro, em conjunto com jornalistas que trabalham no território e na sede em Paris. De acordo com Ramalho, a mídia foi criada para promover mais informação ao mundo árabe e é voltada para jovens: “Existe uma preocupação em criar uma conexão com esse público”.

Ainda nessa linha, ele citou o ENTR, um canal em dez línguas europeias apoiado pela France Médias Monde e a Deutsche Welle, sua contraparte alemã. Outro projeto colaborativo mencionado foi a Info Migrants, criada em 2017 pelas estatais francesas, alemãs e italianas (Ansa) para combater a desinformação que houve com a chegada de imigrantes à Europa. O canal aborda temas de imigração em múltiplas plataformas digitais.

O mal da desinformação

Canais de mídias globais são alvos frequentes de fake news. E com a Rádio França Internacional não é diferente: Elcio Ramalho relatou que existem informações falsas sendo disseminadas com o nome da RFI. Um dos casos mais graves trata de um vídeo que circulou nas redes, como se fosse do jornal, dizendo que a tuberculose teria retornado à França por conta da guerra na Ucrânia.

Nesse momento, jornalistas do Info Vérif — núcleo da RFI que atua na checagem de fatos — entraram em ação para saber a origem da notícia. “Isso foi denunciado e enviado para nós. [Descobriram que] tinha vindo do Telegram e que foi feito pela inteligência artificial. Foi um trabalho para retirar esse vídeo e daí surgiu uma reflexão: como lidar com essa situação?”, questionou.

Apesar de acreditar ser importante tirá-las de circulação, Ramalho diz temer dar mais visibilidade às fake news. Para ele, a retificação, que é feita nas rádios e sites, deve ser cuidadosa, “porque você sequer pode repetir o que é dito”. O chefe da redação brasileira complementa que foi pensando em combater a desinformação que a emissora decidiu permanecer em mídias como o X.

“A compreensão foi de que não podemos deixar esses locais para pessoas que promovem a desinformação. A nossa diretora-geral usou um termo: ‘Você não pode deixar o terreno para os bárbaros, porque se só os bárbaros ficarem, eles ocupam e ficamos de fora’. Talvez eles não queiram dialogar, mas a gente tem que estar presente”, desabafou..

Inteligência artificial na France Médias Monde

O uso de inteligência artificial (IA) nas redações da emissora francesa é limitado. Um comitê formado por funcionários de diferentes setores da empresa é encarregado de estabelecer princípios quanto a essa aplicação. Em 2023, um guia de boas práticas reafirmou o compromisso com o trabalho humano e assegurou “nunca substituir o trabalho do jornalista”, revelou.

Porém, Ramalho reconheceu a existência de projetos que invistam em um chatbot interno para os colaboradores do grupo. “Usamos programas para cortar o programa em um minuto e divulgar nas redes sociais. Isso a inteligência artificial pode fazer, mas dentro de um espaço moderado, até porque a União Europeia tem regras que as empresas públicas devem obedecer e respeitar”, confessou o chefe brasileiro.

*Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

Confiança e desinformação: o desafio das emissoras públicas na era digital

Ricardo Sandoval-Palos, da americana PBS, afirmou que o diálogo direto com o público é uma das armas essenciais para o jornalismo manter sua credibilidade

Bernardo Carabolante*

“A principal coisa que eu queria abordar para todo mundo hoje é a importância de duas palavras que acredito estarem afetando a comunicação pública atualmente: confiança e desinformação, e esta é feita com a intenção de enganar e descaracterizar uma notícia, evento ou opinião. Acho que é a parte mais perigosa do que enfrentamos atualmente, principalmente com as IAs e o desenvolvimento delas.”

A declaração é de Ricardo Sandoval-Palos, editor público da Public Broadcasting Service (PBS), o Serviço Público de Radiodifusão dos Estados Unidos, que participou da mesa Os novos desafios de atuação das emissoras públicas no mundo digital, durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

. Durante o painel foi abordado como, em um cenário de fragmentação das audiências e domínio de plataformas digitais, as emissoras públicas devem se posicionar. Como mediadoras críticas, promovendo o uso responsável de IA e tecnologias digitais? Ou reinventar-se criativamente para engajar novas gerações com formatos inovadores e relevantes?

Democracia no jornalismo

De acordo com Sandoval-Palos, autocratas usam e já usaram formas de desinformação para tentar moldar a opinião pública a seu favor, e assim manter um público menos informado, que segue sem contestações a qualquer coisa que esse autocrata tentar ditar. Mas o editor comenta: “Está incutido em nós, como cidadãos em democracias, educar a nós mesmos e nos mantermos bem informados sempre que possível”.

A Primeira Emenda da Constituição dos Estados Unidos garante a liberdade de expressão e, principalmente, a liberdade de imprensa. Além disso, assegura o direito de

questionar o governo e as autoridades, permitindo que as pessoas comuns exijam prestação de contas. Essa responsabilidade, segundo Ricardo Sandoval-Palos também se reflete na conduta da mídia tradicional: para conquistar e manter sua audiência, é essencial construir e preservar a confiança do público.

Confiança midiática

“Acredito que confiança seja a palavra mais importante, até mais importante que objetividade. Confiança é o que nos alimenta, ela garante a permanência da nossa audiência”. Sandoval-Palos comentou que, segundo uma pesquisa recente do YouGov, uma companhia privada de pesquisa e opinião, o canal mais confiável nos Estados Unidos é o Weather Channel, o canal do tempo, pois fornece informações essenciais sem viés opinativo. Em seguida, aparecem a BBC e a PBS, com o Wall Street Journal, sendo o único jornal impresso entre os dez primeiros.

O editor contou que há um projeto chamado Trust Project que reúne veículos de mídia globais em torno de oito princípios para fortalecer a confiança do público, com foco em transparência e abertura. E ele, como ombudsman e editor público da PBS, explicou que sua função é identificar riscos à credibilidade e promover diálogos diretos com o público. A estratégia é ouvir ativamente as necessidades da audiência, não apenas explicar processos jornalísticos. Para Sandoval-Palos, esse engajamento “é essencial para construir confiança com o público”.

Formas de manter a confiança

O Frontline, da PBS, é um dos programas de documentários investigativos mais importantes dos Estados Unidos, produzindo conteúdo independente e relevante semanalmente. A respeito do programa, Ricardo Sandoval-Palos explicou: “O que torna o Frontline tão confiável é o Transparency Project. Nele nós disponibilizamos, de forma on-line, os vídeos brutos das entrevistas utilizadas nos documentários”.

As matérias passam por uma pequena edição para garantir precisão e qualidade antes de serem disponibilizadas ao público. Desde o início do Transparency Project, essas entrevistas e documentários já atingiram mais de 10 milhões de visualizações, mostrando como a transparência fortalece a confiança do público.

Sandoval-Palos comenta que recebe diariamente de 30 a 50 e-mails com perguntas e feedbacks, além de gerenciar um grupo de discussão na plataforma Subtext, onde são

debatidos novos programas e preocupações dos espectadores. Também está presente em redes sociais como LinkedIn e Blue Sky, facilitando a interação direta e a prestação de contas com o público.

Para combater a desinformação e reforçar a credibilidade, a PBS revisa e atualiza seus padrões editoriais a cada cinco anos. Segundo Ricardo Sandoval-Palos, essas diretrizes orientam toda a produção da rede pública nos Estados Unidos , assegurando que os programas mantenham um caráter jornalístico e alinhamento com as necessidades do público.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

A TV pública como espaço de diálogo social

Alonso Millán Zepeda, diretor do Canal 22 do México, propõe modelo que combata desigualdades e preserve memória coletiva

Bernardo Carabolante*

“Temos claro que a América Latina olha para frente, temos muita experiência em crises, em sobrevivência, em nos recuperar, em nos levantar. Temos uma vocação para avançar apesar de tudo. Assim fazemos TV, assim contamos histórias. Além disso, assumamos que somos uma vitrine de novos talentos e novos temas, mas não abandonaremos os temas populares e os referenciais conhecidos. A TV é uma fábrica de memórias, e lembrar nos ajuda a definir o que somos.”

Alonso Millán Zepeda, diretor do Canal 22 no México, e presidente atual da rede de emissoras de televisão da América Latina, participou da mesa: Públicas ou estatais? idealismo *versus* pragmatismo na América Latina e na África, durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.. Foram abordados no painel os desafios das emissoras públicas e estatais na América Latina e África. A mesa analisou como conciliar vínculos governamentais inevitáveis com a necessária autonomia editorial, por meio de modelos de governança pluralistas, financiamento diversificado e mecanismos de transparência, visando fortalecer sua credibilidade e cumprir efetivamente a missão de servir ao interesse público com independência.

Durante o painel, Alonso Zepeda apresentou dez princípios para guiar a comunicação pública, destacando que seu conteúdo nunca é neutro, cada escolha editorial reflete valores e visões de mundo.

TV pública, um espelho social

Zepeda destacou o papel fundamental da televisão pública como instrumento de promoção de direitos e representação da diversidade social, enfatizando a necessidade de excluir qualquer forma de discurso de ódio ou conteúdo que viole liberdades individuais. Ressaltou a obrigação desses meios de ampliar ao máximo o espectro de temas abordados,

atuando como ferramenta de combate às desigualdades no acesso aos direitos culturais, em que cada escolha editorial carrega um profundo significado político e social, expressando sempre um conjunto de concepções e visões de mundo.

“Queremos politizar a cultura e culturalizar a política, ou seja, falar da vida cultural. Não podemos ignorar que qualquer decisão estética, expressão cultural e editorial é política. Consideramos nossa tela como um espelho social onde cabem diferentes expressões. Nosso conceito de culturas fala desde a pluralidade, um eixo-chave para considerar um meio democrático. Queremos uma tela que respeite e promova as diferenças, que celebre o popular sem preconceitos, que acompanhe e mostre sem entediar, que entretenha sem banalizar. Uma televisão verdadeiramente pública, feita com e para as pessoas, a serviço do bem comum, da identidade compartilhada, da democracia.”

O palestrante destacou o papel unificador da comunicação pública na América Latina, defendendo que as emissoras devem fortalecer identidades compartilhadas enquanto registram realidades locais. Reforçou a importância de narrativas que preservem memórias coletivas e inspirem esperança, sem deixar de enfrentar desafios sociais. Ele também argumentou que a produção de conteúdo televisivo constitui uma ação intrinsecamente política, desde a seleção de pautas até a distribuição de recursos e a definição de valores prioritários.

TV, mídia e sociedade mexicana

Alonso Millán Zepeda explicou que, embora os meios públicos no México sejam financiados com recursos governamentais ou provenientes dos cidadãos, a independência editorial é garantida por lei. A Constituição Mexicana, em seus artigos 6 e 7, assegura a liberdade de expressão sem censura prévia, embora com responsabilidades posteriores. O diretor mencionou também que a Lei de Telecomunicações e Radiodifusão estabelece mecanismos para garantir autonomia financeira, participação cidadã e transparência na gestão dos meios públicos.

“No México, a democracia eleitoral nos deu um termômetro: as pessoas participam e apoiam projetos integrais, projetos de nação. Inclusive, os meios públicos estão incluídos no projeto de nação. Há vários tipos de projetos, como na Argentina. No México, há um cenário particular. O México vive um processo de transformação política, social, cultural e econômica desde 2018, a vida pública mudou. As pessoas votaram por um projeto de nação diferente, que prioriza os que menos têm. A maneira de fazer televisão pública é o reflexo do público, e o público muda, se reforça, se renova, fortalece seus pactos.”

Quanto ao modelo de financiamento, o diretor explicou que o ecossistema midiático combina recursos públicos e privados, incluindo concessões estatais e incentivos fiscais. Enfatizou que a missão dos meios públicos é garantir direitos, não servir ao mercado, promovendo diversidade cultural e participação de todos. Argumentou que os meios públicos pertencem à sociedade, não ao governo, e devem oferecer conteúdos que combinem informação, entretenimento e reflexão.

Para finalizar, Alonso Millán Zepeda destacou a importância da interação com o público por meio de plataformas digitais e a necessidade de incorporar as vozes dos cidadãos na produção de conteúdos, “aproveitando as novas tecnologias para manter um diálogo permanente com a audiência”.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

Emissoras públicas brasileiras precisam de fontes estáveis de financiamento, afirma professora da UFS

Segundo Maíra Bittencourt, o trabalho da comunicação pública é essencial para gerar conteúdo jornalístico factível e combater a desinformação

Julio Silva*

“As redes públicas estão à mercê da situação orçamentária das universidades. As federais vivem uma crise muito séria, e isso impacta diretamente o funcionamento das emissoras ligadas a elas.” Esse foi o alerta de Maíra Bittencourt, superintendente de Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS) e ex-diretora-geral da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.. A afirmação aconteceu durante a mesa Públicas ou estatais?: idealismo *versus* pragmatismo na América Latina e na África.

A professora da UFS defendeu com firmeza a necessidade de garantir financiamento estável e institucionalidade para as emissoras públicas e universitárias do Brasil. Durante seu discurso, ela apontou as fragilidades estruturais do setor e propôs caminhos para superar a dependência da vontade política de cada gestão.



Maíra Bittencourt - “O governo investe em mídia. Os estados também. Mas a maior parte desse recurso vai para a imprensa privada.” – Foto: Cecília Bastos/USP Imagens

Fomento da radiodifusão pública

Conforme Maíra Bittencourt, a não regulamentação da Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública (CFRP), que foi criada junto com a EBC, mas nunca efetivada, representa um grande obstáculo para a comunicação pública no País. Segundo ela, mesmo que esse repasse fosse regulamentado, os valores previstos não seriam suficientes. Maíra contou que se o orçamento calculado para 2025 fosse dividido entre as 730 emissoras públicas do país, daria um valor irrisório de cerca de R\$ 5.900 por mês para cada uma.

A proposta, segundo Maíra, precisa ir além. Ela defendeu que uma porcentagem obrigatória da publicidade institucional dos governos — federal, estadual e municipal — seja destinada à comunicação pública. “O governo investe em mídia. Os estados também. Mas a maior parte desse recurso vai para a imprensa privada. Se tivéssemos uma fatia garantida para as públicas, seria um complemento importante à CFRP e formaria uma base mínima para mantermos as emissoras funcionando”, argumentou.

A superintendente de Comunicação da UFS lembrou que desde 2023 há uma portaria permitindo que emissoras universitárias se cadastrem na Secretaria de Comunicação Social (Secom) para receber verbas de campanhas institucionais do governo. Mas há dois problemas: poucas emissoras sabem disso e não há nenhuma garantia de repasse. A proposta, segundo ela, não é concorrer com as comerciais por audiência, mas garantir o financiamento da comunicação pública como política de Estado, com base na sua função social.

Combate à desinformação

Outro ponto central do discurso de Maíra Bittencourt foi a valorização da curadoria de conteúdo. Ela destacou que, em um cenário de excesso de informação e desinformação, cabe à comunicação pública garantir a confiabilidade do que é transmitido. Para a especialista, isso exige não apenas infraestrutura, mas credibilidade e formação profissional. E nesse ponto, ela fez uma crítica direta à ausência do ensino de radiodifusão pública nas universidades.

“Temos que cumprir a missão de seleção cuidadosa do conteúdo. Isso deveria ser premissa básica em qualquer espaço jornalístico, mas na comunicação pública isso se torna ainda mais relevante. Isso nos diferencia das redes sociais, onde qualquer um publica qualquer coisa. A maioria dos cursos de jornalismo e comunicação não ensina o que é comunicação pública. Ou é optativo, ou nem aparece na grade. Como vamos formar

comunicadores comprometidos com o campo público se não ensinamos nem o que ele é?”, questionou.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

Vínculo das emissoras públicas com a sociedade deve ser o eixo central de sua atuação, argumenta administrador da Televisão de Moçambique

Sergio Marcos Matusse detalhou a situação atual da comunicação pública em Moçambique

Julio Silva*

“Emissoras públicas, mesmo estatais, recebem recursos oriundos dos impostos pagos pelos cidadãos. Por isso, devemos garantir que o conteúdo veiculado seja rigorosamente investigado, verdadeiro e alinhado com os interesses públicos. Essa é a nossa responsabilidade maior.”



Sergio Marcos Matusse da TV Moçambique: “O orçamento das emissoras públicas permanece praticamente inalterado há anos” – Foto: Cecília Bastos/USP Imagens

A fala é de *Sergio Marcos Matusse*, administrador executivo da Televisão de Moçambique (TVM), durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasileira, na Cidade Universitária.. Ele participou da mesa Públicas ou estatais?: idealismo versus pragmatismo na América Latina e na África, que discutiu os diferentes modelos e desafios enfrentados por esses veículos nas duas regiões.

Comunicação pública em Moçambique

Matusse apresentou um diagnóstico crítico da radiodifusão pública em Moçambique, um dos seis países lusófonos no continente africano. Como explicou o especialista, diferentemente de Brasil e México, também citados no debate, seu país conta apenas com duas grandes emissoras públicas: a Rádio Moçambique, originada no período colonial, e a TVM, criada em 1981 como uma televisão estatal experimental, seis anos após a independência moçambicana.

De acordo com o administrador executivo, ainda que a emissora onde trabalha tenha sido formalmente transformada em empresa pública nos anos 1990, a mudança foi essencialmente burocrática. Ele destaca que estruturas de governança, critérios de nomeação e métodos de financiamento permaneceram os mesmos, resultado direto da influência de organismos como o Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Banco Mundial, que exigiram reformas na gestão das empresas públicas no processo de transição econômica do país.

Segundo Matusse, a classificação como empresa pública serviu mais para atender a exigências internacionais do que para implementar mudanças concretas. Ele afirmou que a governança da TVM segue centralizada, com baixa autonomia editorial e administrativa. As delegações da emissora estão presentes nas dez províncias do país e na capital Maputo, com cerca de 500 servidores, enquanto a Rádio Moçambique mantém cerca de mil funcionários. Apesar da presença nacional ampla, essas instituições enfrentam dificuldades para se modernizarem diante do avanço das mídias digitais e da concorrência do setor privado.

Setor privado

As emissoras privadas moçambicanas, embora menores e concentradas nas grandes cidades, têm maior agilidade e proximidade com as comunidades locais. Ainda assim, *Sergio Marcos Matusse* ponderou que essa independência é relativa, já que muitos desses grupos dependem financeiramente de contratos e acordos com o Estado. Essa relação estreita com o poder público, segundo ele, compromete a independência editorial e limita a inovação, mesmo fora do espectro estatal direto.

No campo político, a permanência do partido Frelimo no poder desde 1975 influencia diretamente a lógica das emissoras públicas. Matusse avalia que a ausência de alternância partidária impacta negativamente a renovação das políticas de comunicação e reforça estruturas rígidas de gestão. "A governança das emissoras acompanha a estabilidade do

partido no poder”, explicou, destacando que essa continuidade gera uma cultura institucional pouco propensa à experimentação e à autonomia.

“Além disso, o orçamento das emissoras públicas permanece praticamente inalterado há anos, sem correções significativas para acompanhar a inflação ou as novas demandas do público. Isso dificulta a modernização técnica e a expansão de conteúdos que dialoguem com as transformações culturais e tecnológicas da sociedade moçambicana”, contou.

Projeção

Apesar das dificuldades, Matusse se mostrou esperançoso com a eleição do novo presidente do país, Daniel Chapo, que tomou posse em janeiro de 2025. O político possui experiência com a comunicação social e não faz parte da antiga elite do Frelimo. O executivo da TVM relatou que há expectativas de que o novo governo abra caminhos para uma gestão mais autônoma e inovadora das empresas públicas, com políticas voltadas para a transparência e o fortalecimento institucional.

No encerramento de sua fala, *Sergio Marcos Matusse* enfatizou que o vínculo entre as emissoras públicas e suas audiências deve ser o eixo central de sua atuação. Para ele, ouvir o público e envolvê-lo na construção do conteúdo é essencial para manter a relevância e a credibilidade desses veículos. “Para sermos relevantes, é essencial envolver as audiências na produção e distribuição dos conteúdos. Essa é a forma mais efetiva de superar limitações orçamentárias e de reafirmar o compromisso com a credibilidade e com o interesse público,” afirmou.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

“Não somos jornalistas isolados em castelos” – Como emissoras públicas podem se manter perto da sociedade?

Anne Herrberg, jornalista da alemã ARD, explica as estratégias da associação para enfrentar esse desafio

Diogo Silva*

“Eu acho que é um dever que temos, porque somos emissoras públicas, somos financiados pelo dinheiro dos cidadãos”, afirmou Anne Herrberg, correspondente na América do Sul da Associação de Empresas Públicas de Radiodifusão da República Federal da Alemanha (ARD), durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.

A declaração foi feita durante o painel Os caminhos de diálogo com a sociedade: participação do público e indicadores de qualidade, que também contou com a participação de Caio Quero, diretor de redação da BBC Brasil em Londres; Erika Pulley-Hayes, gerente-geral da WAMU 88.5 FM (emissora da rede NPR, EUA); e Eneas Pereira, vice-presidente executivo da Fundação Padre Anchieta e diretor de programação da TV Cultura.

A ARD

Fundada no pós-guerra, em 1950, a ARD foi criada com base no modelo da BBC e, até hoje, é um dos maiores serviços públicos de radiodifusão da Europa, com uma ampla rede de correspondentes espalhados pelo mundo. Ela é financiada por meio de uma taxa pública obrigatória, paga por todos os cidadãos alemães.

“A ARD foi criada para que cumprisse o papel de pilar da reconstrução da democracia no nosso país. Então há várias tarefas como trazer informações para todo mundo poder se informar sobre o processo democrático, trazer cultura, representar uma pluralidade de vozes dentro dos programas, transmitir programas educativos, entre outros”, explica Anne.

Apesar de ter uma base de confiança da população, com o mundo e todas as suas mudanças, a situação dentro e fora da Alemanha, a ARD se vê sendo alvo de críticas. “Estamos na defensiva frente às críticas, vindas sobretudo de lados mais conservadores ou da

nova direita libertária, alegando que precisamos reduzir e não há mais razão de existir”, relata a jornalista.

Como não perder contato com o público?

Anne Herrberg compartilhou algumas estratégias adotadas pela ARD para preservar o vínculo com a sociedade. A primeira delas é estar fisicamente próxima do público, aproximando os jornalistas da audiência. A associação mantém uma ampla rede de correspondentes distribuídos por toda a Alemanha e em diversos países, incentivando que os programas sejam realizados diretamente dos locais de cobertura. “Dessa forma, mostramos que não somos jornalistas isolados em castelos, que falam sem escutar”, afirmou Anne.

Outra prática adotada é a valorização do retorno do público. Anne, apesar de estar fora do centro europeu, afirmou receber muitas mensagens – tanto críticas quanto elogios – e destaca que a política da empresa é ler todas elas. Segundo ela, uma prática que começou há pouco tempo é a de chamar críticos para participarem do programa e levantar a discussão de quais são os pontos no serviço público que podem ser melhorados.

Anne relatou que essa tem sido a tônica das discussões na empresa: “Quais são as necessidades de reforma que têm os serviços públicos nesses tempos? Nesses tempos com mais desafios, nesses tempos em que as redes sociais ganham cada vez mais lugar de levar as discussões nas outras mídias, em rodas de discussão pública, nas escolas e em diferentes lugares”.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

“Algumas pessoas não vão ter capacidade de pagar, por isso nós temos que estar lá”, afirma diretor de redação da BBC Brasil

Caio Quero defende escuta ativa e ação propositiva das emissoras públicas no “1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas”

Diogo Silva*

“Às vezes a gente se cobre nesse manto de virtude, por achar que somos virtuosos porque somos públicos e fazemos jornalismo de qualidade. Se o público não vem até a gente, o problema é o público e não somos nós. A gente tem que lembrar que isso é uma ilusão”, afirmou Caio Quero, diretor de redação da BBC Brasil em Londres, durante o 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária.



Caio Quero, da BBC: “Nós temos o dever de nos adaptar para cumprir o mandato de informar e servir o público, que é nosso patrão” – Foto: Cecília Bastos/USP Imagens

A declaração foi feita durante o painel Os caminhos de diálogo com a sociedade: participação do público e indicadores de qualidade, que também contou com a participação de Anne Herrberg, correspondente na América do Sul da Associação de Empresas Públicas de Radiodifusão da República Federal da Alemanha (ARD); Erika Pulley-Hayes, gerente-geral da

WAMU 88.5 FM (emissora da rede NPR, Estados Unidos); e Eneas Pereira, vice-presidente executivo da FPA e diretor de programação da TV Cultura.

Renovação

“Nós, como veículos públicos, temos o dever de nos adaptar para cumprir o mandato que a gente tem de informar e servir o público, que é nosso patrão, é quem sustenta a gente”, reforçou Caio.

Ele alertou a comunidade jornalística para a oportunidade de criar um senso de comunidade entre seus consumidores para ter mais proximidade e uma oportunidade maior de ouvi-los. “Em um jornal que eu trabalhava, um chefe meu falava assim: ‘leitor é para ler, não é para ficar mandando carta para a gente’. A gente tinha essa impressão antigamente, e hoje é o contrário, a gente não só deve, mas é um privilégio escutar a audiência”.

Segundo o jornalista, uma das principais ferramentas para estreitar laços com a audiência é o uso das redes sociais como “caixa acústica” — ou seja, um canal de escuta ativa e interação direta com o público. “A BBC tem esse hábito, inclusive, é algo que estimula todos os jornalistas a ler os comentários. Quando lemos os comentários, outras histórias podem surgir, além das opiniões”, explicou ele.

Há alguns anos, houve, assim como no Brasil, uma discussão sobre a privatização dos correios nos Estados Unidos. O principal argumento a favor da mudança era de que não havia mais necessidade de uma empresa pública de correios, já que existiam empresas como Amazon, DHL e FedEx. “No entanto, existe o problema da *last mile*, aquele ponto em que não há mais interesse comercial — não vale a pena para a Amazon entregar lá. Mas alguém precisa fazer essa entrega, porque esse cidadão tem o direito de receber”, contra-argumentou Caio Quero.

A BBC e a função social do serviço público

Caio Quero destacou que o serviço público vai além dos interesses comerciais, atendendo populações que o mercado não alcança, e citou alguns exemplos de atuação da BBC.

Durante a ofensiva israelense na Faixa de Gaza, o Serviço Mundial da BBC passou a transmitir em ondas curtas diretamente para a região, criando uma rádio exclusiva para Gaza. O canal não só transmitia notícias do dia, mas também fornecia informações sobre áreas mais seguras e pontos de distribuição de alimentos.

Outro exemplo mencionado foi o serviço da BBC em pidgin, uma língua falada no oeste da África que mistura o inglês com dialetos locais e que não possui regras gramaticais fixas. A BBC mantém um site dedicado a esse público.

“Quem faria isso? Qual o valor comercial disso? O habitante de Gaza não vai ver um anúncio e vai comprar. O habitante do Sudão não tem capacidade de fazer compras. Algumas pessoas não vão ter a capacidade de pagar, por isso que a gente tem que estar lá”, conclui Caio Quero.

*Estagiário sob supervisão de Marcello Rollemberg

É preciso “exercitar a humildade” para fazer comunicação pública, defende diretor de programação da TV Cultura

Segundo Eneas Carlos Pereira, a essência desse meio é a conexão pelo diálogo e pelo debate, possibilitados por informações de qualidade

Isabella Lopes*

“A nossa obrigação, como comunicação pública, é pensarmos a forma como a gente chega às pessoas”, declarou Eneas Carlos Pereira, diretor de programação da TV Cultura, no segundo dia do 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas, evento promovido pela Superintendência de Comunicação Social (SCS) da USP, com o apoio da Rádio e TV Cultura e da Rede de Rádios Universitárias do Brasil (Rubra), nos dias 21 e 22 de maio, no Auditório István Jancsó, no Espaço Brasiliana, na Cidade Universitária..

No painel em questão, que debateu sobre Os caminhos de diálogo com a sociedade: participação do público e indicadores de qualidade, o diretor apresentou colocações relacionadas ao papel dessa categoria da imprensa e cuidados nas interações. Além disso, ele explicou sobre o modo como a TV Cultura busca realizar a ponte entre o jornalismo e os consumidores do seu conteúdo.

“Fazemos comunicação pública”

Para Eneas Carlos Pereira, ponderar o lado humano e a profissão é fundamental para garantir a qualidade do trabalho, especialmente em um contexto de mudanças constantes. “Nesse momento, para a comunicação pública – assim como o pós-guerra foi um momento de afirmação e aceitação da Segunda Guerra –, a gente está no momento de questionamento, de checagem do nosso trabalho”, afirmou.

O profissional avaliou que as temáticas desenvolvidas pelas emissoras públicas têm uma boa qualidade e diferenças em relação ao conteúdo da TV comercial, mas é necessário “sair desse berço esplêndido em que nos deitamos”, disse ele, para dialogar com as pessoas.

Pereira destacou as ameaças à democracia no Brasil e a importância do trabalho dessas emissoras no combate à violência. Nesse sentido, Eneas cita um trecho da música O Real Resiste, de Arnaldo Antunes, para tratar sobre populismo – tática política que busca a aprovação da maioria do povo: “Tiranía eleita pela multidão”. “Acaba desaguando na questão da polarização, depois nas tais das fake news, que vão erodir qualquer processo democrático.”

Segundo a avaliação dele, as primeiras instituições a serem atacadas são os canais de comunicação pública e as universidades.

“Não dá mais para ter as mesmas ações e atitudes que tínhamos anteriormente”, declarou. Para o diretor de programação da TV Cultura, é preciso “vestir a sandália da humildade”, repensar o modo como se pratica a transmissão de informações e ampliar a conexão com as audiências, sem estar “a serviço da vaidade pessoal”.

TV Cultura

Com recém-completados 56 anos de história, sob gestão da Fundação Padre Anchieta, a TV Cultura apresenta uma programação com foco na educação e no acesso à cultura, voltada para diferentes faixas etárias.

Eneas Carlos Pereira contou que, durante o congresso, duas mulheres chegaram até ele e agradeceram pelo legado da emissora: “Por toda a história da TV Cultura. Nós crescemos e nos educamos por meio dela”. Segundo o diretor, esse reconhecimento é gratificante e instiga pensamentos sobre como continuá-lo.

Outra preocupação diz respeito à abertura do canal da TV Cultura para o Brasil todo. “Durante 20 ou 30 anos, foi identificada como uma TV paulista, uma TV do Estado de São Paulo.” O profissional entende que o processo de atingir todos os estados brasileiros garante uma “polifonia” de vozes, cujo potencial assegura “um debate público qualificado”.

Em relação ao sucesso das redes sociais, Eneas avaliou que a possibilidade de todos conseguirem expressar suas ideias é o que os torna populares. Ele cita o Serviço de Informações ao Cidadão (SIC) e a Central de Atendimento como formas de aproximar o público da categoria de emissoras, além do retorno dado às mensagens. As equipes de mídias digitais – que “conversam constantemente com o espectador” – são outra frente para esse diálogo.

“Quando a gente pensa em universidade, em instituição de comunicação pública, nossa missão é traduzir o cotidiano para a realidade dessa pessoa. Não adianta só dar a informação”, declarou.

*Estagiária sob supervisão de Marcello Rollemberg

PARTE II

Trabalhos acadêmicos apresentados em grupos de trabalho

GT 1 – Sessão 1

Comunicação Pública: estratégias para enfrentar a
desinformação, manter a independência editorial e
promover a cultura democrática.
Rádios públicas e universitárias.

Coordenação: Prof. Dr. Luciano Guimarães

Vice-coordenação: Prof^a. Dr^a. Magaly Prado

Guía Sonora de Género y Disidencias: ejemplo de radio participativa para la educación democrática

Juan Ortega | Universidad de Chile

Uno de los roles fundamentales de la comunicación pública es la lectura de la realidad y la resignificación informativa desde la esfera pública hacia diversas audiencias, comunidades y territorios. Chile como sociedad y como país, a lo largo de su historia, ha carecido de proyectos de radioemisoras públicas al servicio de un modelo específico de sociedad dejando ese rol a las mega corporaciones mediáticas.

Además del rol informativo clásico y de difusión de un amplio número de voces de la sociedad, que se espera de las radios públicas, el rol educativo de poner en común y conceptos, para definir y ayudar a circunscribir los debates actuales, es fundamental. Al informar a distintas comunidades y audiencias, las radios públicas asumen los vacíos y desiertos informativos que precisan de un trabajo comunicativo- educativo que refuerce las bases conceptuales para el necesario diálogo democrático que esperamos lograr.

Los debates sobre violencia de género e identidad de género son siempre urgentes, pues las comunidades latinoamericanas enfrentan en los últimos años un aumento de noticias falsas, el aumento de narrativas de fomento del odio y la desinformación, muchas de éstas incluso ocupando lugares de hegemonía simbólica por la constante disputa valórica que se escenifica en nuestros ecosistemas mediáticos y en la escena política.

En el contexto actual donde se vive una creciente laicización y secularización de las sociedades; con avances en marcos normativos tanto dentro de la academia como en distintos ámbitos, de reconocimiento y garantía de derechos de género pero, al mismo tiempo, con actitudes, discursos conservadores y prácticas de discriminación que se mantienen, con la emergencia de líderes políticos con agendas orientadas a retroceder en los derechos reconocidos, es urgente asumir un rol educativo desde la radiodifusión pública.

En particular la radiodifusión universitaria, laica, pública, en vinculación con su comunidad, que se ubica en esa intersección de reconocimiento, promoción y defensa de derechos en contacto con múltiples niveles de la sociedad.

En materia de género y disidencias, existe un vacío informativo básico para muchas audiencias pues no comprenden las dimensiones y conceptos, ya que reciben generalmente coberturas sesgadas desde tribunas morales, que no asumen el rol de educar y colectivizar las categorías básicas del debate.

Radio Juan Gómez Millas (JGM) emisora multimedia de la escuela de periodismo de la Facultad de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, asumió el año 2024 el rol de preparar un material educativo en materias de género y disidencias que cumpliera el objetivo de informar y difundir conceptos básicos que hoy muchas veces pasan a diario en nuestros medios, sin explicarse del todo.

Gracias a un trabajo en conjunto con Direcciones de Género de diversas unidades de la Universidad, Radio JGM pudo entre agosto y diciembre de 2024, producir una “Guía Sonora de Género y Disidencias”, llevando al lenguaje sonoro un protocolo universitario creado para la comunidad educativa y públicos externos.

La producción radial y el trabajo colaborativo de estudiantes, funcionarios y académicos construyó una serie sonora que contempla un breve audiolibro como marco normativo de respeto hacia diversas identidades de género, aspectos de contexto para ubicar la disidencia y la agenda LGTBIQ+ en la profundización de la democracia como movimiento sociopolítico, y un glosario sonoro que define más de 35 conceptos e ideas que circulan muchas veces sin la necesaria explicación. El proceso de grabación de la Guía Sonora de Género y Disidencias contempló la realización de radios abiertas, es decir la salida de los micrófonos y estudios de radio JGM hacia la comunidad para generar sesiones de grabaciones colectivas, donde los propios integrantes de una universidad pública, en este caso, participan de la creación del contenido con sus voces y miradas. Hoy el material está disponible y circulando a través de plataformas digitales en formato podcast, asimismo ha sido ofrecido y enviado a redes de radios universitarias y comunitarias.

De esta forma la innovación y actualización del rol educativo de las radios universitarias y públicas proyecta nuevos caminos entre la comunicación, la formación ciudadana y el compromiso por democratizar el acceso a la información y mejorar los debates públicos de una sociedad. Una comunicación participativa, para generar procesos de divulgación educativa sobre temáticas urgentes, debe ser un camino a transitar por las emisoras públicas de América Latina.

Rádio Unitau FM, 26 anos: análise da programação da única rádio universitária do Vale do Paraíba

Lourival da Cruz Galvão Júnior | Universidade de Taubaté
Thiago Vasquez Molina | Universidade de Taubaté
Gerson Mario de Abreu Farias | Universidade de Taubaté

No Brasil, as rádios educativas são mantidas pelos governos federal, dos estados e municípios ou geridas por fundações públicas e privadas criadas para este fim. Há também as emissoras universitárias que somavam, no país, pouco mais de 100 (Kischinhevsk et al, 2019). Em operação na cidade de Taubaté, estado de São Paulo, a Unitau FM é a única a prestar serviços de radiodifusão educativa na Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (RMVPLN), a 12ª mais populosa do país, constituída por 39 municípios (Agemvale, 2025) Vinculada à reitoria da Universidade de Taubaté (Unitau), a rádio tem programação baseada na difusão de utilidade pública, entretenimento, variedades e jornalismo. Porém, a distribuição dos conteúdos ocorre de forma diferenciada, motivando este estudo apoiado em pesquisa documental e na análise de dados primários de 2024 obtidos com a direção da emissora.

Instituída em 23 de junho de 1992, a Unitau FM iniciou as transmissões em caráter experimental em 12 de janeiro de 2004, sendo a programação oficializada 3 meses depois. Atualmente, os setores operacionais, técnicos e administrativos ficam em anexo ao Departamento de Comunicação e Negócios, onde as transmissões são feitas 24 horas por dia, 7 dias por semana. A rádio tem potência de 300 watts e opera no canal 299E e frequência 107,7 MHz, com acesso na internet via streaming na página da Unitau.

A programação é majoritariamente musical e gerenciada em grande parte por um software de automação, aos sábados e domingos e de segunda à sexta-feira, das 19h às 5hs do dia seguinte, ocupando em média, durante a semana, cerca de 15 horas diárias. As transmissões ao “ao vivo” ocorrem de segunda a sexta-feira, das 8h às 19h, e priorizam a locução de textos institucionais, de chamadas musicais e de programas jornalísticos e educacionais.

O conteúdo musical é diversificado e prioriza produções e estilos não veiculados nas rádios comerciais. Artistas da RMVPLN e de outras regiões encontram espaço em programas como “Terras do Vale” (seg./sex., das 5h às 6h) e “Vale 107” (Quartas, das 13h às 14h, com reprise sábado, no mesmo horário). Há também os programas “Manhã 107” e “Pop Rock Nacional” (seg./sex., das 10h às 13h) que apresentam, respectivamente, álbuns de artistas nacionais e clássicos do pop rock brasileiro dos anos 1980, 1990 e 2000. Já “Tarde 107” (14

às 17h45) retoma a programação baseada em músicas nacionais, enquanto “Clássicos do Rock” (18h às 18h20) e “Noite 107” (20 às 22h) fecham o conteúdo musical semanal.

O jornalismo ocupa pouco mais de 4 horas da programação diária, com destaque para os noticiosos “Convergência” (8 às 10h), que reveza música com notícias e reportagens de cunho regional e nacional; “Espaço Público” (8h30 e 9h), bloco com entrevistas ao vivo que tratam de temas regionais e educativos; e “Resumo do Dia” (17h20 às 17h35), com destaque para fatos regionais e nacionais.

Aos sábados, a Unitau FM volta a priorizar a música, destacando-se o “Gasosa Improvisada”, transmitido desde o início das operações oficiais da rádio, em 2004. Especializado em Ska, Reggae, Break e informações sobre música, ritmos e raça, “Gasosa” (13 às 14hs) conta com entrevistas com bandas e artistas locais. À noite, “Inside Beats” (22h à 0h, com reprise na sexta-feira, no mesmo horário) fecha a grade com releituras e remixes de clássicos dos anos 1970, 1980, 1990 e 2000. Aos domingos, a Unitau FM transmite “A Hora do Samba e Pagode” (das 12 às 13h), “Noite 107” (das 22 às meia-noite, com destaque à música nacional e internacional) e “Madrugada 107” (da meia-noite às 5 da manhã, similar ao programa anterior).

Diariamente, a grade é composta por informações institucionais da Unitau que são emitidas em spots de 30 segundos a 1 minuto de duração, em média. De janeiro a dezembro de 2024, os conteúdos mais difundidos totalizaram 10.065 inserções que trataram, entre outros temas, dos vestibulares de inverno, verão e do curso de medicina, dos Cursos à Distância (EaD) e dos cursos de pós-graduação, da Feira das Profissionais e das eleições municipais. A audiência on-line aferida no “Portal Rádios” revelou que, de janeiro a dezembro do mesmo ano, a Unitau FM obteve média superior mensal a 25 mil ouvintes conectados.

É possível observar, após exposição dos dados referentes à grade e à programação, que a Unitau FM dispõe de espaço para a veiculação de novas produções, sejam elas oriundas da equipe da rádio ou de ações pedagógicas na graduação e pós-graduação. Conclui-se assim que, ao completar 26 anos, a única rádio educativa da RMVPLN revela ter muito a avançar.

Referências

AGEMVALE. A RMVALE-LN em números. 2025. Disponível em: https://www.agemvale.sp.gov.br/habit_ag_vale_paraiba/a-rmvale-ln/a-rmvale-ln-em-numeros. Acesso em: 6 abr. 2025.

FERRARETTO, L. A. No ar rádio: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Doravante, 2000.

GALVÃO JÚNIOR, L. C. Rádios educativas no Brasil: história das sonoridades do saber. In: Comunicación Ciudadana y Radios Comunitarias. Benemérita Universidad Autónoma de

Puebla: Cierzo Editorial, 2024. Disponível em:
<https://www.cierzoeditorial.com/comunicacionciudadanayradioscomunitarias>. Acesso em: 6 abr. 2025.

KISCHINHEVSK, M.; MUSTAFÁ, I.; PIERANTI, O. P.; HANG, L. Rádios Universitárias no Brasil: Um campo em constituição. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, [S. l.], v. 15, n. 29, 2019. Disponível em:
<<https://www.revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/496>>. Acesso em: 6 abr. 2025."

Rádios públicas: se vender sem se vender

Luiz Henrique Gonçalves Romagnoli | Universidade de São Paulo

As emissoras de rádio do campo público precisam utilizar ferramentas do Marketing sem temer comprometimento dos seus objetivos.

É árdua a tarefa de manter emissoras públicas – e vou ser mais específico no Rádio–firmes em suas tarefas de promover a comunicação democrática, ampliar a informação, cultura e conhecimento para além dos limites da comunicação comercial e abastecer públicos diversos de espaço, atenção e canais de expressão.

As dificuldades começam na obtenção de meios seguros e suficientes de financiamento e manutenção da emissora, passam pela luta contra o uso do seu espaço para divulgação pessoal ou partidária das autoridades dos entes que detém as concessões, chega nas agruras da formação de mão de obra qualificada e especializada nos seus misteres e à batalha de fazer seu conteúdo atingir a audiências maiores por mais tempo.

Isso posto, não é surpresa que as emissoras públicas dediquem tão pouco esforço em usar ferramentas e ações como planos de ação, promoção, ativações, propaganda, análise de pesquisas e outras que cabem no guarda-chuva da desprezada palavra “Marketing”.

As disciplinas do Marketing são, mais do que comuns, fundamentais na comunicação comercial, em que a busca pela audiência geralmente é feita em detrimento de qualificação de programação musical, jornalística e de outros conteúdos. Mas isso não faz com que estratégias e ferramentas desta área, usadas no campo público necessariamente coloquem em risco a missão da emissora pública e a qualidade de sua programação.

O mais comum das ações promocionais de emissoras públicas geralmente explora os limites da sua própria audiência, eventualmente por meio de chamadas, spots interprogramas e textos burocráticos, porque em muitos casos, não existe a área, ou sequer um único profissional específico para pensar a plástica e linguagem criativa da emissora. Quando há a chance de ampliar o escopo é quando a rádio ganha espaço para veicular algumas peças como calhau das irmãs TVs.

Por qualquer um dos motivos mais que justos listados acima ou mesmo por pouca imersão nas possibilidades da - mudemos a palavra “marketing”, que carrega pesadas conotações, por “comunicação”- é naturalizada a noção de que o ato de “se vender”, como usar estratégias de promoção do seu conteúdo, ampliar acesso a públicos e divulgar sua marca e conteúdos fica perigosamente próximo ao “se vender”, como comprometer integridades, beneficiar interesses e conspurcar conteúdos e produtos.

O comando das emissoras públicas de rádio precisa, ao contrário, contar com ferramentas de mercadologia como aliadas na gigantesca tarefa da manutenção deste espaço democrático e civilizador. Há muito preconceito em várias camadas de público e desconhecimento em outras tantas, para que as tarefas de divulgação, encantamento e atração sejam feitas apenas à força da captação aleatória do conteúdo pelo público.

Mas mesmo que, num estalo, o campo público das emissoras de rádio se decidisse a cuidar mais de ações de comunicação desta natureza, teria uma grande dificuldade encontrar bases teóricas, experiência acumulada ou em recrutar profissionais com esta formação. Este espaço de discussão e prática é mais um item do histórico contencioso de desconexão entre a Academia e o mercado, que é assunto complexo demais para este artigo e que com certeza necessita de muito mais saberes.

FM 96,7: Os caminhos sonoros da implantação da primeira Rádio Universitária do Piauí

Paulo Fernando de Carvalho Lopes | Universidade Federal do Piauí
Rodrigo Carvalho Sousa | Universidade Federal do Piauí

Este artigo apresenta o processo de implantação da Rádio Universitária FM 96,7 da Universidade Federal do Piauí (UFPI), primeira emissora universitária do estado, destacando os aspectos políticos, técnicos e institucionais que possibilitaram sua criação. A pesquisa, de caráter qualitativo e descritivo, utiliza estudo de caso e entrevistas em profundidade como principais instrumentos metodológicos, buscando compreender os caminhos trilhados para a efetivação da emissora. O processo que resulta na implantação da rádio começa em 2005 e termina em 2013, dois anos após sua inauguração e término do mandato do primeiro diretor. A rádio ganha materialidade a partir do desejo da administração da UFPI em criar um canal de comunicação institucional e educativo, superando as limitações de um antigo sistema interno de caixa de som localizado no curso de Comunicação Social. As articulações começaram em 2005, com a celebração de convênio entre a universidade e a antiga Radiobrás, posteriormente incorporada à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), para concessão de uma Frequência Modulada (FM) Educativa. O processo, no início, trouxe um conflito, uma possível negociação política envolvendo a UFPI e a Assembleia Legislativa do Piauí (ALEPI), que detinha a outorga de um canal de TV inativo, o que teria contribuído para que a UFPI obtivesse a concessão definitiva da rádio. Ainda que não haja provas documentais que confirmem uma disputa direta, os depoimentos indicam articulações típicas do “coronelismo eletrônico”, onde concessões de rádio e TV são utilizadas como moeda de barganha política (Lima, 2008). Durante a gestão do reitor Luiz Júnior, os trâmites para obtenção da outorga e construção da infraestrutura foram acelerados. A concessão foi finalmente obtida com apoio da bancada federal piauiense e da EBC. O prédio da rádio foi construído dentro do campus da UFPI, com equipamentos adquiridos por pregão eletrônico e apoio de profissionais técnicos da própria universidade e da Seratel América, empresa fornecedora dos transmissores e antenas. A rádio entrou em operação experimental entre 2008 e 2009, sob a direção de Paulo Vilhena. Em 2010, obteve a licença definitiva e iniciou oficialmente sua programação em setembro de 2011. Os primeiros programas foram criados por estagiários do curso de Jornalismo, consolidando a FM 96,7 como espaço laboratorial de formação prática, conforme preconizam autores como Maluly (2013) e Ventín (2018), que apontam a relevância dessas emissoras como espaços de extensão, ensino-aprendizagem e empoderamento comunicacional. Desde

sua fundação, a emissora manteve compromisso com uma programação educativa, cultural e institucional, atuando como importante veículo de comunicação pública e de integração entre universidade e sociedade. O alcance do sinal em cidades vizinhas a Teresina é também apontado como conquista relevante. Os esforços de técnicos como Francisco Sousa (Seu Chiquinho), o programador musical Renato Basílio e outros profissionais, no início, são fundamentais para o processo de consolidação da rádio. Esta primeira etapa evidencia a importância de iniciativas como a da FM Universitária da UFPI para o fortalecimento da radiodifusão pública no Brasil, mesmo diante da ausência de regulamentação específica para rádios universitárias (Zuculoto, 2012; Mustafá, 2019). A instauração da 96,7khz reflete não só a institucionalização de um projeto de comunicação, mas também a consolidação de um espaço para formação de cidadanias.

Referências

LIMA, Venício A. de. *Mídia: crise política e poder no Brasil*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2008.

MALULY, Marília. *O rádio na universidade: um laboratório de comunicação pública*. São Paulo: Summus, 2013.

MUSTAFÁ, Izani. *História da rádio universitária no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2019.

VENTÍN, André. *A rádio universitária como extensão e formação: estudo de caso*. Salvador: Edufba, 2018.

ZUCULOTO, Valci. *Rádios públicas no Brasil: desafios da comunicação pública*. São Paulo: Paulus, 2012.

"

A formação de uma rede de rádios educativas: a experiência da Rádio Educativa UFMS

Wendy dos Santos Tonhati | Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

A radiodifusão pública no Brasil tem entre as suas finalidades a promoção do interesse coletivo, a diversidade de vozes e a democratização da informação. Nesse panorama, as rádios universitárias exercem papel fundamental, não apenas como instrumentos de ensino e extensão, mas como espaços de participação, produção cultural e cidadania. O presente resumo discute o campo da radiodifusão universitária a partir da experiência da Rádio Educativa UFMS 99.9, emissora vinculada à Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), e apresenta o projeto de formação de uma rede de rádios educativas nos câmpus da universidade.

Ao oferecerem uma grade programática plural, as rádios universitárias tornam-se estratégicas na formação de uma esfera pública ampliada, em que diferentes vozes possam se expressar. Nesse contexto, é fundamental que a programação contemple os diversos segmentos da população. Herrera Huérfano (2001) aponta que: “As rádios universitárias públicas não podem estar voltadas à divulgação de uma só forma de expressão, cultura, arte ou pensamento, mas sim, especialmente, a todas aquelas que os modelos de radiodifusão comercial ignoram”. (DEUS, 2003, p. 311).

A Rádio Educativa UFMS 99.9, criada em 2016, vem trilhando um caminho de consolidação como emissora pública, mantendo o compromisso com a missão institucional da Universidade: “promover a formação cidadã por meio da excelência no ensino, na pesquisa, na extensão e na inovação, comprometida com a democracia, a sustentabilidade, a equidade e os direitos humanos” (UFMS, 2024). A emissora é gerida pela Agência de Comunicação Social e Científica da UFMS (Agecom) e conta com um conselho consultivo que atua como instância de controle social e orientação da grade de programação.

O projeto de expansão para a formação de uma rede de rádios educativas pela UFMS nasce do reconhecimento da comunicação como direito e da compreensão do papel das mídias públicas como agentes de transformação social. A iniciativa, embora pensada há anos dentro da instituição, ganhou fôlego a partir dos acordos firmados entre universidades federais e a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2023 (AGÊNCIA GOV, 2023).

A UFMS obteve a autorização para a operação de canais em oito câmpus, que agora passam a se integrar ao projeto da Rede de Comunicação Pública da UFMS. As novas rádios estarão subordinadas à Agecom, mas contarão com espaço para produções próprias. Além

disso, serão responsáveis por retransmitir diariamente parte da programação da Rádio Educativa UFMS 99.9, com destaque para o Radiojornal UFMS. A democratização do acesso à informação e a ampliação da circulação de conteúdos de interesse público também se concretizam com a interiorização do sinal das emissoras da UFMS, alcançando cidades de diferentes regiões do estado. A primeira rádio fruto dessas consignações deve entrar no ar ainda no primeiro semestre de 2025.

Desde 2018, a Rádio Educativa UFMS conta com um Conselho Consultivo com responsabilidades definidas em regimento próprio. Em março de 2025, o conselho passou por uma importante reformulação com a inclusão da TV UFMS sob sua governança. A reestruturação ampliou a composição do conselho, que passou de nove para 20 conselheiros, com a inclusão de representantes de todos os câmpus. A nova configuração fortalece o caráter democrático e plural da gestão da emissora, aproximando a comunidade acadêmica e externa das decisões sobre a programação e as estratégias de comunicação da instituição.

Considerações finais

A Rede de Rádios Educativas da UFMS representa um avanço na consolidação de uma comunicação pública universitária alinhada à missão institucional da universidade. Por meio da interiorização, a UFMS amplia sua presença nas comunidades locais, promove o acesso à informação de interesse público e contribui para o fortalecimento do vínculo entre universidade e sociedade.

*Wendy dos Santos Tonhati — Jornalista formada pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) em 2012. Mestranda em Administração Pública pela UFMS.

Referências

AGÊNCIA GOV. Universidades federais ampliam Rede Pública de Rádio e TV. 2023. Disponível em:

<https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202310/universidades-federais-ampliam-rede-publica-de-radio-e-tv>. Acesso em: 20 abr. 2025.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MUSTAFÁ, Iara; PIERANTI, Octavio Penna; HANG, Luciana Ribeiro. Rádios universitárias no Brasil: um campo em constituição. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, São Paulo, v. 15, n. 29, 2019. DOI: 10.55738/alaic.v15i29.496. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/496>. Acesso em: 20 abr. 2025.

DEUS, S. F. B. Rádios Universitárias públicas: compromisso com a sociedade e com a informação. In: Em Questão. Porto Alegre, v. 9, n. 2, jul./dez. 2003. Disponível em <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/77/37>. Acesso em: 20 abr. 2025.

UFMS. Missão, visão e valores. Disponível em: <https://www.ufms.br/missao-visao-e-valores/>. Acesso em: 20 abr. 2025.

UFMS. Com dois anos no ar, Rádio Educativa 99.9 empossa Conselho Consultivo. 2018. Disponível em: <https://www.ufms.br/com-dois-anos-no-ar-radio-educativa-999-empossa-conselho-consultivo/>. Acesso em: 20 abr. 2025.

UFMS. Conselho Universitário aprova inclusão da TV UFMS em novo regimento interno da Rádio Educativa. Disponível em: <https://www.ufms.br/conselho-universitario-aprova-inclusao-da-tv-ufms-em-novo-regimento-interno-da-radio-educativa/>. Acesso em: 20 abr. 2025.

UFMS. Universidade assina Acordo de Cooperação para expansão da Rádio Educativa. Disponível em: <https://www.ufms.br/universidade-assina-acordo-de-cooperacao-para-expansao-da-radio-educativa-ufms/>. Acesso em: 20 abr. 2025.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. Resolução COUN nº 398, de 21 de março de 2025. Dispõe sobre o regimento interno da Rádio Educativa UFMS 99.9 e da TV UFMS. Campo Grande, MS, 2025. Disponível em: [<https://boletimoficial.ufms.br/bse/publicacao?id=554172>]. Acesso em: 20 abr. 2025.

GT 1 – Sessão 2

Comunicação Pública: estratégias para enfrentar a desinformação, manter a independência editorial e promover a cultura democrática: radiodifusão pública e TVs universitárias.

Coordenação: Professor Dr. Luiz Fernando Santoro

Vice-coordenação: Karla Meira

Os desafios das TVs Universitárias federais na Rede Nacional de Comunicação Pública

Andréa Xavier | Universidade de Brasília

O surgimento da Empresa Brasil de Comunicação, com a lei 11.652, de 2008, tornou-se marco para a formação da Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP) – cadeia de rádio e televisão que emergiu como a semente de um Sistema Público de Radiodifusão no país (Brasil, 2008). Em 2023, uma das primeiras ações do novo governo de Luiz Inácio Lula da Silva no campo da radiodifusão pública foi a expansão da RNCP a partir das Instituições de Ensino Superior.

O ato inaugural da nova política de amplificação da Rede foi a assinatura de um protocolo de intenções com a Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior (Andifes) para a adesão de 32 universidades à cadeia de transmissão pública (Empresa Brasil de Comunicação, 2023). A partir daí, foram firmados acordos de cooperação com vistas à implementação das estações. Posteriormente, Institutos Federais de Educação e universidades estaduais e municipais integraram os esforços de expansão da RNCP (Brasil, 2023; Brasil, 2024).

Diante de tal contexto, esta pesquisa debruçou-se sobre o braço da Rede Nacional de Comunicação Pública que reúne especificamente as emissoras de televisão (RNCP/TV) e observou que, desde o início de sua operacionalização, em 2010, TVs universitárias federais constituíam o sistema (Lopes, 2015; Guerreiro, 2016). Um questionamento, então, se colocou: a essas estações universitárias que já constituíam a Rede, propiciou-se a efetivação de uma atuação pautada pelos princípios da radiodifusão pública? O universo de emissoras estudadas foi formado por 11 TVs, integrantes da RNCP até setembro de 2023 (portanto, antes do redirecionamento da política).

Partindo do conceito de arranjo institucional de implementação de política pública que caracteriza a Rede (Gomide; Pires, 2014; Pires, 2016), o estudo se propôs a compreender as dinâmicas internas da relação entre essas TVs universitárias, a EBC e a gestão superior das Instituições Federais de Ensino que as mantêm. O objetivo foi analisar de que maneira essa composição de atores, regras, instituições e interações tensiona, nas emissoras universitárias implementadas na Rede, o exercício dos seguintes pressupostos: diversidade, diferenciação, independência e participação social (Unesco, 2001; Pieranti, 2018; Santos; Bianco, 2016).

Para localizar a etapa correspondente à praxis dessas estações, adotou-se o ciclo de políticas públicas (Subirats et al., 2008) como instrumento teórico-metodológico, com ênfase

na fase de implementação (Lotta, 2019). Duas dimensões organizaram a pesquisa: uma subjetiva, com entrevistas semiabertas realizadas com 14 gestores de TVs universitárias; e a outra, objetiva, baseada na avaliação de acordos de cooperação com a EBC, políticas internas de comunicação das universidades e regimentos internos das emissoras de televisão. A análise do material foi feita à luz do arcabouço dos arranjos institucionais (Gomide; Pires, 2012, 2014; Pires, 2016) e da formação de acordos político-administrativos (Subirats et al., 2008) para verificar se foram produzidas capacidades estatais (Pires, 2016) para fazer cumprir os objetivos da política.

Entre os resultados do estudo, detectou-se uma busca por diversidade e diferenciação, mas a partir de ações individuais, sem mecanismos explícitos de coordenação. Encontraram-se, ainda, pistas sobre a falta de autonomia das televisões, a existência de ingerências editoriais externas (com eventuais falhas no modelo institucional das emissoras e uma cultura interna nas universidades que desconhece o papel da TV universitária como TV pública), problemas de sustentabilidade e lacunas na efetivação de instrumentos de participação social. Observaram-se, assim, indícios de que, para as emissoras estudadas, o arranjo institucional da RNCP/TV seja deficitário em suas capacidades técnico-administrativas e carente de legitimação no âmbito das capacidades políticas.

Referências

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. Protocolo de Intenções que entre si celebram a Empresa Brasil de Comunicação S.A. – EBC e a Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior – Andifes. Brasília: EBC, 17 out. 2023.

BRASIL. Lei 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. Brasília, DF, 2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm. Acesso em: 04 set. 2023.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Ministérios, EBC e Institutos Federais anunciam a expansão da Rede Pública de Rádio. Brasília: SECOM, 5 dez. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2023/12/ministerios-ebc-e-institutos-federais-anunciam-a-expansao-da-rede-publica-de-radio>. Acesso em: 8 dez. 2024.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Universidades estaduais e municipais passam a integrar a Rede Nacional de Comunicação Pública. Brasília: SECOM, 7 mar. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2024/03/universidades-estaduais-e-municipais-passam-a-integrar-a-rede-nacional-de-comunicacao-publica>. Acesso em: 18 jan. 2025.

GOMIDE, Alexandre de Ávila; PIRES, Roberto Rocha Coelho. Capacidades Estatais e Democracia: a abordagem dos arranjos institucionais para análise de políticas públicas. In: GOMIDE, Alexandre de Ávila; PIRES, Roberto Rocha Coelho (ed.). Capacidades estatais e democracia: arranjos de políticas públicas. Brasília: Ipea, p. 15-28, 2014.

GUERREIRO, Soane Costa. TV Brasil e a Rede Pública de Televisão: uma trajetória de dependência. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília. Brasília, 2016.

LOPES, Ivonete da Silva. TV Brasil e a construção da Rede Nacional de Televisão Pública. Jundiaí: Paco Editorial, 2015.

LOTTA, Gabriela. A política pública como ela é: contribuições dos estudos sobre implementação para a análise de políticas públicas. In: LOTTA, Gabriela (org.). Teoria e análises sobre implementação de políticas públicas no Brasil. Brasília: Enap, v. 1, 2019. p. 11-38.

PIERANTI, Octavio Penna. A Radiodifusão pública resiste: a busca por independência no Brasil e no Leste Europeu. Brasília: FAC/UnB, 2018. Disponível em: <https://livros.unb.br/index.php/portal/catalog/view/25/202/878>. Acesso em: 8 nov. 2023.

PIRES, R. Arranjos institucionais para implementação de políticas e ações governamentais em direitos humanos. In: DELGADO, Ana Luiza de Menezes; GATTO, Carmen Isabel, REIS, Maria Stela, ALVES, Pedro Assumpção (org.). Gestão de políticas públicas de direitos humanos. Brasília: Enap, 2016. E-book. Disponível em: <http://repositorio.enap.gov.br/handle/1/2551>. Acesso em: 23 set. 2024.

SANTOS, Luís António; BIANCO, Nelia Del. Serviço Público de Média e Participação. Comunicação e Sociedade, v. 30, 2016. Disponível em: [https://doi.org/10.17231/comsoc.30\(2016\).2481](https://doi.org/10.17231/comsoc.30(2016).2481). Acesso em: 2 mar. 2024.

SUBIRATS, Joan; KNOEPFEL, Peter; LARRUE, Corinne; VARONE, Frederic. Análisis y Gestión de políticas públicas. Barcelona: Editora Airel, 2008.

UNESCO. Public broadcasting: why? How? Paris: UNESCO; World Radio and television Council, 2001. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>. Acesso em: 3 fev. 2024.

Audiência da TV Cultura do Pará no clássico Re-Pa 776 do Campeonato Paraense de Futebol Masculino

Andrei Gobbo | Universidade Federal de Minas Gerais
Antônio Moraes Paiva | Universidade Federal de Uberlândia

O clássico Re-Pa é o jogo entre os dois times de Belém, capital do Pará, envolvendo o Clube do Remo e o Club Sport Paysandu, que chegou a sua 776ª edição no dia 23 de fevereiro de 2025, em duelo válido pelo Campeonato Paraense de Futebol Masculino de 2025. O jogo foi transmitido por duas emissoras públicas em parceria, uma de abrangência nacional, a TV Brasil, que é parte da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), conglomerado de mídia do governo federal brasileiro criado em 2008 pela Lei no 11.652/2008, e pela TV Cultura do Pará, que faz parte da Cultura Rede de Comunicação, grupo que é gerido pela Fundação Paraense de Radiodifusão (Funtelpa). Outro aspecto importante para essa pesquisa é apresentar e definir as métricas do índice Kantar Ibope Media. O índice é utilizado por veículos de radiodifusão e de teledifusão para medir audiência nacionais e regionais. Segundo o portal Meio & Mensagem, cada ponto de audiência em Belém representa 7.412 domicílios e 21.687 indivíduos. Na TV Cultura de Belém, conforme relatado pelo portal DOL (Diário Online), do grupo RBA de Comunicação, mesmo conglomerado do Diário do Pará, o clássico Re-Pa teve o índice Kantar Ibope Media de 23,7 pontos na capital paraense, superando a transmissão do SBT (Programa Silvio Santos - 6,5 pontos) e da TV Liberal (afiliada da TV Globo), que transmitia a partida entre Fluminense e Bangu, válida pelo Campeonato Carioca, que pontuou 5,06. A partida também teve veiculação pelo YouTube através do Esporte da Cultura, canal da Cultura Rede de Comunicação para transmissão do esporte e, até a data da submissão deste resumo, contava com mais de 631 mil visualizações. A partir dos índices de audiências obtidos no 776º clássico paraense e os possíveis retornos que eles podem dar, como comercial e de telespectadores, pode-se analisar o processo de comercialização dessa transmissão dentro da missão proposta das emissoras públicas de construção da cidadania e da difusão de conteúdos que contribuem para uma formação crítica das pessoas, como apontam Cestari e Rocco Junior. (2016). Ao mesmo tempo, a propagação de um clássico estadual, fora do eixo Sul e Sudeste, nos aponta para uma transmissão que almeja destacar a diversidade dentro do âmbito futebolístico que existe no país. Vale mencionar que a partida foi televisionada para todo o país através da TV Brasil. Desta forma, este artigo busca discutir os caminhos seguidos pela EBC e pela Cultura Rede de Comunicação na veiculação da partida entre Remo e Paysandu por meio dos princípios e das legislações que regem as emissoras

públicas brasileiras, em especial a Lei 11.652/2008 e também a Carta de Brasília, manifesto em defesa de uma TV pública e democrática.

Referências

AGÊNCIA BRASIL. TVBRASIL exhibe clássico Remo x Paysandu no domingo. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/esportes/noticia/2025-02/tv-brasil-exibe-classico-remo-x-paysandu-no-domingo>>. Acesso em: 03 abr. 2025.

BRASIL. Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. Institui a Empresa Brasil de Comunicação - EBC, dispõe sobre a organização dos serviços de radiodifusão pública e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 8 abr. 2008.

CESTARI, Priscila Eugenia; ROCCO JUNIOR, Ary José. As transmissões esportivas e o papel da TV Pública no país: uma análise a partir dos casos da tv cultura e da tv brasil. Sessões do Imaginário, [S.L.], v. 21, n. 36, p. 66, 31 dez. 2016. EDIPUCRS. <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3710.2016.2.25645>.

MANIFESTO pela TV Pública independente e democrática Edição 433. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/manifesto-pela-tv-publica-independente-e-democratica/>. Acesso em: 04 abr. 2025.

MEIO & MENSAGEM. Kantar Ibope atualiza a medição de audiência para 2025. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/midia/kantar-ibope-atualiza-a-medicao-de-audiencia-para-2025>>. Acesso em: 4 abr. 2025.

RODRIGUES, K. Clássico Re-Pa na TV Cultura deixa Globo em 3o na audiência. Disponível em: <<https://dol.com.br/esporte/esporte-para/895887/classico-re-pa-na-tv-cultura-deixa-globo-em-3-na-audiencia?d=1>>. Acesso em: 4 abr. 2025.

TVs universitárias no campo das TVs públicas no Brasil

Carine Felkl Prevedello | Universidade Federal do Rio de Janeiro
 Lorenzo Mello | Universidade Federal do Rio de Janeiro
 Ana Beatriz Diniz Ribeiro | Universidade Federal do Rio de Janeiro

O debate acerca do conceito de TV pública, que envolve a concepção de campo público de televisão, encontra diferentes abordagens entre autores brasileiros. Tanto Bucci (2006) quanto Oliveira (2022) lembram que a audiência não será um elemento definidor, exatamente para que a independência editorial e econômica seja possível. Entretanto, ambos não deixam de ressaltar as complexidades em torno do condicionamento político e/ou governamental, perspectiva que Valente (2009) associou à noção de Aparelho Midiático Público (AMP).

Sobre o conceito de TV universitária, o texto de De Carli e Trentin (1998) e o debate que propõem Bianco e Maia (2020), associam uma série de fatores, entre abrangência, financiamento, dificuldades de manutenção e aparelhamento, observando que “as emissoras parecem mais institucionais do que públicas” (Op.Cit., 2020, p. 11).

Ainda que o atual contexto político, marcado pelo fenômeno da desinformação e do domínio das plataformas digitais, resulte na fragilidade do regime democrático, o midiativismo (Bentes, 2018) exerce um papel fundamental no exercício da cidadania.

nas sociedades modernas, estruturadas como democracias representativas, todos os direitos em alguma medida relacionam-se com o direito à informação: o alargamento da participação na cidadania pressupõe um alargamento do direito à informação como uma premissa indispensável, um pressuposto (Gentilli, 2011, p.129).

Dados esses argumentos, propomos cercar a noção de interesse público alinhadas às organizações de Comunicação como um arcabouço de valores adaptado mais coerentemente às instituições público-estatais em função da atenção aos princípios constitucionais regentes da administração pública, e ao reconhecimento do direito à informação como premissa para a efetivação dos demais direitos. De forma mais ampla, como um conceito essencial para pensarmos a democratização da Comunicação.

A perspectiva de conquista de um espaço mais consistente para o campo público na divisão do espectro digital aberto frustrou-se, depois de quase de uma década de negociações e articulações em torno do SBTVD (Sistema Brasileiro de Televisão Digital). Entretanto, em um contexto de domínio das finalidades mercadológicas na TV aberta, a instituição dos canais de utilização gratuita na TV a cabo representou uma perspectiva de produção descentralizada e

local, vinculada à pluralidade de representações regionais e culturais. Neste sentido, a investigação sobre a caracterização dos sistemas de produção e transmissão das TVs universitárias no interior do Brasil propôs, à época (Prevedello, 2013), um mapeamento dos núcleos de produção audiovisual vinculados às Instituições de Ensino Superior (IES) regionais, estaduais e federais fora das capitais.

Passados dez anos do levantamento inicial, o grupo de pesquisadores vinculado ao Programa de Educação Tutorial (PET) da Escola de Comunicação (ECO) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), retoma este trabalho, com o objetivo de avaliar o estado atual dos núcleos audiovisuais ligados às IES nos municípios do interior do Brasil. Para além de um aumento quantitativo no número de instituições e de estruturas de produção, o presente artigo avança também no debate acerca dos impactos da Digitalização nos novos sistemas de transmissão.

Os dados parciais apontam um aumento geral de universidades entre 2013 e 2023. São mais dez universidades federais e uma nova universidade regional nos municípios do interior. Além disso, no período que se passa entre a origem da pesquisa até agora (Prevedello et al, 2023), a transmissão passou a ocupar majoritariamente o espaço da internet, assumindo, ao mesmo tempo, um aspecto de canal institucional, com menor margem para inovação e produção de conteúdo local e regional. As TVs Universitárias passaram também a ser fortalecidas nos últimos anos, com concessões de TV aberta vinculadas à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), para a expansão da Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP).

Referências

BENTES, Ivana. Economia narrativa: do midiativismo aos influenciadores digitais. In: BRAIGHI, Antonio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Tulio (Orgs.). Interfaces do midiativismo: do conceito à prática. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. p.151-169.

BIANCO, Nélida Del; MAIA, Kamyly Faria. Aproximações das TVs Universitária vinculadas a IES do conceito de Campo Público de Televisão. In: Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL - 1º a 10/12/2020. Disponível na Internet em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1669-1.pdf>

BUCCI, Eugênio. A TV Pública não faz, não deveria dizer que faz e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento. In : MINISTÉRIO DA CULTURA. I Fórum Nacional de TVs Públicas: Diagnóstico do campo público de televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006. 112p., p.13-17.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe; TRENTIN, Ary Nicodemos. A TV da Universidade. Caxias do Sul (RS): UCS, 1998.

GENTILLI, Victor. Democracia de massas: jornalismo e cidadania – Estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito do cidadão à informação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

OLIVEIRA, Ricardo Borges. O boom das WebTVUs: aspectos conceituais e potencialidades interativas. In: Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. São Paulo: 2022. p. 15-23

PREVEDELLO, Carine. Televisões universitárias público-estatais no interior do Brasil: um breve eco da pluralidade rumo à digitalização. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (PPGCom UNISINOS/RS). São Leopoldo (UNISINOS): 2013.

PREVEDELLO, Carine e PET ECO, Programa de Educação Tutorial da Escola de Comunicação da UFRJ. TVs Universitárias, digitalização e democracia. Cachoeirinha (RS): Editoria Fi, 2023.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. TV Pública no Brasil – A criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira. Dissertação de Mestrado; Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UNB). Brasília: UNB, 2009.

O papel da TV Educativa da Universidade Estadual de Ponta Grossa na promoção da cultura democrática, desenvolvimento socioeconômico e economia criativa: Uma análise à luz de Habermas e Castells

Alexandre José Gimenes Costa | Universidade Estadual de Ponta Grossa
Carlos Willians Jaques Morais | Universidade Estadual de Ponta Grossa

A TV Educativa de Ponta Grossa (TVE-UEPG), emissora pública mantida pela Universidade Estadual de Ponta Grossa, inserida no contexto da região dos Campos Gerais do Paraná, desempenha um papel crucial na esfera da comunicação pública, com potencial significativo para impulsionar a cultura democrática, o desenvolvimento socioeconômico e a emergente economia criativa local. Analisar essa atuação à luz das teorias de Jürgen Habermas e Manuel Castells oferece um arcabouço teórico robusto para compreender suas dinâmicas e potencialidades. Sob a perspectiva de Habermas, a TVE-UEPG pode ser concebida como um espaço para a formação de uma esfera pública comunicativa. Habermas (1984) argumenta que a democracia deliberativa se fortalece quando cidadãos racionais e informados engajam em debates públicos sobre questões de interesse comum, livres de coerção e com acesso a informações relevantes. Nesse sentido, a TVE-UEPG, ao veicular conteúdos educativos, culturais e informativos sobre a realidade local, contribui para munir os cidadãos dos Campos Gerais com o conhecimento necessário para participar ativamente da vida política e social. Programas que abordam temas como cidadania, história local, patrimônio cultural e discussões sobre políticas públicas podem fomentar a reflexão crítica e o engajamento cívico, elementos essenciais para a consolidação de uma cultura democrática participativa. Ademais, a TVE-UEPG, ao abrir espaço para vozes diversas da comunidade – artistas locais, empreendedores, representantes de organizações sociais e instituições de ensino – atua como um canal para a expressão plural de ideias e perspectivas. Essa abertura dialógica é fundamental para a construção de um entendimento compartilhado dos desafios e oportunidades da região, fortalecendo o tecido social e promovendo a inclusão. Ao evitar a lógica puramente comercial e buscar a relevância social em sua programação, a TVE-UEPG se distancia da potencial manipulação da opinião pública e se alinha aos ideais de uma comunicação pública voltada para o bem comum, conforme preconizado por Habermas. A contribuição da TVE-UEPG para o desenvolvimento socioeconômico da região pode ser analisada através das lentes de Castells (2013) e sua teoria da sociedade em rede. Castells enfatiza o papel central da informação e da comunicação na estruturação da sociedade contemporânea e no impulsionamento do desenvolvimento. Nesse contexto, a TVE-UEPG, ao disseminar informações sobre oportunidades de negócios, inovações tecnológicas,

programas de capacitação e iniciativas de desenvolvimento local, atua como um importante vetor de conhecimento e um elo entre diferentes atores socioeconômicos. A divulgação de projetos bem-sucedidos e a promoção do diálogo entre o setor produtivo, a academia e o governo local podem estimular a colaboração e a criação de um ambiente mais propício ao crescimento econômico. No que tange à economia criativa, um setor em ascensão que valoriza o capital intelectual e a criatividade como motores de desenvolvimento, a TVE-UEPG possui um papel estratégico. Ao exibir produções audiovisuais locais, divulgar eventos culturais, destacar talentos artísticos e promover a identidade cultural dos Campos Gerais, a emissora contribui para fortalecer o ecossistema da economia criativa regional. Essa visibilidade pode atrair investimentos, estimular a produção local, gerar empregos e agregar valor à cultura regional. A TVE-UEPG pode, ainda, atuar como uma plataforma para a formação de novos talentos através de parcerias com instituições de ensino e oficinas de produção audiovisual, fomentando um ciclo virtuoso de criação e inovação. Em suma, a TV Educativa de Ponta Grossa, embasada nos princípios da comunicação pública, na missão e nos valores da universidade pública e nas dinâmicas da sociedade em rede, possui um potencial significativo para impulsionar a cultura democrática, o desenvolvimento socioeconômico e a economia criativa nos Campos Gerais do Paraná. Ao promover o debate público informado, dar voz à diversidade local, disseminar conhecimento relevante e valorizar a produção cultural regional, a TVE-UEPG se configura como um ator fundamental na construção de uma sociedade mais justa, desenvolvida e criativa. Para que esse potencial se concretize plenamente, é crucial que a emissora continue a investir em programação de qualidade, a fortalecer sua interação com a comunidade e a buscar parcerias estratégicas com diferentes setores da sociedade civil e do poder público.

Referências

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2013.

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

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA. UEPG integra TV Educativa à sua estrutura administrativa. [2023]. Disponível em: <https://www.uepg.br/tve-nutead/> . Acesso em: 9 abr. 2025.

A contradição brasileira na adoção do modelo de radiodifusão dos EUA: hegemonia comercial e ausência de um sistema público independente¹

Gislene Nogueira Lima | Universidade de São Paulo

Este artigo apresenta uma investigação inicial sobre uma contradição na adoção do modelo de exploração da radiodifusão comercial no Brasil. Desde os primeiros anos de implementação do rádio e da televisão, o sistema de radiodifusão brasileiro foi fortemente influenciado pelos Estados Unidos. No entanto, o arcabouço da legislação do sistema público norte-americano de radiodifusão não serviu como referência para o setor no Brasil.

A operacionalização da pesquisa envolveu a decomposição do conceito teórico proposto por Bucci (2015), que identifica quatro atributos essenciais das emissoras pública propriamente ditas: (1) independência do Estado e do governo, (2) financiamento por recursos públicos, (3) gestão conduzida por conselhos internos independentes, (4) programação que denota alto grau de autonomia editorial e postura crítica.

Bucci (2015) afirma que o Brasil não tem nenhuma emissora pública genuinamente independente. Com exceção da Rádio e TV Cultura, de propriedade da Fundação Padre Anchieta (FPA), as emissoras não comerciais brasileiras estão subordinadas a órgãos governamentais e têm características de estações estatais.

Nos Estados Unidos, as emissoras públicas de rádio e televisão são operadas por organizações sem fins lucrativos, universidades públicas e privadas, distritos escolares locais e agências estaduais. Na ecologia de emissoras públicas norte-americanas, a Corporation for Public Broadcasting (CPB) foi encarregada de “proteger as estações de influência política e fornecer apoio federal de uma forma que não afete a capacidade da estação em operar com independência” (CORPORATION FOR PUBLIC BROADCASTING, s.d.).

Entre os vários modelos de radiodifusão pública no mundo, o modelo dos Estados Unidos não está entre os mais reconhecidos na literatura sobre o tema. Ainda assim, a base legislativa criada pelo Public Broadcasting Act de 1967, lei aprovada durante o governo de Lyndon Johnson, estabeleceu um terreno favorável para a radiodifusão pública prosperar, mesmo em um país onde a radiodifusão comercial se tornou lucrativa e bem-sucedida.

Ao longo dos anos, a radiodifusão pública dos Estados Unidos ganhou uma sólida reputação por fornecer serviços de informação de qualidade, argumenta Aufderheide (2006). A televisão pública é um recurso quase único para programas infantis, educativos,

¹ Uma versão expandida deste texto, redigida originalmente em inglês, foi apresentada em março de 2025 na Tri-School PhD Conference na American University em Washington/DC, nos Estados Unidos.

documentários históricos e sobre questões sociais. Ouvintes e telespectadores das redes públicas de rádio e de televisão, respectivamente National Public Radio (NPR) e Public Broadcasting Service (PBS), classificam consistentemente essas instituições entre as marcas mais confiáveis nos Estados Unidos (PBS, 2024).

O retorno do republicano Donald Trump à Casa Branca para seu segundo mandato marcou uma fase de ataques sem precedentes contra as emissoras públicas norte-americanas. Até o momento da publicação deste texto, o impacto ainda é incerto. Os desdobramentos podem ser determinantes para o futuro do sistema público nos Estados Unidos.

Referências

- AUFDERHEIDE, P. Television, public service broadcasting, public interest mandate - US. In: GOMERY, D.; HOCKLEY, L. (Eds.). **Television industries**. British Film Institute, 2006. p. 45– 48.
- AUFDERHEIDE, P. US Public Broadcasting: A Bulwark against Disinformation? In: BENNETT, W. L.; LIVINGSTON, S. (Eds.). **The Disinformation Age**. Cambridge University Press: SSRIC Anxieties of Democracy, 2020. p. 213-237.
- BUCCI, E. **O Estado de Narciso**: a comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- CORPORATION FOR PUBLIC BROADCASTING. **About public media** / How the system works: Corporation for Public Broadcasting, [s.d.]. Disponível em: <https://www.cpb.org/aboutpb>. Acesso em: 6 mar. 2025.
- CUNHA LIMA, Jorge da. **Uma História da TV Cultura**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo - Cultura - Fundação Padre Anchieta, 2008.
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. São Paulo: Ed. Unesp, 2014.
- MENDEL, T. **Serviço público de radiodifusão**: um estudo de direito comparado. Brasília: UNESCO, 2011. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192459>. Acesso em: 20 fev. 2025.
- PBS. **Foundation fast fact**. PBS, fev. 2024. Disponível em <https://foundation.pbs.org/pbs-fast-facts/>. Acesso em 14 fev. 2025.
- SCHWOCH, J. **The American Radio Industry and Its Latin American Activities**: 1900-1939. Urbana: University of Illinois Press, 1990.
- UNESCO. **Public broadcasting: why? how?**. Unesco, 2001. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>. Acesso 26 fev. 2025.
- WITHERSPOON, J.; KOVITZ, R. **A History of Public Broadcasting**. Current The Public Telecommunications Newspaper, 2000.

GT 1 – Sessão 3

Comunicação Pública: estratégias para enfrentar a desinformação, manter a independência editorial e promover a cultura democrática.

Coordenação: Professor. Dr. Vitor Blotta

Vice-coordenação: José Agnaldo Montesso Júnior

A representação das Orquestras Goianas: uma análise quantitativa das matérias do Jornal O Popular

Adriana Milene Rodovalho | Universidade de São Paulo

O presente trabalho apresentou o recorte das matérias (2019 e 2024) sobre a Orquestra Filarmônica de Goiás (1980), a Orquestra Sinfônica de Goiânia (1993) e a Orquestra Sinfônica Jovem de Goiás (2018), publicadas no caderno “Magazine”, do jornal O Popular.

Teoricamente, utilizou-se a Escola de Frankfurt para definir os conceitos de cultura erudita e popular. A partir de uma metodologia qualitativa de análise de discurso das matérias veiculadas no Jornal O Popular, em seu caderno de cultura Magazine, durante o ano de 2019 e 2024, o trabalho procura compreender: Como a cultura alta é representada no jornal Magazine, de O Popular?

De acordo com os critérios estabelecidos para o banco de dados, as seis matérias seriam consideradas positivas quando tratassem da história das orquestras ou do anúncio de eventos; negativas, quando abordassem a falta de incentivo financeiro por parte do governo; ou neutras, quando tratassem de outros eventos e pessoas.

Como resultados, das seis matérias encontradas foram classificadas como positivas, apesar de uma delas ter sido considerada negativa, por denunciar a ausência de investimentos financeiros para a Orquestra Filarmônica de Goiás participar do Festival de Campos do Jordão, realizado anualmente. Trata-se de uma situação que poderia ser evitada com um bom planejamento estratégico dos recursos destinados às orquestras, considerando que essa participação representa um custo necessário, dada a visibilidade que o Governo de Goiás pode alcançar em comparação com outros estados do Brasil. Embora existam poucos incentivos do Governo para as manifestações culturais.

Ainda sim, o estado possui a Lei Goyazes (Brasil, institui o Programa Estadual de Incentivo à Cultura – GOYAZES e dá outras providências, 2000), bem como, o Fundo de Arte e Cultura de Goiás (Brasil, dispõe sobre a criação do Fundo de Arte e Cultura do Estado de Goiás- FUNDO CULTURAL e dá outras providências, 2006) que são fundos de investimentos que fomentam a produção cultural ofertada pela Secretaria de Estado da Educação, Cultura e Esporte de Goiás. Além disso, a Prefeitura de Goiânia possui a Lei de Incentivo à Cultura (Brasil, restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) e dá outras providências. (1991). Por fim, este trabalho busca ainda destacar o papel das Relações Públicas como agentes culturais e o trabalho desenvolvido com instituições de produção cultural no campo das Relações Públicas.

Destaca-se a música e seus sentidos a partir da palavra, som e ideologia, além de sua representação para o produtor e consumidor. O recorte compõe as ferramentas de ações estratégicas do profissional de relações públicas.

Entre a transparência e a autopromoção: o uso de plataformas de mídias sociais durante o período de mandato

José Agnaldo Montesso Júnior | Universidade de São Paulo

Desde a redemocratização, marcada pela Constituição Federal de 1988, o Brasil já teve 10 eleições gerais e 9 eleições municipais até 2024. O país escolheu o presidencialismo e o modelo predominantemente de democracia representativa, em que os cidadãos elegem representantes para cargos no Executivo (presidente, governadores, prefeitos) e no Legislativo (senadores, deputados e vereadores).

Sob a égide da Carta Magna, que define os princípios, direitos, deveres e a estrutura do Estado, as autoridades tomam decisões políticas. Entre esses, destaca-se o previsto no Artigo 37, que estabelece regras para a administração pública, incluindo os princípios da impessoalidade e da publicidade.

De acordo com Garcia (2021, p. 157), uma das acepções do princípio da impessoalidade destaca que o agente público não é o autor dos atos estatais, sendo que essa autoria deve ser destinada ao órgão ou à entidade pública. Para o autor, “tanto as realizações propriamente ditas como a publicidade dos respectivos atos devem ser atribuídas ao ente legitimado à sua prática, não aos recursos humanos que viabilizaram a sua concretização”.

Apesar dessa vedação explicitada na Constituição Federal, os atores políticos vêm se utilizando das plataformas de mídia social para publicizar ações usufruindo dos perfis pessoais para obter visibilidade durante o período de mandato. O intuito é manter e/ou aumentar o capital político e social obtido no momento eleitoral, mas também pode ser entendido como uma forma de transparência da gestão e de prestação de contas à população que os elegeu.

Nessa perspectiva, este trabalho busca analisar a atuação do prefeito de Florianópolis Topázio Neto (PSD) na plataforma de mídia social TikTok. Trata-se de uma pesquisa de natureza descritiva e abordagem qualitativa. Foram analisadas as 10 postagens mais populares segundo o TikTok. Os dados foram coletados em 20 de abril de 2025, data na qual o prefeito possuía 398,8 mil seguidores no perfil pessoal @topazioprefeito e suas publicações alcançaram cerca de 13 milhões de curtidas. Topázio Neto foi reeleito em 2024 no 1º turno com 58,49% dos votos, o que representou a votação de 161.839 eleitores.

A pesquisa apontou que, dentre os vídeos mais vistos, quatro tratavam sobre aspectos voltados à infraestrutura da cidade, dois abordavam o turismo, enquanto a gestão, a educação e a assistência social são retratados em um vídeo cada. Destaca-se que o prefeito está

presente em todas as publicações, mas, em nenhum momento, utiliza termo como "na minha gestão" ou "eu fiz / eu realizei". O vídeo mais longo tem 1 minuto e 7 segundos e o mais curto 11 segundos.

Em dois vídeos, o político utiliza o recurso denominado *trends*, ou seja, faz conteúdos replicando publicações virais e populares, tendências nas mídias sociais. Em um deles, de apenas 11 segundos, utiliza esse recurso para conscientizar a população sobre o cuidado com a dengue (Prefeito, 2024). O vídeo obteve 5,4 milhões de visualizações, 521,7 mil likes e 3,8 mil comentários.

Em outro post, Topázio Neto explica sobre um alargamento de rua que fez com que os postes ficassem no meio do logradouro. O prefeito falou das atitudes que foram tomadas, assumindo a responsabilidade pela causa e pedindo desculpas. No vídeo, ele também escuta um morador que nunca tinha visto um prefeito tomar tal atitude (Prefeito, 2023).

O vídeo mais visto, com 6,4 milhões de visualizações, toma como referência a publicação do prefeito de Sorocaba, Rodrigo Manga. Na oportunidade, o gestor paulista fala de uma "praia" construída na cidade e diz que ela pode ser comparada a outras famosas, como as de Florianópolis. Topázio Neto utiliza a estratégia para evidenciar as belezas das praias da capital catarinense e descreve "Calma aí, Manga", ironizando o prefeito do município do interior do estado de São Paulo.

Desse modo, destaca-se que os dez vídeos mais vistos no perfil pessoal do prefeito Topázio Neto do TikTok trazem conteúdo de interesse público, em que o gestor emprega ferramentas de influência digital (Karhawi e Camargo, 2023) para se comunicar com a sociedade. Essas publicações, ao viralizarem, conseguem atingir um público maior do que a própria população de Florianópolis.

Entretanto, observa-se a presença do personalismo, já que o prefeito encontra-se como protagonista em todas as publicações analisadas. Bucci (2015) destaca que os políticos sempre utilizaram estratégias, que, revestidas do pretexto de informar a população e de dar transparência às ações, tinham, na verdade, como objetivo a propaganda eleitoral, a manutenção da imagem positiva do governante para a sociedade, tendo as novas tecnologias dado novo fôlego ao "traço atávico da tradição política brasileira". Para o autor, as ações "[...] visam produzir no eleitorado uma predisposição de fundo, um vínculo de simpatia aos futuros candidatos que o governo, no devido tempo, irá apresentar à sociedade" (Bucci, 2015, p. 23).

Os resultados sugerem que, embora os conteúdos tragam informações de interesse público, a centralidade da figura do gestor e o uso de estratégias digitais típicas do entretenimento apontam para uma personalização da comunicação política. Essa prática

tensiona os limites entre transparência institucional e autopromoção, questão central no campo da comunicação pública contemporânea.

Referências

BUCCI, Eugênio. **O Estado de Narciso**: a comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

GARCIA, Emerson. Publicidade institucional: a linha divisória entre o dever de informação e a promoção pessoal. **Revista do Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro**, [s. l.], v. 1, n. 81, p. 155-166, set. 2021. Disponível em: <https://www.mprj.mp.br/documents/20184/2360635/Emerson+Garcia.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2025.

KARHAWI, Isaaf; CAMARGO, Isadora. Ortiz de. Journalists or influencers? The appropriation of digital influencers practices as a tool of journalistic value. **Brazilian Creative Industries Journal**, v. 3, n. 2, p. 121-148, jul./dez. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.25112/bcij.v3i2.3425>. Acesso em: 02 jul. 2024.

PREFEITO, Topázio. **Só me resta pedir desculpa**. Florianópolis, 22 maio 2023. TikTok: @topazioprefeito. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@topazioprefeito/video/7235960654924909830>. Acesso em: 20 abr. 2025.

PREFEITO, Topázio. **Só pra lembrar**. Florianópolis, 14 fev. 2024. TikTok: @topazioprefeito. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@topazioprefeito/video/7335421198999817478>. Acesso em: 20 abr. 2025.

O avanço da extrema direita e os desafios para as TVs Legislativas Estaduais

Bruna Mastrella | Universidade de Brasília

Liziane Guazina | Universidade de Brasília

Este trabalho investiga os processos de negociação da autonomia dos(as) jornalistas das TVs Legislativas Estaduais (TVLs Estaduais) diante do recrudescimento da extrema direita no Brasil. Como um fenômeno global que segue em pleno curso, essa guinada à direita e o esvaziamento dos partidos de centro tem produzido, desde 2018, mas mais acentuadamente desde as eleições de 2022, um Congresso Nacional mais polarizado. Essa configuração político-partidária tem sido reproduzida de maneira relativamente homogênea pelas assembleias legislativas estaduais com exceção de alguns estados do Nordeste.

Esta investigação pretende identificar de que forma esse cenário político repercute nas TVLs Estaduais e, principalmente, compreender se e de que maneira seus profissionais negociam a própria autonomia em uma emissora pública estatal inserida em parlamentos mais reacionários e resistentes a princípios democráticos.

Para responder a estas perguntas, este trabalho adota uma conjugação de diferentes técnicas de pesquisa: survey on-line aplicado a jornalistas de todas as TVLs do Brasil e do Distrito Federal, além de entrevistas em profundidade feitas com 17 profissionais e observação participante realizada em redações das TV das assembleias legislativas de Minas Gerais, Bahia e Santa Catarina.

Buscou-se fundamentar teoricamente este trabalho com pesquisas sobre os processos de construção da autonomia jornalística (Schmitz, 2018; Örnebring; Karlsson, 2022), sobre o papel do jornalismo nas mídias legislativas (Bernardes, 2015; Pereira, 2022), e, ainda, com investigações que tratam da ascensão da extrema direita no Brasil (Starling; Lago; Bignotto, 2022; Ranulfo Melo, 2022; Nobre, 2022; Borges, 2024).

Embora interferências político-partidárias e o desenho institucional das TVLs sejam fatores que historicamente impactam a forma como seus jornalistas articulam valores jornalísticos e deontológicos da profissão, os dados preliminares desta pesquisa confirmam que o avanço da extrema direita tem trazido mais zonas de tensão às rotinas produtivas desses(as) profissionais.

Entre as razões apontadas para explicar essa situação estão: 1) o empobrecimento dos debates e discursos em plenário; 2) maior difusão de desinformação por parte dos(as) deputados(as); 3) mais violência política de gênero e agressividade contra as deputadas; 4)

parlamentares alheios(as)/ resistentes à liturgia do cargo e pouco afeitos a usar a imprensa institucional. Esses achados iniciais sugerem que os(as) jornalistas têm vivenciado mais dilemas éticos e dificuldades na tomada de decisões editoriais, o que interfere diretamente na qualidade do noticiário das TVLs Estaduais.

Referências

BERNARDES, C.B. A configuração da identidade profissional dos jornalistas da Câmara dos Deputados. In *Jornalismo e Poder Legislativo: relações entre mídia e política no Brasil*. Zélia Leal Adghirni (org). 1ª ed. Curitiba: Appris, 2015.

BORGES, A. As duas faces da nova direita brasileira: antipolítica e reação conservadora. *Opinião Pública*, v. 30, 2024.

NOBRE, M. Os limites da democracia: de junho de 2013 ao governo Bolsonaro. 1ª ed. São Paulo: Todavia, 2022.

ÖRNEBRING, H.; Karlsson, M. *Journalistic Autonomy: The Genealogy Of A Concept*. Columbia: University of Missouri Press, 2022.

PEREIRA, A.R.G.. Qualidade em jornalismo: avaliação dos instrumentos de transparência e media accountability na gestão editorial das TVs legislativas do Brasil. 2022. 234 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2022.

RANULFO MELO, C. . DEMOCRACIA, DIREITA E “LULA 3”: a eleição de 2022 e seus desdobramentos. *Caderno CRH*, [S. l.], v. 37. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/55270>. Acesso em: 3 abr. 2025.

SCHMITZ, A. A. Os graus de autonomia do jornalista brasileiro: lacunas entre ideais, percepções e práticas profissionais efetivas nos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e Zero Hora. Tese de Doutorado em Programa de Pós-graduação em Sociologia Política, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Florianópolis, 2018.

A inteligência artificial generativa e os profissionais de mídia sonora e audiovisual

Antonio da Rocha e Silva Filho | ESPM / USP

Patrícia Rangel Rodrigues | ESPM / USP

Nos últimos 30 anos, o rádio se transformou com a internet e se apropriou de vertentes da rede. Hoje seu conteúdo vai além do áudio. Pensar no conceito de rádio expandido é remeter ao processo de convergência digital, que culminou no transbordamento do rádio para diferentes meios como celular, notebooks, tablets, mídias sociais, streaming, podcasts. Para Kischinhevsky (2016), o rádio expandido é a ampliação da transmissão da radiodifusão sonora que vai além das ondas hertzianas e pode ser consumido em diferentes plataformas.

O rádio se estabeleceu como meio de comunicação dinâmico, que se reinventou, primeiro quando surgiu a televisão, depois com a internet e as redes sociais. Atualmente, o veículo enfrenta o desafio da inteligência artificial (IA). Conforme Venier e Rodilla (2023, p. 51), no processo integrativo entre IA, comunicação sonora e rádio já são encontradas “iniciativas experimentais e inovações com funcionalidades de automação comprovadas para cada fase do desenvolvimento de uma peça de comunicação: concepção, produção, realização, transmissão e avaliação”.

A IA também está na produção jornalística televisiva, audiovisual e nos canais de streaming, “acompanhando todas as etapas que eram produzidas exclusivamente por humanos como: seleção, hierarquização, edição e distribuição das informações” (Finger e Barbizan, 2020, p. 10). As questões nesse processo no jornalismo audiovisual tendem a ser mais complexas, porque as imagens são informações que possuem presença e dinâmicas próprias e refletem na credibilidade da informação.

Para identificar o grau de conhecimento da IA e de sua utilização na produção e nos negócios jornalísticos, pesquisadores do curso de Jornalismo da ESPM-SP, entre eles os autores deste trabalho, fizeram o estudo A inteligência artificial para jornalistas brasileiros. A pesquisa teve a participação de 423 jornalistas de 21 das 27 unidades da federação, diferentes faixas etárias, áreas de atuação, funções e vínculos empregatícios.

A maioria dos participantes conhece a IA (86,5%), embora considere baixo o nível de conhecimento. Mais da metade (56%) utiliza a IA no trabalho, em especial para tarefas mais automatizadas. Apesar do uso, os jornalistas não recebem treinamento para isso (69,2%). Há receio de cortes de vagas de trabalho (68,3%). As respostas dos profissionais de mídia sonora

(rádio e podcast) e de audiovisual (TV e streaming) têm diferenças marcantes com relação aos de outras áreas. Dos 423 participantes, 42 (9,9%) trabalham em audiovisual, e 14 (3,3%) em mídia sonora.

Quanto ao uso da IA no trabalho, os jornalistas de mídia sonora (35,7%) e audiovisual (42,9%) tiveram os dois menores índices entre as áreas, bem abaixo dos observados em assessoria de comunicação (61,4%) e em mídias sociais (59,4%). A falta de treinamento é maior entre os profissionais de audiovisual (85,7%). Os de mídia sonora têm o terceiro maior índice (78,5%), um pouco abaixo dos jornalistas de mídia escrita (80,7%). O receio de cortes de vagas é bem menor entre os jornalistas de audiovisual (57,1%) e mídia sonora (57,2%). O percentual chega a 85,7% em educação/pesquisa e 72,3% em mídia escrita.

Os resultados da pesquisa, que se relacionam a um recorte de tempo (dezembro de 2023 a outubro de 2024) e de amostra do estudo, indicam que os profissionais de audiovisual e mídia sonora utilizam menos ferramentas de inteligência artificial do que os de outras áreas, o que aponta para possibilidades de expansão nesses segmentos. A falta de treinamento é maior entre os jornalistas de audiovisual, enquanto os de mídia sonora têm índice intermediário, porém alto, na comparação com outras áreas, refletindo o cenário geral dos jornalistas. A preocupação com cortes de mercado de trabalho é bem menor entre os profissionais de audiovisual e mídia sonora, indicando um receio menor de desemprego. O estudo pode servir como contribuição para compreender e pensar o uso da IA em mídia sonora e audiovisual no contexto brasileiro.

Referências

FINGER, Cristiane; BARBIZAN, Silvio. Jornalismo em vídeo gerado por Inteligência Artificial: narrativas e credibilidade. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1930-1.pdf>. Acesso em: 4.abr.2025

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Métodos de pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (orgs.). Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

VENIER, Emiliano; RODILLA, Claudio. Radio e Inteligencia Artificial – Sistematización Y Caracterización de Aplicaciones Y Prestaciones. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ISSN 1807- 3026), São Paulo, V.22, N.44 SET./DEZ. 2023. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1042/964>. Acesso em: 4.abr.2025.

Serviço Público de Mídia e Inteligência Artificial: reflexões sobre os casos da EBC e da RTP

Elton Bruno Pinheiro | Universidade de Brasília

O estudo delimita como principal objetivo refletir analiticamente sobre: a) as recomendações para adoção e uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) no âmbito do Serviço Público, mais especificamente sobre como esse fenômeno tem sido ou pode ser assimilado no contexto do Serviço Público de Mídia (SPM) português e do Serviço de Radiodifusão Pública (SRP) brasileiro; b) os sistemas ou plataformas - desenvolvidos e/ou em desenvolvimento - para produção e/ou circulação de conteúdos mediáticos pelos operadores do SPM e do SRP, nomeadamente, pela Rádio e Televisão de Portugal (RTP) e pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC); c) os conteúdos mediáticos produzidos pela RTP e pela EBC que abordam a temática da IA, aqui entendida, sobretudo, como "uma série de tecnologias emergentes e disruptivas que terão (e estão a ter) um impacto crescente nos próximos anos na governação do Sector Público" (CLAD, 2023).

Visou-se compreender e categorizar as principais contribuições e riscos da IA frente à missão desses Serviços Públicos de "informar, formar e entreter" para o exercício da cidadania e para o fortalecimento da democracia (Donders, 2021) com conteúdos que se guiam pelos princípios da "universalidade, pluralidade, diferenciação, independência" (Unesco, 2001) e da participação social.

Metodologicamente, realiza-se um exercício "cartográfico" para compreender os "processos acompanhando movimentos" (Kastrup & Passos, 2009) a partir dos "gestos atencionais" do "rastreo, toque, pouso e reconhecimento atento" (Kastrup & Passos, 2009), além do uso de técnicas da análise documental (Moreira, 2009) e de conteúdo (Sampaio & Lycarião, 2021).

Como principais eixos de articulação teórica, adotam-se: "Carta Iberoamericana de Inteligencia Artificial en la Administración Pública" (CLDA, 2023), "Livro Branco do Serviço Público de Mídia" (Lopes et.al, 2023), "Livro Branco sobre Inteligência Artificial - Uma abordagem europeia de excelência e confiança" (2020), "AI Act" (Comissão Europeia; Parlamento Europeu, 2023), Projeto Lei nº 2338 sobre uso de IA no Brasil (2023) e recomendações da EBU (2023) designadas como "Artificial Intelligence - Public Service Media Leveraging AI".

Sobre os principais resultados: a) identificam-se diferentes estágios de "integração" e de "cobertura temática" da IA pela RTP e EBC; b) constata-se expressivo consenso,

especialmente na literatura internacional, sobre o processo de inserção de ferramentas de IA nos Serviços Públicos dever se dar à luz dos Direitos Humanos e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Sobre possíveis riscos da IA aos meios públicos, em diálogo contextual com a “Carta Iberoamericana de Inteligencia Artificial en la Administración Pública” (CLDA, 2023), caracterizamos três níveis: “nível baixo”, diante do qual é preciso cuidar de questões como acessibilidade, transparência e explicação dos sistemas algorítmicos aos cidadãos e investir em estratégias também para formar e informar a sociedade sobre essa tecnologia; “alto nível de risco”, que se refere às questões éticas, como perigo de enviesamento da programação e/ou de conteúdos que podem afetar direitos fundamentais, segurança e/ou privacidade das pessoas; e “nível de risco extremo”, que seriam conteúdos capazes de promover manipulação cognitiva de comportamentos, sobretudo, de pessoas específicas ou de grupos especialmente vulneráveis (crianças ou idosos). Por fim, o estudo recomenda que a integração da IA pelos meios públicos dedique-se, sobretudo, à ampliação de ações que fortaleçam a qualidade/integridade da informação e tenha como foco “as pessoas”, que fundamentalmente precisam ser escutadas nesse processo de transformação tecnológica e cultural e compreendidas, de fato, como cidadãs.

Ética e inteligência artificial: dialética da tecnofobia a partir do projeto Violão em Foco (UEM)

Flávio Apro | Universidade Estadual de Maringá
André Luiz Sapienza Drago Lordeiro | Universidade Estadual de Maringá

Tecnologias são próteses humanas que estendem nossas capacidades, ambiguidades, ambivalências e contradições. Contêm aspectos exagerados, ignorados e consequências não intencionais (SANTAELLA, 2025). O objetivo deste trabalho é situar a tecnologia como agente transformador da cultura, com uma revisão de literatura que tange os efeitos e avanços que a IA propicia, bem como suas implicações éticas e seus impactos na sociedade, cultura e democracia, articulado com o “Violão em Foco” – projeto de extensão do curso de música da Universidade Estadual de Maringá, no formato de minipodcasts radiofônicos produzidos por discentes que registram suas produções, interpretando e comentando peças icônicas do repertório instrumental. O projeto está na segunda temporada e os episódios estão sendo transmitidos semanalmente desde novembro de 2023 por uma rede colaborativa de emissoras públicas e inseridos em plataformas digitais.

Há dois tipos de inteligência artificial: a preditiva, que utiliza dados para antecipar interesses e direcionar conteúdos, podendo influenciar decisões e gerar bolhas informacionais; e a generativa, que além desses impactos, apresenta forte apelo de uso pessoal e promessa de produtividade, mas também levanta questões sérias como direitos autorais, propriedade intelectual, vieses e uso de dados pessoais. Diante desses desafios, destaca-se a importância de políticas públicas para proteger e empoderar os indivíduos (SANTAELLA, 2025). O acesso desigual à tecnologia também pode representar um aumento da desigualdade social. Essa assimetria só pode ser mitigada com políticas públicas que promovam o direito à informação, a justiça, a instrução da população e o acesso equitativo. Artistas perderam espaço devido ao advento da IA: editores de vídeo, roteiristas, animadores, desenhistas e outros. Uma boa alternativa seria a legalização de um espaço digital especificamente humano para o compartilhamento de obras criadas organicamente (RÊGO, 2025).

Existe uma dificuldade na atribuição de responsabilidade moral relacionada ao uso da IA, devido às camadas de agentes humanos e artificiais envolvidos no uso, desenvolvimento, manutenção e funcionamento dos sistemas. O desenvolvimento de plataformas nacionais pode fazer frente ao poder paragovernamental exercido pelas big techs (RÊGO, 2025), cujo poder é “racista, misógino, repressivo e exclusiva” (SANTAELLA, 2025). É necessário investir

em capacitação, qualificação e educação para garantir que o país tenha uma força de trabalho apta a se adaptar às demandas impulsionadas pela IA (RANGEL, 2025). Não é conveniente que os potenciais sociotécnicos da IA sejam nublados pela tecnofobia. A modificação do *modus educandi* atual, a fim de formar uma perspectiva intercristica da tecnologia, depende da ressignificação das experiências de ensino e aprendizagem.

Propomos uma reflexão crítica sobre o status ontológico da IA, questionando se ela representa uma nova forma de vida ou permanece como ferramenta humana, enquanto insere o usuário em um dilema ético-existencial. A tecnologia contemporânea, ao invés de servir ao humano, o molda e reconfigura, invertendo a lógica de controle e transformando o sujeito em instrumento de sistemas algorítmicos que se retro-alimentam e ditam comportamentos, especialmente nas redes sociais. Nesse cenário, a aparente liberdade dos criadores é condicionada por lógicas de engajamento impessoais, fazendo do humano apenas mais uma peça em um jogo cujas regras desconhece. A fragmentação das narrativas e o colapso do senso comum geram terreno fértil para desinformação e crenças, tornando qualquer fragmento de discurso uma “verdade” conveniente. Assim, resta questionar se a IA realmente evolui com desejos próprios ou se apenas reflete nossas inseguranças projetadas, alertando-nos para o risco de criarmos mundos que, em vez de nos libertar, nos aprisionam, tornando-nos reféns da própria simulação que idealizamos como refúgio. Resta a questão: “quem está realmente jogando e quem está sendo jogado?” (SANTOS, 2025)

É necessário estimular a capacidade dos alunos de localizar informações pertinentes, buscando construir um lastro de criticidade emancipatória (ADORNO, 1995). A qualidade das respostas fornecidas pela IA generativa está relacionada ao detalhamento e à clareza do input. Na situação específica do Violão em Foco, os participantes realizaram diferentes testes com prompts direcionados à construção e editoração de narrações radiofônicas, resultando em mais obstáculos que soluções. Nossa conclusão é que a tecnologia generativa não substitui uma pesquisa qualificada e sensível para o tipo de conteúdo adotado.

Referências

ADORNO, T. Educação e Emancipação. Trad. Wolfgang Leo Maar. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.

SANTOS RANGEL, M. Política e inteligência artificial: prováveis desafios ao contexto brasileiro. *Revista Tópicos*, v. 2, n. 11, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12698094>. Acesso em: 21 abr. 2025.

RÊGO, Ana Regina. A ética nos usos de “inteligência” artificial: interações, mercado e sociedade. *Organicom*, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 44, p. 109–120, 2024. DOI:

10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.221333. Disponível em:
<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/221333>.. Acesso em: 21 abr. 2025.

SANTAELLA, L. A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL SOB A ÉGIDE DA ÉTICA. Revista Cronos, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 7–19, 2025. DOI: 10.21680/1982-5560.2025v26n1ID39309. Disponível em:
<https://periodicos.ufrn.br/cronos/article/view/39309>. Acesso em: 21 abr. 2025.

SANTOS, P.H. Black Mirror 7x04 - Brinquedo | Análise. Vídeo do YouTube. Disponível em
<https://www.youtube.com/watch?v=hZgdCyBqFkE>. Acesso: 21/04/2025.

IA generativa na BBC: analisando o posicionamento de uma emissora pública

João Pedro Malar | Universidade de São Paulo
Elizabeth Saad | Universidade de São Paulo

Este trabalho apresenta uma análise sobre o posicionamento da BBC em relação à inteligência artificial generativa. Considerada uma das maiores e mais influentes emissoras públicas do mundo, a BBC criou padrões editoriais de referência (Leal Filho, 1997). Nesse sentido, julgamos ser relevante entender de que forma o uso da IA generativa foi incorporado a esses padrões.

O trabalho envolve a análise de cinco posicionamentos divulgados pela BBC entre 2023 e 2025, englobando a sua orientação editorial de uso de IA e três comunicados assinados pelo diretor responsável por coordenar projetos que envolvem a tecnologia. A partir da metodologia de estudo exploratório (Sellitz, 1974), buscamos entender qual é a visão compartilhada pela BBC sobre o tema e se ela mudou ao longo dos últimos anos.

Do ponto de vista teórico, o estudo se baseia na definição de Kaufman e Santaella (2024) sobre a IA generativa e enquadra a sua adoção em um processo mais amplo, e antigo, de adoção da inteligência artificial pelo jornalismo, algo que também ocorreu na BBC (Jones; Jones, 2021). A IA traz uma série de possibilidades para o uso na atividade jornalística, incluindo mudanças positivas e desafios éticos (Diakopoulos, 2019). No caso da IA generativa, Beckett e Yaseen (2023) apontam casos de uso voltados a aspectos de produção e distribuição de conteúdo jornalístico, e Simon (2023) associa o processo a uma continuidade da plataformização do jornalismo.

Em relação à lógica das emissoras públicas, Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) apontam que a transparência é um aspecto essencial, inclusive para aferir a qualidade dessas organizações e que a inovação estética também é dever das emissoras públicas, algo que, acreditamos, abarca as novidades pelo uso da IA generativa.

Como resultados, apontamos uma homogeneidade da visão da BBC entre 2023 e 2025. As únicas novidades citadas nos posicionamentos públicos da emissora sobre o tema ocorreram em 2024, quando houve um reforço da necessidade de supervisão e revisão humana dos resultados gerados pelas ferramentas, e em 2025, quando foram incorporados aspectos mais específicos em torno dos casos de uso da tecnologia e quando, e como, devem ser notificados ao público.

A adoção da IA generativa foi enquadrada em um processo mais amplo de incorporação de tecnologias digitais, e a política de uso tem como base a política editorial mais ampla da BBC, indicando que o uso de IA generativa é norteado pelos mesmos princípios que a emissora já possui. As orientações são resumidas em três princípios: “sempre aja no melhor interesse do público”, “sempre priorize o talento e a criatividade” e “sempre seja aberto e transparente com as audiências quando usarem a AI para apoiar a produção de conteúdo” (Davies, 2024).

A BBC proíbe o uso de IA generativa para criar conteúdos originais compartilhados com o público, abrindo exceções pontuais para recursos gráficos. Já na busca por informações e análises, o uso é permitido, assim como na distribuição e curadoria de conteúdo. Ela exige a divulgação para o público quando o uso de IA generativa pode enganar a audiência sobre a autenticidade do conteúdo e quando não há uma supervisão ou revisão direta de humanos.

Destacamos a importância dada pela BBC à necessidade de transparência junto ao público sobre o uso da IA generativa, com uma política em linha com os padrões internacionais (Becker et al., 2023), detalhando casos de uso possíveis e que limita o apontamento de riscos éticos a aspectos de vieses algorítmicos e violação de direitos autorais, sem abordar temas como impacto ambiental, substituição de mão de obra humana ou sobrecarga de trabalho para jornalistas. Quando os riscos são apontados, não há detalhamento sobre como devem ser tratados e mitigados. A emissora não aborda como a adoção dessas ferramentas pode aprofundar a dependência de plataformas digitais, e nem possíveis soluções para esse problema.

Referências

BBC AI Transparency. BBC, Londres, 16 jan. 2025. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/supplying/working-with-us/ai-transparency/#whentodisclosetheuseofaiincontentforaudiences>.

BECKER, K. B.; SIMON, F. M., CRUM, C. Policies in Parallel? A Comparative Study of Journalistic AI Policies in 52 Global News Organisations. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.31235/osf.io/c4af9>. Acesso em: 15 mar. 2025.

BECKETT, C.; YASEEN, M. Generating Change: a global survey of what news organisations are doing with AI. Polis. London School of Economics, 2023. Disponível em: <https://www.journalism.ai/info/research/2023-generating-change>. Acesso em: 20 mar. 2025.

BUCCI, E.; CHIARETTI, M.; FIORINI, A. M. Indicadores de qualidade nas emissoras públicas: uma avaliação contemporânea. *Série Debates CI*, p. 1-36, 2012. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002445084.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2025.

DAVIES, R. T. Generative AI at the BBC. BBC, Londres, 5 out. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/mediacentre/articles/2024/update-generative-ai-and-ai-tools-bbc>.

DAVIES, R. T. An update on the BBC's plans for Generative AI (Gen AI) and how we plan to use AI tools responsibly. BBC, Londres, 28 fev. 2024. Disponível em: <https://www.bbc.com/mediacentre/articles/2024/update-generative-ai-and-ai-tools-bbc>.

DAVIES, R. T. An update on Generative AI (Gen AI) at the BBC. BBC, Londres, 16 jan. 2025. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/2025/articles/update-generative-ai-at-the-bbc>.

DIAKOPOULOS, N. Automating the news: How algorithms are rewriting the media. Harvard University Press, 2019.

GUIDANCE: The use of Artificial Intelligence. BBC, Londres, 2023. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/use-of-artificial-intelligence#9usecases>.

JONES, B; JONES, R. Public Service Chatbots: Automating Conversation with BBC News. Digital Journalism, vol. 7, p. 1032-1053, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2019.1609371>.

LEAL FILHO, L. A melhor TV do mundo: o modelo britânico de televisão. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

SANTAELLA, L.; KAUFMAN, D. A Inteligência artificial generativa como quarta ferida narcísica do humano. MATRIZES, São Paulo, Brasil, v. 18, n. 1, p. 37–53, 2024. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/210834>. Acesso em: 23 mar. 2024.

SELLITZ, C. Métodos de pesquisa nas relações sociais. Editora Pedagógica e Universitária, 1974.

SIMON, F. M. Escape Me If You Can: How AI Reshapes News Organisations' Dependency on Platform Companies. Digital Journalism, vol. 12, p. 149-170, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2287464>.

IA e ficção televisiva seriada: aplicações e desafios

Ligia Prezias Lemos | Universidade de São Paulo

A inteligência artificial está instalada em nosso dia a dia em áreas como comunicação, entretenimento, educação, indústria, pesquisa científica, saúde, economia. Assistentes virtuais em smartphones, sistemas de recomendação em plataformas de streaming, sugestões relacionadas à geolocalização, análises de diagnósticos médicos, edição de imagens em movimento, transações de comércio eletrônico exibem mudanças significativas em diferentes setores da sociedade. Essas e outras mudanças envolvem riscos e desafios em termos de dependência e de uma necessidade excessiva de adaptação do ambiente às tecnologias, devido ao uso generalizado de dispositivos digitais (Floridi, 2020). Desafios como os impactos ambientais relacionados ao aumento da pegada de carbono das IAs (Cowls et al, 2023) que é “maior do que toda a indústria aérea”, sendo que “o treinamento de um único modelo de IA pode emitir mais de 626.000 libras de dióxido de carbono equivalente” . Ou, ainda, a incorporação de sistemas algorítmicos no ambiente contemporâneo provocando, por exemplo, o trabalho precário, a radicalização ideológica e a polarização política, o colonialismo de dados, as redes de vigilância, fake news e desinformação, ascensão do populismo antidemocrático e deslegitimação de instituições, para citar alguns exemplos (Couldry, Mejias, 2018; Acemoğlu, 2021). Dentro desta perspectiva, observa-se o desenvolvimento e popularização de ferramentas de IA generativas (ou gerativas) como o ChatGPT, por exemplo, lançado para uso público em 2023. Em nosso campo de estudos, o foco recai no aumento do uso de conteúdo midiático gerado por IA e sua consequente necessidade de regulamentação. O ambiente comunicacional contemporâneo está desassociado daquele que se apresentava apenas poucos anos atrás. A prevista fragmentação (Jenkins, 2014; Castells, 2009, 2016; Straubhaar, 2004) da distribuição de conteúdo audiovisual, notadamente aquele conteúdo personalizado a partir de filtros algorítmicos, se alia a novas possibilidades e formas de criação de conteúdo (Manovich, 2001, 2005, 2013), principalmente criação procedural a partir de IA. Tal fenômeno sinaliza que os fazeres (techne) efetivamente estabeleceram novas regras. Ou, em outras palavras, mesmo que não desejemos ser conduzidos pelas técnicas, ao fim e ao cabo, foi a partir mesmo das tecnicidades (Martín-Barbero, 1998) que o ecossistema comunicativo (Scolari, 2008) da atualidade vem se transformando e alterando aspectos de nossa sensorialidade enquanto seres produtores, distribuidores, propagadores, receptores, comentadores e criadores de conteúdo. Diferentes autores vêm pensando a narrativa automatizada, desde Janet Murray e Henry Jenkins, nos anos 1990, que já entreviam as

possibilidades da interatividade. Aprendizado de máquina e processamento de linguagem natural foram fatores que impulsionaram o desenvolvimento de sistemas de IA capazes de gerar narrativas e diálogos de forma mais sofisticada, a partir dos anos 2010. E a partir dos anos 2020, se amplia o interesse acadêmico, artístico e industrial pela IA na criação de narrativas, sendo que começam a surgir filmes e séries de TV que utilizam algumas técnicas de IA, principalmente para efeitos visuais. Neste trabalho, realizamos revisão de literatura e pesquisa empírica referente às primeiras experiências narrativas com IA e suas possibilidades de criação, trazendo algumas questões éticas e sociais relativas a propriedades intelectuais originais.

Referências

- ACEMOĞLU, Daron. Harms of AI. In: BULLOCK, Justin B.; CHEN, Yu-Che; HIMMELREICH, Johannes; HUDSON, Valerie M.; KORINEK, Anton; YOUNG, Matthew M.; ZHANG, Baobao (eds.) *The Oxford Handbook of AI Governance*. Oxford, UK: Oxford Univ. Press, pp. C65P1-C65N5, 2021.
- CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. New York: Oxford University Press Inc., 2009.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 2016.
- COULDRY, N.; MEJIAS, U., Data colonialism: Rethinking big data's relations to the contemporary subjects. *Television and New Media*, vol. 20, no. 4, pp. 336-349, Sep. 2018.
- COWLS, Josh; TSAMADOS, Andreas; TADDEO, Mariarosaria FRORIDI, Luciano. The AI gambit: leveraging artificial intelligence to combat climate change - opportunities, challenges, and recommendations. *AI & Soc* 38, 283-307, 2023. <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01294-x>
- FLORIDI, Luciano. Ser humano e inteligência artificial: os próximos desafios do onlife. Entrevista concedida a Gian Paolo Terravecchia. Instituto Humanitas Unisinos, 2020. <https://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/604136-ser-humano-e-inteligencia-artificial-os-proximos-desafios-do-onlife-entrevista-com-luciano-floridi>
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.
- MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e ideia: Dez definições. In: LEÃO, Lúcia (org.) *O chip e o caleidoscópio: Reflexões sobre as novas mídias*. São Paulo: Senac, 2005.
- MANOVICH, Lev. *Software takes command*. International Texts in Critical Media Aesthetics. New York: Bloomsbury Academic, 2013.
- MANOVICH, Lev. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1998.
- MURRAY, Janet H. *Hamlet no holodeck*. São Paulo: Itaú Cultural: Unesp, 2003.

SCOLARI, C. Hipermediaciones: Elementos para un Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Editorial Gedisa, 2008.

STRAUBHAAR, Joseph D.; LAROSE, Robert. Comunicação, mídia e tecnologia. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

TV 3.0: emissoras públicas e personalização do conteúdo pelo uso da Inteligência artificial

Mariana Lima

A inteligência artificial é um componente-chave da TV 3.0, tecnologia programada para ser inaugurada no Brasil no fim de 2025. Entendida como um próximo passo da TV digital, a transmissão representa um avanço significativo no quesito técnica, ao trazer melhorias com imagens em alta definição (4K e 8K), som imersivo e acesso a conteúdo sob demanda diretamente na TV aberta (Costa et al, 2023). A nova TV tem a proposta de trazer um conteúdo segmentado e interativo, viabilizando uma programação híbrida, aglutinando a transmissão linear da programação com o conteúdo sob demanda, mantendo a gratuidade da TV aberta. No entanto, dentre tantos elementos dessa tecnologia, para os fins deste trabalho, analisaremos a capacidade interativa da nova televisão aberta e como esse engajamento com o público pode favorecer e dinamizar o conteúdo das emissoras pública, pois segundo Barreto et al (2023), ela possibilita uma comunicação em via de mão dupla entre usuário e emissora. Os autores explicam que “isso cria um cenário onde os telespectadores podem não apenas assistir ao conteúdo, mas também interagir, participar de enquetes, acessar informações complementares e até mesmo influenciar o curso do que estão assistindo” (Barreto et al, 2023, p. 179). Essa interação é propiciada pela utilização de algoritmos e, conseqüentemente, pela inteligência artificial que, por meio da machine learning e deep learning, irá assimilar as preferências dos telespectadores através de seus hábitos de consumo (Kaufman e Santaella, 2020). Dessa forma, veremos a fusão entre TV aberta e internet, com conteúdo multitela e personalizado, o que atualmente só é experienciado em plataformas de streaming. No Brasil, a implementação da TV 3.0 está em curso desde 2023, com base no Decreto nº 11.484, que estabelece as diretrizes para a evolução do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre. Os testes começaram em 2021, envolvendo o Ministério das Comunicações, o Fórum SBTVD, universidades e o setor de radiodifusão. Por se tratar de uma tecnologia que ainda não foi propriamente implementada nos aparelhos televisivos brasileiros, questionamos o que de imediato podemos inferir acerca dos possíveis desafios e oportunidades possibilitados pela TV 3.0 para as emissoras públicas. Objetivamos compreender de que maneira a personalização do conteúdo televisivo, propiciada pela inteligência artificial, acarreta aos espectadores. No entanto, entendemos que um dos desafios ontológicos do uso dessa tecnologia recai no equilíbrio da oferta de conteúdos personalizados com a manutenção da função pública e democrática da televisão pública aberta. Sabemos que “a IA é usada para

manipular o que compramos, quais notícias seguimos, em quais opiniões confiamos e assim por diante” (Coeckelbergh, 2023, p. 95). Embora a personalização, observada nas redes sociais, permita entregar ao telespectador conteúdos mais relevantes e adaptados às suas preferências e realidades locais, isso pode levar à formação de “bolhas de informação” (Pariser, 2012), na qual o público recebe apenas conteúdos alinhados aos seus gostos, restringindo a pluralidade e o acesso a diferentes pontos de vista. Para Byung -Chul Han (2022) a personalização algorítmica propicia o que ele denominou de crise da ação comunicativa, o que por conseguinte, pode desencadear numa crise democrática com a desintegração da esfera pública. Por fim, também propomos uma reflexão teórica acerca do uso da inteligência artificial na TV 3.0 no que concerne a personalização, a interatividade, o possível uso de ferramentas de acessibilidade avançadas, e ainda como as emissoras públicas podem utilizar esses avanços na transmissão de seus programas. Como a experiência televisiva é coletiva, os obstáculos incluem atender a diferentes perfis de usuários, alguns mais interativos que outros, ou até mesmo com necessidades especiais, o que motiva o desenvolvimento de aplicações multiusuário na TV digital (Josué et al 2023) para que todos possam usufruir da experiência.

Referências

BARRETO, Fabio; ABREU, Raphael; MUCHALUAT-SAADE, Débora C. TV 3.0: Interação Multiusuário para TV Digital Aberta com NCL 4.0. In: Simpósio Brasileiro de Sistemas Multimídia e Web (WebMedia). SBC, 2023. p. 179-184.

COECKELBERGH, Mark. Ética na Inteligência artificial. São Paulo / Rio de Janeiro, Ubu Editora / Editora PUC-RJ, 2023.

COSTA, Richelieu R. A. et al. Acessibilidade na TV 3.0 Brasileira a partir de mídias de legenda, glosa e áudio descrição. In: WORKSHOP FUTURO DA TV DIGITAL INTERATIVA - SIMPÓSIO BRASILEIRO DE SISTEMAS MULTIMÍDIA E WEB (WEBMEDIA), 29. , 2023, Ribeirão Preto/SP. Anais [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2023 . p. 123-129. ISSN 2596-1683. DOI: https://doi.org/10.5753/webmedia_estendido.2023.236168.

HAN, Byung Chul. Infocracia: digitalização e crise da democracia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2022

JOSUÉ, Marina Ivanov Pereira; VALENTIM, Pedro Alves; SAADE, Débora Christina Muchaluat. TV 3.0: Definição e Uso de Perfil de Telespectador no Ambiente de TV Digital Aberta. In: Simpósio Brasileiro de Sistemas Multimídia e Web (WebMedia). SBC, 2023. p. 171-177.

PARISER, E. O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

KAUFMAN, Dora; SANTAELLA, Lucia. O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. Revista Famecos, v. 27, n. 1, p. e34074-e34074, 2020.

Programa Universidade 93,7 – um espaço público voltado ao ensino e ao debate

Luciano Victor Barros Maluly | Universidade de São Paulo
Daniel Azevedo Muñoz | Universidade de São Paulo

O programa Universidade 93,7 foi criado em 2008, por meio de uma parceria entre a Superintendência de Comunicação Social e o Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. O principal objetivo é transmitir os trabalhos desenvolvidos pelos estudantes nas disciplinas voltadas ao radiojornalismo. Além disso, o programa se alinha ao projeto político-pedagógico do Curso de Jornalismo da USP que tinha à época – e ainda tem –, entre as suas diretrizes, parâmetros que vinculam a teoria à prática, por meio de jornais-laboratórios que são disponibilizados ao público e que também servem como base para o ensino em jornalismo. Os programas são transmitidos aos domingos, às 11 horas, assim como publicados em forma de podcast pelo Portal Jornal da USP. São produzidos programas de caráter opinativo, informativo, especiais e de entrevistas (especialmente o inovador formato de Debates, pouco disseminado na mídia nacional), promovendo assim uma ampla abordagem de ensino das múltiplas faces do jornalismo contemporâneo aos alunos. Um dos principais destaques desta produção é a participação de colaboradores, inclusive de universidades estrangeiras, além de alunos (monitores) do Programa de Aperfeiçoamento de Ensino (PAE) e do Programa de Estímulo ao Ensino da Graduação (PEEG). Além desse trabalho amplo de colaboração, destaca-se a participação de entrevistados notáveis, que são estimulados à discussão por meio de conversas com os estudantes, assim como por meio de debates sobre questões do cotidiano e do interesse público. Sendo assim, esta proposta analisa os resultados desse trabalho, assim como, propõe como problema da pesquisa, abordar o radiojornalismo como espaço público para o ensino e para o debate.

Jornal da USP no Ar: credibilidade e pioneirismo na Rádio USP

Lenize Villaça | Universidade de São Paulo
Luana Mendes | Universidade de São Paulo

A Rádio USP completará 50 anos em 2027 concretizando em sua marca o pioneirismo e a credibilidade sob vários aspectos. O primeiro deles por ter sido a primeira emissora educativa da cidade de São Paulo e ainda estar “no ar”, evidenciando sua longevidade e importância no cenário radiofônico paulista e brasileiro. “A primeira registrada em FM é a (...) Universidade de São Paulo (USP), inaugurada em 11 de outubro de 1977 e até hoje operando na frequência de 93,7 MHz.” (Kischinhevsky et al., 2017, p. 159).

Outros aspectos são a emissora contar desde sua fundação com uma série de diferenciais como uma programação musical alternativa, sem ceder à pressão da indústria cultural fonográfica, ter um jornalismo diferenciado e segmentado - e não hard news - e ser a única educativa a veicular sua programação em ondas abertas na capital paulista, além do aplicativo Jornal da USP e o site jornal.usp.br:

Transmitindo em ondas abertas pela frequência FM 93.7 MHz em São Paulo, e também em 107.9 MHz FM em Ribeirão Preto, somente a Rádio USP FM, que também pode ser escutada pelo portal do Jornal da USP, além de aplicativos para smartphones. [...] a Rádio USP FM é a única emissora educativa da cidade a ser sintonizada pelo *dial* do rádio aberto e, ao mesmo tempo, pelo mundo digital. (VILLAÇA, 2019)

Neste sentido, outro vanguardismo da Rádio USP FM relaciona-se ao principal informativo da emissora, o Jornal da USP no Ar que desde seu começo, em 2017, tem sido apresentado pela mesma âncora, a jornalista Roxane Ré, vencedora de um APCA em 1991 e do prêmio Troféu Mulher Imprensa como Melhor Âncora de Rádio duas vezes, em 2008 e 2009, evidenciando a igualdade de gênero praticada pela emissora pública (ABI, 2017). O programa, transmitido de segunda a sexta-feira, das 7h30 às 9h pela Rádio USP São Paulo e Ribeirão Preto, recebe professores e pesquisadores da Universidade de São Paulo para tratar de temas do cotidiano e pesquisas de ponta desenvolvidas na própria USP. Segundo Roxane, hoje eles têm uma agenda com mais de três mil nomes, fontes atualizadas:

“Eu pensei em um formato de jornal que mesclasse o que estava acontecendo, ou a repercussão do fato do dia com a produção científica. E, assim, a gente foi fazendo as entrevistas. Ou elas são repercussões de fatos importantes ou são a produção científica propriamente dita da universidade. [...] Eu tentei fazer esse vai e vem para um formato que não fosse exclusivamente científico, mas tivesse também o *all news*, aproveitando minha experiência do *all news*.” (RÉ, 2025)

Os discentes também têm seu lugar na programação com o Universidade 93,7 sob orientação do professor do Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA, Luciano Victor Barros Maluly. (VILLAÇA; SANTORO, 2025). “A linha editorial aborda pautas do cotidiano voltadas ao interesse público e à cidadania, sempre com a intenção de defender os direitos humanos, especialmente a liberdade de expressão.” (MALULY, 2018)

Todos esses exemplos reforçam que em tempos de fake news e de polarização política, o jornalismo sério e responsável praticado por uma emissora pública, como o da Rádio USP, é imprescindível para a manutenção da democracia na contemporaneidade.

A Radiodifusão Educativa é o serviço de radiodifusão (...) que se destina à transmissão de programas educativo-culturais (...) que atuem em conjunto com os sistemas de ensino, visando à promoção e ao fortalecimento da educação básica e superior, da educação permanente e da divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional. (Ministério das Comunicações, 2022)

Como defende Berger (2003), a partir dos exemplos citados, a radiodifusão pública da Rádio USP se consolida como um espaço alternativo e de credibilidade com muita informação, experimentação, discussão aprofundada e debates, para o ouvinte que busca uma programação diferenciada dos moldes da radiodifusão comercial.

Referências

BERGER, C. **Campos em confronto**: a terra e o texto. 2ª edição. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2003.

JORNAL DA USP no ar. Programas da Rádio USP. **Jornal da USP**. São Paulo, s/d. Disponível em <https://jornal.usp.br/radio-usp/sinopses/jornal-da-usp-no-ar/>. Acesso em: 10 mar. 2025.

KISCHINHEVSKY, M. et al. Por uma historiografia do rádio universitário no Brasil. **Revista Brasileira de História da Mídia**. Vol. 7, n. 2, julho/dezembro 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/330549960_Por_uma_historiografia_do_radio_universitario_no_Brasil. Acesso em 01 mar. 2025.

MALULY, L. V. B. Universidade 93,7 – um caso de sucesso da Rádio USP. **Jornal da USP**, 08 out. 2018. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/universidade-937-um-caso-de-sucesso-da-radio-usp/> Acesso em: 10 mar. 25.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Rádio e TV com fins exclusivamente educativos**. Brasília, 12 maio 22. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/assuntos/radio-e-tvaberta/radio-e-tv-educativa-mcom> Acesso em: 10 nov. 2024.

RÉ. ROXANE. **Jornal da USP no Ar**. [Entrevista concedida a Lenize Villaça e Luana Mendes]. São Paulo, 11 jun. 2025.

USP FM contrata Roxane Ré e estreia jornalístico. **Associação Brasileira de Imprensa – ABI**. 27 mar. 2017. Disponível em: <https://www.abi.org.br/usp-fm-contrata-roxane-re-e-estreia-jornalístico/>. Acesso em 01 mar. 2025.

VILLAÇA, L. As camadas do tempo na Rádio USP: breve historiografia da emissora educativa entre 1977 e 2004. 2019, Anais... **XII Encontro Nacional de História da Mídia**. Natal: Rio Grande do Norte. Disponível em: <https://redealcar.org/anais-eventos-nacionais-on12o-encontro-2019/>

VILLAÇA, L. ; SANTORO, L. F. Universidade 93,7: teoria e prática discente nas ondas da Rádio USP. 2025, Anais... **2º Encontro Regional Sudeste de Ensino de Jornalismo - Erejor Sudeste**. São Paulo, 10 a 11 dez. 2024. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/2-encontro-regional-sudeste-ensino-jornalismo/1038516-universidade-937--teoria-e-pratica-discente-nas-ondas-da-radio-usp/>

1935 - 2025: 90 anos da Voz do Brasil Referências da origem da radiodifusão pública brasileira, entre conflitos de interesses

Pedro Serico Vaz Filho | Rede de Rádios Universitárias do Brasil

Em 22 de julho de 1935 é instituído o “Programa Nacional”, pelo então chefe de estado Getúlio Dornelles Vargas. Posteriormente, em 1938, esta produção radiofônica passa a ser chamada de “Hora do Brasil”, e em 1962, denominada como “A Voz do Brasil”, vigorando até o momento. O programa evolui num contexto político ditatorial, planejado desde 1930, com Vargas chefiando o “Governo Provisório”. Em 1934, a Assembleia Nacional Constituinte o elege presidente da República. Tal Constituição foi a de menor duração da história do Brasil, pois em 1937, uma nova Constituição é promulgada, quando Vargas, apoiado pelas Forças Armadas, lidera um Golpe de Estado, que permanecerá até 1945, quando ele então renuncia.

A pior das Constituições brasileiras foi imposta por Getúlio Vargas em 1937, quando após o golpe de Estado, instituiu a mais severa ditadura da era republicana, somente afastada em 1945, com sua deposição. Sob o pálio daquela Carta facista, foi criado o programa de noticiário oficial denominado “A Hora do Brasil”, no mesmo estilo em que, através de Goebbels, Hitler veiculava as notícias do nacionalismo para influenciar a opinião pública alemã, inclusive no ódio aos adversários e nos preconceitos raciais (MARTINS, 1996, p. 28).

Em julho do ano de 1934, para alavancar a propaganda política, Vargas reformula o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, DPDC, empossando como diretor o advogado, jornalista e escritor sergipano Lourival Fontes.

Fontes foi o grande responsável pela instituição do programa Hora do Brasil (...). Esse programa assumiu importante papel na veiculação das idéias de Getúlio, inclusive com vistas ao golpe de Estado, e também lhe conferiu a posição de primeiro governante brasileiro a utilizar o rádio dentro de um modelo autoritário (PEROSA, 1995: 38).

A metodologia do presente artigo realiza consultas em meios impressos, daquele período. Destes, a revista “Pranove”, publicação oficial da extinta rádio Mayrink Veiga, emissora existente entre os anos de 1926 e 1965, que destacava na edição número 7, de dezembro de 1938, na página 54, um artigo referente à inauguração do estúdio do Departamento Nacional de Propaganda. Na foto da matéria, o então diretor do referido órgão governamental, Lourival Fontes, sobre a legenda: “cercado de altas personalidades, entre os quais o Sr, Herbert Moses, presidente da Associação Brasileira de Imprensa proferindo a oração oficial”. A declaração de Fontes, no artigo, em texto com a norma culta da época, indica uma amostragem da situação aqui enfatizada:

Os serviços que acabamos de inaugurar, nos seus elementos poderosos de informação imediata e na sua capacidade de vulgarização rápida, atendem aos fins visados de aperfeiçoamento e modernização técnicos do Departamento de Propaganda para a imensa tarefa de esclarecimento popular e já todos estimam no seu justo valor a influência decisiva da cinematografia e da radiodifusão no domínio político, econômico, social educativo ou no plano superior de aproximação dos povos.” (PRANOVE, 1938, p. 54).

O Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, DPDC, antecede o Departamento de Imprensa e Propaganda, DIP, que teve a missão reger a censura sobre todos os meios de comunicação, incluindo cinema. Em 1938 o DPDC sofre nova reforma figurando como Departamento Nacional de Propaganda, DNP. Neste contexto Vargas impõe a obrigatoriedade da exibição da “Hora do Brasil” em todas as emissoras de rádio de país, que na época somavam 45 estações.

Os 15 anos da liderança de Vargas, a frente da presidência da República do Brasil, entre 1930 e 1945, tornou-se conhecida como “era vargas”, período também descrito como a “era de ouro do rádio”. Segundo dados do IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, nos anos de 1940, a população do Brasil era de 41.236.315 habitantes, com mais de 50% vivendo na rural e mais da metade da população analfabeta. Tal circunstância favorecia extremamente a manipulação de informação pelo então governo ditador, que impunha conteúdos de interesses próprios, utilizando as ondas sonoras para chegar aos ouvidos de quem não sabia ler nem escrever.

Referências

MARTINS, Ives Gandra da Silva. O Avanço do Retrocesso, liberdade de imprensa além de um direito do cidadão, é cláusula pétrea. São Paulo: União das Rádios do Brasil, 1996.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Rádio Palanque. Rio de Janeiro: UFRJ, 1988.

PEROSA, Lilian Maria F. de Lima. A hora do clique: análise do Programa de rádio Voz do Brasil da velha a nova República. São Paulo: Annablume: ECA-USP, 1995.

_____. Equipe da revista. “Inauguração do studio do D. N. P”. Rio de Janeiro, revista Pranova, edição número 7, p. 54, dez. 1938. (acervo do autor).

_____. Equipe do IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Analfabetismo no Brasil. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/13300-asi-estudo-revela-60-anos-de-transformacoes-sociais-no-pais>. Consultado em 20/04/2025.

_____. Equipe do IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. População do Brasil em 1940. Disponível em:

<https://brasil500anos.ibge.gov.br/estatisticas-do-povoamento/evolucao-da-populacao-brasileira.html>. Consultado em 20/04/2025.

_____. Equipe da revista IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Área rural no Brasil em 1940. Disponível em:
<http://memoria.org.br/pub/meb000000361/censo1940vol2nac/censo1940vol2nac.pdf>. Consultado em 20/04/2025.

Manual de Jornalismo da Radiobrás: bases de um projeto coletivo para a produção de informações com foco no cidadão

Ana Paula Cardoso | Universidade de São Paulo

A elaboração do Manual de Jornalismo da Radiobrás foi um passo decisivo na para o registro da virada da empresa rumo a sua missão de instituição pública de informação voltada ao cidadão. A iniciativa surgiu da necessidade de estabelecer diretrizes editoriais claras, reforçar a missão institucional e consolidar uma cultura de qualidade baseada na ética, na transparência e na participação ativa dos profissionais da comunicação.

A empresa redefiniu a sua missão no início dos anos 2000, a partir do entendimento de que a informação é um direito fundamental e base do exercício da cidadania. Na época a Radiobrás tinha sob sua gestão nove emissoras (seis de rádio e três de televisão) e duas agências de notícias. A empresa assumiu, a partir de uma nova direção, novos papéis focados na informação de qualidade, a fim de garantir acesso universal à informação sobre o Estado, o governo e os principais assuntos da vida nacional, com objetividade e responsabilidade editorial.

Para apoiar esse reposicionamento, foi criado o Comitê de Qualidade Editorial, encarregado de orientar e acompanhar a implementação de uma estratégia editorial coesa e transparente. A ação integrou o Programa de Qualidade Editorial, estruturado sobre três pilares: a qualidade da produção jornalística, a qualificação dos profissionais e a adoção de posturas éticas.

A elaboração do manual foi conduzida de forma participativa. Além das contribuições do Comitê de Qualidade Editorial, jornalistas e radialistas da casa participaram ativamente por meio de uma pesquisa interna. O objetivo foi captar demandas reais das equipes, identificar dúvidas recorrentes e estimular o engajamento no projeto.

O manual foi concebido não apenas como um documento de referência, mas como um instrumento de trabalho acessível, direto e útil no cotidiano das redações. Sua estrutura foi organizada em quatro grandes blocos: Jornalismo, Ética, Texto e Padronização e Anexos.

O manual foi elaborado a partir de um compromisso institucional com o jornalismo público de qualidade, e não como um repositório de normas a serem seguidas. O maior mérito do projeto está na clareza dos objetivos, no engajamento das equipes e na abordagem prática e didática. Trata-se, portanto, de um documento valioso, que registra posicionamentos fundamentais sobre temas prementes da profissão na época, e ainda hoje úteis para a

produção de jornalismo de qualidade. Além disso, configura-se como referência para iniciativas de comunicação pública que tenham como foco os interesses da sociedade.

Referências

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. Manual do Radiojornalismo: Produção, Ética e Internet. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BUCCI, Eugênio. Incerteza, um ensaio: como pensamos a ideia que nos desorienta (e orienta o mundo digital). Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

BUCCI, Eugênio. A Superindústria do Imaginário: Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. São Paulo. Autêntica, 2021.

BUCCI, Eugênio. Estado de Narciso: a comunicação pública a serviço da vaidade particular. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

BUCCI, Eugênio. Sobre Ética e Imprensa. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

Manual da Redação da Folha de São Paulo. São Paulo: Publifolha, 2013.

Manual de Redação e Estilo: O Estado de São Paulo. São Paulo: Maltese, 1992

Princípios Editoriais da BBC. Disponível em:
https://www.bbc.com/portuguese/institutional/2009/04/090430_bbcguidelines

NUCCI, Celso. Manual de Jornalismo da Radiobrás: Produzindo informação objetiva em uma empresa pública de comunicação. Brasília: Senado Federal, 2006.

Cobrir ou não cobrir? Uma análise da Política de Esportes da EBC

Guilherme Gonçalves Longo | Universidade de São Paulo

Fundada em outubro de 2007, a partir do decreto nº 6.246/2007, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) surgiu a partir da junção de patrimônios e pessoal da Radiobrás com os bens públicos da União, que estavam sobre a guarda da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto, que era responsável pela TVE Brasil, como a nova responsável pela comunicação pública a nível federal.

Desde o início, uma das prerrogativas da EBC era não reproduzir as práticas da mídia comercial, se apresentando como uma alternativa para a população. Neste contexto, o esporte e a cobertura esportiva se mostraram uma grande dúvida nos primeiros anos. A radiodifusão pública tem como função divulgar o esporte? Se sim, quais modalidades? E como fugir do que é feito pela mídia tradicional?

Mesmo sem uma decisão oficial tomada, optou-se pela retomada da cobertura esportiva nos veículos da EBC, enquanto uma intensa discussão sobre o tema acontecia nos bastidores, como mostrado por Zuculoto (2017), em uma troca de e-mails sobre a questão entre os gestores, preocupados com a continuidade de práticas antigas, como o foco no futebol e, principalmente, nos times do Rio de Janeiro.

A resposta para este problema veio a partir de 2010, com dois documentos que passaram a reger a cobertura esportiva da EBC. Primeiro, veio a Resolução 03/2010 do Conselho Curador, que determinava a Política de Esportes da empresa. Três anos depois, o lançamento do Manual de Jornalismo da EBC complementou esta questão. Este trabalho visa analisar ambos os documentos, tentando compreender como a EBC vê a questão da cobertura esportiva dentro da comunicação pública e como ela tenta se diferenciar da mídia comercial.

Logo nas primeiras linhas da resolução, a Diretoria-executiva da EBC deixa claro que a cobertura esportiva “faz parte da missão da Empresa Brasil de Comunicação” (EBC, 2010, p. 6), ressaltando que esse é um tipo de serviço que

contribui para a formação da cidadania, seja pela divulgação de práticas de saúde, civismo, superação de limitações, seja pelo fortalecimento da identidade cultural ou nacional, ao destacar feitos, vitórias e derrotas de equipes nacionais ou internacionais, bem de ídolos e desportistas (EBC, 2010, p. 6).

O documento destacava as diferenças que haviam naquele momento entre os veículos da EBC, com as emissoras de rádio e televisão tendo uma tradição histórica na cobertura esportiva, enquanto a Agência Brasil de Notícias não. Como 'caminho a ser seguido', a resolução defendia um destaque maior do esporte na programação, mas com foco em modalidades que geralmente não tinham visibilidade na mídia comercial, como as olímpicas e paralímpicas, além de eventos escolares e organizados por entidades como a CUFA.

Já o Manual da EBC defende uma ampliação do universo esportivo, sem focar apenas nos resultados dos eventos, trazendo também uma abordagem econômica, política e o esporte como prática de lazer e saúde. Um dos pontos de destaque é a defesa do espaço para o esporte amador, algo que se aproxima da proposta do Jornalismo Público, como afirma Silva (2018).

A ideia aqui, segundo o Manual, está em levar ao público o esporte para além do futebol profissional, criando uma cobertura de forma que incentive a prática esportiva, inclusive defendendo uma igualdade entre o esporte tradicional e o adaptado.

A retomada da cobertura esportiva foi importante para os veículos de radiodifusão da EBC, que tinham o esporte em suas grades de programação desde o início. Porém, isso abriu as portas para uma cobertura diferenciada, onde o futebol dividia espaço com outras modalidades (LONGO, 2019).

Em suma, os documentos analisados buscam criar um escopo de trabalho para os veículos da EBC que não sejam limitantes, mas que, ao mesmo tempo, criem uma diferenciação para o que a mídia comercial faz, buscando seguir os preceitos do Jornalismo Público.

Referências

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. Resolução N° 03/2010, de 22 de fevereiro de 2010

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. Manual de Jornalismo da EBC. Brasília: EBC, 2013

LONGO, Guilherme. A cobertura das Paralimpíadas Rio-2016 na imprensa brasileira. 211 p. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019

SILVA, Luciana. O Jornalismo no Programa de Rádio A Voz do Brasil em Períodos de Crise Política – Análise de Coberturas entre 1985 e 2017. 156 p. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. Rádio Nacional do Rio de Janeiro – de emissora comercial nacional a rádio pública local. In: BIANCO, Nélia Del; KLÖCKNER, Luciano; FERRARETTO, Luiz Artur. 80 Anos das Rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017.

Tardia, mas relevante: o panorama da oferta de podcasts jornalísticos na Empresa Brasil de Comunicação

Akemi Nitahara | Universidade Federal do Rio de Janeiro

Apesar de o formato podcast ter completado 20 anos, com forte presença e participação dos Serviços Públicos de Mídia (SPM), a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) só começou a investir no chamado rádio expandido (Kischinhevsky, 2024) em 2023, por meio da Radioagência Nacional. Neste trabalho, analisamos a oferta de podcasts jornalísticos pela agência de notícias da EBC, que disponibiliza gratuitamente produtos jornalísticos em formato de áudio. A base teórica aborda o desenvolvimento do “rádio sob demanda” e a trajetória dos SPM no impulsionamento ao formato (Bonini, 2020; 2022). O levantamento qualitativo e quantitativo incluiu todas as produções de podcast jornalísticos ofertados pela Radioagência até março de 2025, com número de temporadas e episódios, tema e voz da locução, levando em consideração “a voz como marca de exclusão” no rádio (Ferro, Gomes e Zuculoto, 2022). Com temas pertinentes como direitos humanos, democracia, história da mídia, saúde e sustentabilidade, os podcasts da EBC são condizentes com as melhores práticas da comunicação pública. Trazem assuntos relevantes e invisibilizados, como história da imprensa negra, bastidores do ataque à democracia em 08 de janeiro de 2023, o drama de pessoas gordas nas enchentes do Rio Grande do Sul, doenças raras, artistas transsexuais e educação midiática. Também encontramos uma inovação no formato, com um selo de jornalismo dirigido ao público infanto-juvenil. Porém, apesar da qualidade das produções, os podcasts são invisibilizados pela própria EBC. Não identificamos estratégia de divulgação transmídia, tampouco integração dos conteúdos ao aplicativo de áudio Rádios EBC, de modo a favorecer novas modalidades de escuta e funcionalidades das plataformas como a interatividade, o que seria desejável, em linha com a missão do serviço público (Unesco, 2001). A EBC opera em defasagem e se afasta da busca por legitimidade e sustentabilidade, dois desafios para a consolidação do SPM no Brasil.

A práxis da divulgação científica (jornalismo científico) como aprofundamento, dialética, credibilidade, equidade e garantia social da informação humanizada e democrática em emissoras públicas

Ricardo Alexino Ferreira | Universidade de São Paulo

O jornalismo contemporâneo vive inúmeros dilemas e crises identitárias. Por um lado, quer ter uma vocação messiânica e utópica de imparcialidade, neutralidade e objetividade, em que julga ser singular. Por outro lado, sofre a osmose dos interesses econômicos, empresariais e político-partidários.

No entanto, esta indefinição de perfil leva a distorções comprometedoras, simulando discursos democráticos e de equidade, quando na verdade tem mais flertado com a publicidade e reificado o seu conteúdo.

As emissoras públicas também vivem estes dilemas, apesar de aparentemente não terem interesses comerciais. Muitas vezes, de forma sutil submetem-se a interesses político-partidários fazendo concessões.

Uma das alternativas para o melhor conteúdo da informação que pode levar a sair destes dilemas, a divulgação científica efetiva (jornalismo científico) pode conduzir à polissemia.

As Ciências referidas aqui não são aquelas atreladas aos paradigmas cartesianos ou positivistas e eurocentrados, mas com características decoloniais, em que o conhecimento é visto por interdisciplinaridade e transdisciplinaridade interseccionando dos pensamentos ancestrais aos contemporâneos de diferentes culturas.

Isto reverte a característica do jornalismo contemporâneo de ser muito focado no factual e na atualidade, possibilitando que crie perspectivas contemporâneas em um exercício contínuo de resgate do passado, para compreensão do presente e projeção para um futuro próximo ou mais distante.

Além do mais, traz em sua epistemologia dialética, aprofundamento e diversidades de fontes. Como estudo de caso, serão apresentados os resultados do programa radiofônico de entrevistas Diversidade em Ciência, que é veiculado na Rádio USP e completa dez anos ininterruptos no ar.

Referências

Ferreira, Ricardo Alexino. Coletânea Diversidade em Ciência. São Paulo: Rádio USP. <https://jornal.usp.br/radio-usp/sinopses/diversidade-em-ciencia-2/>

Ferreira, Ricardo Alexino. Jornalismo especializado–jornalismo científico: análise crítica, estudo de casos e a construção de novos paradigmas e de um novo currículo disciplinar. <http://galaxy.intercom.org.br>.

A justiça 4.0: digitalização, mobilidade e acesso ao território

Carin Carrer Gomes | Universidade de São Paulo

Dialogaremos como as tecnologias 4.0 impactam no acesso aos direitos e garantias, considerando as intenções da digitalização do Poder Judiciário, a mobilidade do território e a acessibilidade do sujeito. Para tanto, apresentaremos o início da nossa pesquisa de pós-doutorado no Departamento de Direito Penal, Medicina Forense e Criminologia da Faculdade de Direito da USP. Desde 2025 ela investiga como as Resoluções e recomendações do Programa Justiça 4.0 do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) são implementadas nos Tribunais Estaduais e realizadas no cotidiano das varas e dos estabelecimentos penais. Com as preocupações de acessibilidade e eficiência dos processos e execuções penais, o CNJ fomenta que a digitalização do Poder Judiciário é um instrumento para realizar, em última análise, a democracia. Geograficamente, refletiremos, junto ao 1º Congresso Internacional de Emissoras Públicas - USP, como o espaço geográfico ou os usos dos territórios, com seus atributos físicos, sociais e culturais, revelam os concretos e contraditórios impactos da digitalização na vida dos judicializados ou dos cidadãos em juízo. Pretendemos, por fim, propor uma reflexão sobre as técnicas (os objetos técnicos) estarem prenhas de desígnios. Ou seja, atualmente, o como se comunicar e se informar não é um mero, ágil e neutro instrumento para realizar qualquer ação. No mundo da globalização os meios carregam em seus âmagos importantes intenções, e eles são formas que permitem conectar instantaneamente o indivíduo com as grandes corporações, independente, por vezes, da permissão do Estado-nação.

Referências

ANDRADE, V. R. P. Pelas mãos da criminologia: o controle penal para além da (des)ilusão. Rio de Janeiro: Revan/ICC, 2017.

ANTAS JR., R. M. Espaço geográfico: fonte material e não formal do direito. São Paulo: Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BECHARA, A. E. L. S. Tecnologias disruptivas, processo penal e garantias. Observatório Cyber Leviathan e o COSMOius. 59º encontro Acadêmico, online, 12/06/2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9xAG15rN73w>. Acesso em: 12 de jun. 2024.

BOLZAN, J.; JULIOS-CAMPUZANO, A.; MAFRA, L. (Orgs.) Conexões Globais: desafios para o direito na sociedade conectada. São Paulo: Tirant, 2024.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília: Presidência da República, 1988.

BRASIL. Presidência da República. Lei n. 7.210, de 11 de julho de 1984. Institui a Lei de Execução Penal. Brasília: Presidência da República, 1984. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7210.htm. Acesso em: 14 jul. 2021.

BRASIL. Presidência da República. Decreto-Lei n. 3.689, de 3 de outubro de 1941. Código de Processo Penal. Rio de Janeiro: Presidência da República, 1941. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del3689.htm. Acesso em: 14 jul. 2021.

CACICEDO, P. L. O sistema progressivo brasileiro e suas contradições: para uma leitura crítica do direito de execução penal. *Boletim IBCCRIM*, 31(367). 2023.

CACICEDO, P. L. Ideologia e direito penal. Rio de Janeiro: Revan, 2022.

CNJ. Conselho Nacional de Justiça. Justiça 4.0. Brasília, [202-]. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/tecnologia-da-informacao-e-comunicacao/justica-4-0/>. Acesso em: 11 set. 2024.

FELICIANO, G.G. Inteligência artificial no Poder Judiciário, do Conselho Nacional de Justiça às comarcas paulistas. Congresso advocacia e justiça na era da inteligência artificial. São Paulo: IBCJ E CEDES, 20 jul. 2024.

GOMES, C. C. Circuito espacial penal: uma análise do sistema penal frente à expansão do meio técnico-científico-informacional no Brasil. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, São Paulo, 2024.

GOMES, C. C. O encarceramento latino sem condenação: análise da justiça, do território e da globalização. In: ENANPEGE, 14., 10-15 out. 2021, Campina Grande. Anais... Campina Grande: Realize, 2021.

GOMES, C. C. Confinamento na pandemia de Covid-19: reflexões sobre as condições da população encarcerada, do estabelecimento penal e da organização territorial da justiça criminal no Brasil. In: ARROYO, M; ANTAS JR., R. M.; CONTEL, F. B. (Org.). Usos do território e pandemia. Rio de Janeiro: Consequência, 2020. p. 229-250.

IBM. O que é a Indústria 4.0?. [202-]. Disponível em: <https://www.ibm.com/br-pt/topics/industry-4-0>. Acesso em: 12 set. 2024.

MENDES, G.; FREITAS, M. (Coords.) Constituição, Direito Penal e Novas Tecnologias. São Paulo: Editora Almedina, 2024.

SANTOS, M. A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1999.

SANTOS, M. Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1998.

Os desafios da regulação e o papel do compliance digital nas redes sociais e plataformas digitais na comunicação pública

Otávio Venturini | Fundação Getúlio Vargas
Lucas Scatimburgo | Fundação Getúlio Vargas

O ecossistema digital, estruturado pela lógica da vigilância algorítmica e da monetização massiva de dados, trouxe impactos significativos para a comunicação pública no Brasil. O uso intensivo de plataformas digitais e redes sociais como canais de veiculação de campanhas públicas implica novas responsabilidades para os atores envolvidos, especialmente diante da proliferação de fake news, da fragilidade da proteção de dados pessoais e da crescente adoção de inteligência artificial (IA) em processos comunicacionais. Nesse contexto, torna-se urgente discutir os limites e as possibilidades da regulação e do compliance digital, notadamente frente à atuação das big techs.

A pesquisa parte da seguinte pergunta: quais são os principais desafios regulatórios impostos pelas redes sociais e plataformas digitais à comunicação pública no Brasil, e qual o papel do compliance digital na construção de um ambiente comunicacional mais transparente, seguro e democrático? Busca-se compreender por que os avanços legislativos têm sido lentos, apesar da urgência do tema, especialmente considerando a pressão de grupos econômicos organizados, como o lobby das big techs, e os papéis ambíguos assumidos por instituições públicas.

O estudo adota uma metodologia empírica, a partir da análise de legislações existentes (como a LGPD e a EC 115/22), de projetos legislativos em debate – em especial o PL das Fake News (PL 2630/2020) – e de ações judiciais emblemáticas, como a ADI que questiona o artigo 19 do Marco Civil da Internet. Também são analisadas diretrizes infralegis recentes, como a Instrução Normativa SECOM 4/2024 e a Cartilha de Boas Práticas para mídias digitais da Administração Pública Federal, além de decisões do Tribunal de Contas da União (TCU).

Argumenta-se que, embora o Brasil disponha de marcos legais importantes para a proteção de dados e a responsabilização na esfera digital, o enforcement ainda é limitado, especialmente diante do modelo de negócios das plataformas, que favorece conteúdos polarizadores e dificulta a aplicação de regras nacionais. A comunicação pública, enquanto uma das maiores fontes de investimento publicitário do país, torna-se espaço privilegiado para tensionar a responsabilidade das plataformas quanto à veiculação de conteúdo legal e ético, e para reforçar práticas de compliance, como a adoção de ferramentas de brand safety,

curadoria de inventário digital, acompanhamento em tempo real e due diligence dos fornecedores.

Conclui-se que o fortalecimento do compliance digital na comunicação pública, articulado à regulação estatal e ao papel dativo do STF e dos órgãos de controle, representa uma relevante via para mitigar riscos e garantir uma atuação institucional mais responsável, sobretudo no contexto da crescente digitalização da esfera pública.

Do Rádio às Ruas: da Comunicação à Comunidade

Flávia Aguiar | Universidade de Brasília

Este projeto propõe uma narrativa (auto)biográfica e análise da experiência de realização do programa educativo-musical Beira Mundo na Rádio Cultura 100,9 FM do Distrito Federal. O programa realiza pesquisa de musicalidades, histórias, culturas e tradições de povos subalternos ou periféricos ao modelo capitalista da era colonialista. Este cruzo multifacetado de epistemologias cotidianas transmitido diariamente pelas ondas do rádio transformou os caminhos e as percepções de mundo da autora e dos seus ouvintes. Este relato visa contribuir como material de estudo para projetos similares e tem como base teórica um referencial teórico pós-colonialista, decolonial e antirracista.

Introdução

A Cultura 100,9 FM de Brasília é uma rádio que, em seus 34 anos de existência, atuou em prol do interesse público, com uma programação ética, responsável e democrática. Apesar de ainda ser vinculada ao Estado por meio da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do DF, carrega consigo um respaldo social da comunidade que a reconhece enquanto rádio pública devido ao serviço essencial que entrega principalmente no que diz respeito à veiculação de músicas, conteúdo e serviços comprometidos com a diversidade e a valorização de cenas locais ou "menores".

Esta rádio, que tem como motor principal o coração e a lealdade de artistas, ativistas e consumidores de cultura do Distrito Federal, me presenteou com a oportunidade de tornar-me parte integrante de sua composição. Eu, brasileira, nascida no Vale do Jequitinhonha (MG), criada em Taguatinga (DF), andarilha e curiosa de beiradas tanto do Brasil quanto do mundo.

Ao me tornar servidora pública e programadora musical da emissora, não pude deixar de trazer na bagagem a revolta contra a violência e homogeneização cultural eurocêntrica que constitui nossa formação musical enquanto brasileiros. Era necessidade criar um movimento que desafiasse o monopólio fonográfico imposto a quase todas as rádios. Foi se forjando como desejo a construção de um espaço de educação, arte e entretenimento para valorizar, fortalecer e divulgar musicalidades marginalizadas, tradicionais e contemporâneas, brasileiras e internacionais, que sobreviveram e resistiram a séculos de colonização e colonialismo e que não são ouvidas em quase nenhum lugar. (Dutra, 2025)

Assim nasceu “Beira Mundo: um encontro de povos, culturas e tradições das beiras do mundo”, programa veiculado há três anos diariamente às 7h, 14h e 22h na rádio pública do Distrito Federal. Com o passar do tempo, o programa se tornou também podcast distribuído em plataformas de streaming, pílulas audiovisuais distribuídas nas redes sociais, setlists de discotecagem pelas ruas da cidade e adentrou espaços formais de educação.

Afinal, emissoras de comunicação pública, assim como as ruas, devem ser comunidades de aprendizagem. Segundo Rufino (2017, p. 162), as ruas, e aqui adiciono também os meios de comunicação, são tecnologias pedagógicas de intervenção na realidade.

Referencial teórico

Um silêncio ecoa nos vãos de nossa memória quando buscamos reconstruir nosso passado e história. O combo genocídio/epistemicídio/racismo que fundou o conceito de Ocidente e nos constituiu “Brasil” também roubou de nós, a possibilidade de futuro, de autonomia e independência. E foi por meio do domínio simbólico de nossos ritos, costumes e língua que se fez o maior rombo de nossa história. Bâ (2010, p. 176, grifos da autora) confirma que o poder colonial extirpou “as tradições locais a fim de implantar suas próprias ideias, pois, como se diz, Não se semeia nem em campo plantado nem em terra alqueivada”. (Dutra, 2025).

Assim, a busca por narrativas que recontam nossas histórias apagadas é um ato de resistência mágica ao nosso extermínio, que infelizmente ainda segue em exercício. Para sobreviver e bem viver, é preciso uma postura ativa de contra-ataque ao colonialismo. (Santos, 2015). Desde que me dei conta das lacunas da minha própria história, passei a buscar brechas, caminhos e possibilidades de driblar esse padrão universal que não contempla nossa pluralidade. São as conhecidas Culturas de frestas cunhadas pelo historiador Luiz Antônio Simas (2019, p.85).

Todas essas formas criativas, inventivas e altamente tecnológicas, ancestrais e futuristas, de reinventar a vida confluem para uma retomada epistemológica ou um “giro decolonial” (Ballestrin, 2013) que são o arcabouço teórico que sustentam o programa.

Materiais e métodos

Para a elaboração deste documento, foi feita pesquisa documental do acervo do programa e das mídias vinculadas a ele e um sucinto relato de experiência com traços de descrição autobiográfica (Cunha, 2016).

Resultados

Era 2018, e a comunicação pública e a cultura eram os alvos principais da nova-velha dinâmica de poder que tinha recém chegado ao poder em Brasília. E assim, deu-se continuidade ao projeto de sucateamento de órgãos de comunicação pública do Distrito Federal com fins de extermínio e/ou privatização.

Foi assim que no dia primeiro de janeiro todos cargos comissionados da Rádio Cultura foram extintos e mais da metade dos trabalhadores demitidos. Restaram apenas onze servidores efetivos, divididos entre as áreas administrativas e operacionais, para tocar 24 horas de programação diárias, durante sete dias na semana. Eu, recém-chegada na emissora, ainda crua na prática radiofônica, fui incumbida de fazer quatro horas diárias de programação musical da rádio com locução ao vivo, e ainda, assumir o horário de programação destinado a “músicas do mundo”, antigamente apresentado por Paola Antony. (Dutra, 2025)

O acervo musical deste “gênero”, segundo minha percepção, não apresentava uma curadoria cultural crítica pós-colonialista. Era predominante as referências eurocêntricas ou ocidentalizadas. As músicas do sul global apresentavam uma estética mais “tribal”, e portanto não era capaz de representar a rica diversidade contemporânea de continentes como África. Então, adotei como princípio a valorização das “culturas menores”, ou seja, aquelas que “falam e se expressam, narram seu coletivo e produzem o novo em um devir cotidiano permanente”. Afinal, “o que nos interessa é o que foge aos mecanismos de controle, o que escapa, criando fluxos de resistências” (Tristão, 2016, p. 45).

A feitura desta programação começou como uma atividade apenas musical. Este formato inicial, no ano 2019, sem locução, passou a se destacar entre os ouvintes pelo esmero e diversidade da seleção. Era urgente dar voz a essa pesquisa e nomear essa gente que por tanto tempo teve seu nome apagado da história.

Assim, o Beira Mundo nasceu. Com uma pesquisa aprofundada e locuções com explicações, contextualizações e percepções afetivas das músicas tocadas. Rapidamente o programa se tornou um ponto de difusão geopolítica de histórias, contos, curiosidades, afetividades, revoluções, encantarias e diversos outros aspectos dessas culturas, apelidadas carinhosamente pelo programa de “povos, culturas e tradições das beiras do mundo”. Tornou-se também um espaço de entrevistas para que mestres, mestras, povos indígenas, agentes culturais e artistas de comunidades periféricas contassem suas próprias histórias. Entrevistei povos indígenas Mebengokré Kayapó, Krahô, Huni Kuin, Kariri Xocó, mestres do grupo Ponto BR, o ativista Thiago Ávila que trouxe o tema da Palestina Livre, Mestre

Manoelzinho Salustiano do Maracatu de Baque Solto, o nigeriano Ìdòwú Akínrúli para falar sobre Cultura Yorubá, entre tantas outros patrimônios culturais do Brasil e do mundo.

Um dos pontos de maior subversão das minhas pesquisas foi, logo cedo, ter descoberto a importância de buscar pela história não contada e buscar várias versões dos fatos. Além disso, abri meus canais de comunicação para que a pesquisa se tornasse um movimento coletivo, onde os ouvintes também fazem sugestões que agregam muito conhecimento e contribuem com indicação de músicas.

O horário de veiculação no início da manhã contemplou um público em deslocamento para a escola e trabalho: crianças, adolescentes, pais e professores. Este foi um dos fenômenos mais interessantes da experiência: transformar caminhos em possibilidades de afetividades, aprendizados, ampliação e transformação de visões de mundo de forma intergeracional a partir da arte e do entretenimento. (Dutra, 2025)

O rádio se tornou pequeno diante dos pedidos e retornos que Beira Mundo começou a receber. Ouvintes passaram a entrar em contato diariamente para relatar os impactos gerados pelo programa: “Você tira a gente da nossa bolha digital com maestria e pinta nossas beiras com coloridos diferentes. Sem falar no acalanto quando trata das contradições do coração e da vida”. Na mesma linha, outra ouvinte se manifestou: “(...) Eu não podia acreditar que um programa tão incrível e subversivo poderia existir... desde então acompanho todos os dias. Minha bagagem cultural multiplicou-se ao infinito desde que comecei a te ouvir”. (Dutra, 2025)

Então houve a necessidade de expandir o trabalho para as mídias sociais. Criei o podcast e uma playlist disponíveis no Spotify. Inaugurei também a divulgação do programa no formato reels do Instagram. A popularidade do programa foi crescendo e passei a receber convites para discotecar em festas da cidade. Atualmente o programa se tornou objeto de pesquisa do meu mestrado e está em processo de se tornar um guia afetivo-musical das beiras do mundo em formato de livro.

Mais que um programa, essa experiência tornou-se missão de vida. Neta de professora e de garimpeiro artesanal, me senti como quem faz um caminho de volta, que encontra pedras miúdas e volta para compartilhar as preciosidades com a comunidade.

Considerações finais

Infelizmente não temos instrumentos oficiais na Rádio Cultura para medir a audiência do programa. No primeiro ano do podcast no Spotify, as métricas da plataforma apontaram para uma marca de 35 mil reproduções em mais de 45 países e com 2,3 mil seguidores. Fomos um podcast Top 10 para 1,7 mil seguidores, Top 5 para 1,1 mil seguidores e Top 1 de

362 seguidores. Beira Mundo foi catalogado entre os 5% mais compartilhados do mundo, 5% mais seguidos do mundo e 10% dos que mais produziu conteúdo. Os dados hoje apontam para mais de 2 mil horas de reprodução do programa.

O programa se revelou como uma forma de sobrevivência ao sucateamento da cultura, à tentativa de extermínio de órgãos públicos e emissoras de comunicação pública e também ao movimento colonial de homogeneização da cultura. O seu sucesso aponta para o fato de que o vazio e ausência produzidos pela reprodução de padrões do colonialismo cultural não são sentidos individualmente, mas por muitos de nós, que vivenciamos essa vertigem colonialista de um país que foi construído com base no racismo, na exploração e no genocídio.

Mas mais do que modelo de produto de comunicação, arte, educação ou entretenimento, a grande vitória de Beira Mundo, sem dúvidas, foi ter se tornado comunidade.

Referências

BÂ, Amadou Hampâté. A tradição viva. In: ZERBO, Joseph Ki (org). História Geral da África I: Metodologia e pré-história da África. Brasília: UNESCO, 2010.

CUNHA, J. L. da. Aprendizagem histórica: narrativas autobiográficas como dispositivos de formação. Educar em Revista, Curitiba, Brasil, n. 60, p. 93-105, abr./jun. 2016

DUTRA, Flávia. Beira Mundo - Encontro de Povos, Culturas e Tradições: Relato e Análise de Experiência Educativa-Cultural de Programa na Rádio Cultura 100,9 FM. Debates Críticos, Provocativos e Emergentes sobre Educação e Tecnologias / Organização Braian Veloso, Claudinei Zagui Pareschi, Achilles Alves de Oliveira. – São Paulo: Pimenta Cultural, 2025. 147-181.

PACHECO, Eliezer Moreira. Os institutos federais: uma revolução na educação profissional e tecnológica. – Natal : IFRN, 2010.

RODRIGUES JÚNIOR, Luiz Rufino. Exu e a Pedagogia das Encruzilhadas. 2017. 233 f. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

SANTOS, Antônio Bispo. Colonização, Quilombo: modos e significados. Brasília: INCTI; UnB; INCT; CNPq; MCTI, 2015.

SIMAS, Luiz Antonio. O corpo encantado das ruas [recurso eletrônico] / Luiz Antonio Simas. - 1. ed. - Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 2019.

TRISTÃO, Martha. Educação Ambiental e a descolonização do pensamento. In Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental. 28-49, Ed. Especial, julho/2016. Disponível em <https://periodicos.furg.br/remea/article/view/5958>.

A divulgação de repertórios musicais marginalizados pelas rádios comerciais: o papel do projeto Violão em Foco UEM nas estratégias de inclusão cultural e diversificação do acesso

Flávio Apro | Universidade Estadual de Maringá
João Vitor Vieira Makdesi Yacoub | Universidade Estadual de Maringá

A radiodifusão, mesmo diante do avanço das tecnologias digitais, ainda se mantém como um meio de comunicação influente e acessível, sobretudo entre populações de baixa renda (ARAÚJO, 2012). Esse cenário, entretanto, encontra-se ameaçado pela crescente mercantilização da cultura, na qual a programação musical das rádios comerciais vem adotando as lógicas de mercado que privilegiam gêneros hegemônicos e ligados ao poder econômico. Como aponta Luiz Cláudio Araújo, “a cultura desenvolve-se num viés privado, orientada pela lógica do marketing e do retorno imediato” (2012, p.2), reforçando a concentração de recursos em produções alinhadas a interesses econômicos de grandes corporações.

A padronização musical, crítica fulcral da teoria adorniana, é chancelada pela Indústria Cultural. Para Adorno e Horkheimer (1986), a arte transforma-se em mercadoria serializada, destinada ao consumo passivo das massas, em detrimento da criação autêntica e artesanal. Espírito Santo e Nogaro complementam essa visão, destacando que a música de mercado é produzida de acordo com modelos industriais: “uma mercadoria que não é mais produzida pelo trabalho artesanal ou de criação artística, mas de acordo com as grandes indústrias, que propõem um modelo de industrialização e automatização da cultura” (2023, p.96). Essa prática marginaliza expressões musicais tradicionais, como o violão de concerto e ritmos regionais, que são manifestações consagradas de democratização e de educação. Diante dessa homogeneização, iniciativas públicas e acadêmicas surgem como focos de resistência: rádios universitárias e projetos de extensão, por exemplo, assumem papel estratégico na promoção da diversidade cultural.

O Projeto de Extensão “Violão em Foco”, vinculado ao curso de Música da Universidade Estadual de Maringá (UEM), ratifica essa (o)posição. Em sua segunda temporada em andamento, sua divulgação pública utiliza plataformas virtuais e rádios universitárias para publicizar repertórios excluídos pelo mainstream (como música instrumental, choro, milonga, tango e maxixe), além de repertórios históricos (barroca, renascentista), latino-americanos, brasileiros e contemporâneos. Estruturado em minipodcasts, o projeto combina performance e educação: estudantes de graduação e egressos executam obras e oferecem contextualizações sobre compositores e estilos, rompendo com a falsa oposição entre

conhecimento e acessibilidade. Essa abordagem não apenas preserva tradições musicais, mas também desafia a hierarquia estética imposta pela indústria fonográfica, que se mantém pautada aos interesses de investimentos bilionários em gêneros massificados (ESPÍRITO SANTO; NOGARO, 2023). Ao integrar alunos e comunidade, o projeto Violão em Foco vem reforçando o papel das universidades como espaços de resistência cultural, democratizando o acesso a repertórios pluralistas e fomentando uma escuta crítica.

Referências

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Tradução de Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1986.

ARAUJO, Luiz Cláudio Taya de. *Cultura contemporânea: arte e mercantilização*. 2012. Disponível em: https://www.iar.unicamp.br/lab_arte_midia/artigos/luiz_claudio_arte_mercantilizacao.pdf. Acesso em: 21 abr. 2025.

ESPÍRITO SANTO, E. R. do; NOGARO, A. Música como mercadoria e consumo: a ideologia regressa e massificada da indústria cultural. *Revista Interdisciplinar Sulear*, v. 5, n. 13, p. 92–103, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.36704/sulear.v5i13.6503>. Acesso em: 21 abr. 2025.

Rádio universitário e esfera pública: proposta de uma agenda de pesquisa sobre a programação musical

Helton Lucinda Ribeiro | Universidade de São Paulo

Introdução

Uma das características das rádios universitárias no Brasil é a programação musical com ênfase em música brasileira, mais especificamente a MPB (Zuculoto, 2012; Ribeiro, 2023). A pergunta que norteia esta pesquisa é: a seleção musical das emissoras universitárias configura uma programação de interesse público?

Metodologia

O principal referencial teórico da pesquisa é a noção habermasiana de esfera pública. Para Habermas (2014), a esfera pública é o espaço onde se dá o debate mediante razões do qual resulta a formação da opinião e da vontade. Um exemplo de estudo da programação musical de emissoras de rádio a partir da teoria da esfera pública é a pesquisa realizada por Fairchild (2012) com rádios comunitárias. A teoria permite ao autor perceber que o sistema comercial de radiodifusão opera com uma racionalidade instrumental, voltada a fins econômicos, enquanto as rádios comunitárias estariam em condições de adotar uma racionalidade comunicativa, voltada ao entendimento.

A metodologia proposta é a análise dos dados dos relatórios elaborados para o ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição). Consoante com essa metodologia, adota-se o estudo de caso da Unesp FM. A escolha da Unesp FM se dá pela facilidade oferecida para que se aplique o método de pesquisa proposto, uma vez que ela divulga os relatórios do ECAD em sua página na internet.

Resultados obtidos

Para fins do presente trabalho, optou-se pela análise do último relatório ECAD publicado pela Unesp FM, referente a agosto de 2024. Na Tabela 1, estão relacionadas as 15 canções mais tocadas pela Unesp FM em agosto de 2024. Nota-se o predomínio da canção popular brasileira.

Tabela 1 – Canções mais tocadas na Unesp FM em agosto de 2024

	Canção
1	A História De Lily Braun
2	Estácio, Holly Estácio
3	Me Deixa Em Paz
4	Canto De Ossanha
5	Diz Que Fui Por Aí
6	Save The Children
7	A Saudade Mata A Gente
8	Agora Só Falta Você
9	Berimbau
10	Can't Take My Eyes Off You
11	Come With Me
12	Fica Melhor Assim
13	How Deep Is Your Love
14	Lábios de Mel
15	Por Causa de Você, Menina

Fonte: Unesp FM, 2024 (elaboração do autor)

Para as rádios em geral, incluindo as emissoras comerciais, o dado disponível é o ranking do ECAD, divulgado a cada três meses. Em janeiro de 2025, foram disponibilizados os dados referentes a julho, agosto e setembro de 2024. Na Tabela 2, podemos ver o ranking das 10 mais tocadas na região Sudeste.

Tabela 2 – Ranking das mais tocadas no rádio (jul., ago. e set. 2024, Região Sudeste)

	Canção
1	Dois Tristes
2	Relação Errada
3	Chorosa
4	Gosta de Rua
5	Escrito nas Estrelas
6	Corpo Sexy
7	Matadinha da Saudade
8	Fivela com Fivela
9	Aproveita

10 Flowers

Fonte: ECAD, 2025.

Em comum, as Tabelas 1 e 2 têm o predomínio de canções brasileiras. A diferença está nos gêneros veiculados. Na Tabela 1, prevalece a MPB, enquanto na Tabela 2, a maioria pertence ao gênero sertanejo. O relatório ECAD da Unesp FM também permite verificar que nenhuma das músicas da Tabela 2 foi executada pela emissora universitária no mês de agosto.

Considerações Finais

Se entendermos, como Fairchild (2012), que há uma diferença entre a razão instrumental de uma emissora comercial e a razão comunicativa de uma emissora comunitária/pública, e que a música é capaz de alargar os limites de uma esfera pública democrática, os dados obtidos por meio do relatório ECAD da Unesp FM são promissores. Eles evidenciam a diferença entre a programação da emissora universitária e a programação das rádios comerciais, possivelmente decorrente da diferença de racionalidade apontada. A hipótese a ser investigada em pesquisas futuras é se, ao configurar uma esfera pública democrática, a emissora contribui para a própria produção social do interesse público.

Referências

ECAD. Ranking das mais tocadas. Disponível em: <https://www4.ecad.org.br/ranking/>. Acesso em: 31 mar. 2025.

FAIRCHILD, Charles. Music, radio and the public sphere: the aesthetics of democracy. Houndmills, Basingstoke, Hampshire New York: Palgrave Macmillan, 2012.

HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

RIBEIRO, Helton Lucinda. Rádio universitário: programação musical e esfera pública. In: VICENTE, Eduardo. (org.). Sonoridades midiáticas: rádio, música e cinema. São Paulo: ECA/USP: Tikibooks, 2023. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/directbitstream/d0fb8ed6-6414-41df-972a-a5dd0a1ff46f/003143722.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2025.

UNESP FM. Relatório geral de músicas veiculadas pela rádio Unesp FM em agosto de 2024. Bauru, 2024. Disponível em: <https://radio.unesp.br/programa/ecad>. Acesso em: 5 abr. 2025.

ZUCULOTO, V. R. M. A programação de rádios públicas brasileiras. Florianópolis: Insular, 2012.

Ficção seriada brasileira nas TVs públicas: fomento estatal, produção regional e novos olhares para a nação

Lucas Martins Néia | Centro Universitário Senac

Partindo de políticas de financiamento e estímulo à produção audiovisual implementadas pelo Estado brasileiro ao longo da década de 2010, este trabalho tenciona traçar um panorama das teleficções produzidas por meio dos três editais do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro voltados às emissoras públicas (Prodav/TVs Públicas) - dois promulgados nas presidências de Dilma Rousseff e uma no governo de Michel Temer. Tais certames viabilizaram a realização de séries e minisséries que, provenientes das cinco regiões do país, abordaram temas vinculados a questões de classe e gênero, representatividade negra, memória histórica da nação, sustentabilidade e direito das minorias. Veiculadas primeiramente nas TVs públicas estaduais, algumas dessas obras ganharam janela nacional quando exibidas pela TV Brasil e/ou pela TV Cultura (LOPES et al., 2019) - que, desta forma, propiciaram certo destaque a perspectivas locais dentro de um sistema midiático que privilegia apreensões e sentidos da identidade nacional ancorados no imaginário da Região Sudeste (NÉIA, 2023).

Autores como Fuenzalida (2006, 2013, 2015), Bolaño e Brittos (2008), Bucci (2010, 2013), Heram (2019) e Orozco Gómez e Torres Espinoza (2019) são convocados para uma reflexão acerca das potencialidades e limitações dos modelos de TV pública no Brasil, de modo particular, e na América Latina, de modo geral. Munidos deste quadro teórico, objetivamos nos ocupar mais detidamente do(s) circuito(s) da cultura - consumo, produção, regulação, representação e identidade (HALL, 2016) - engendrado(s) pelos editais Prodav/TVs Públicas e pelas obras ficcionais que deles resultaram. Ao se proporem a dinamizar o âmbito da produção independente fora do eixo Rio-São Paulo, esses editais levaram à realização de títulos cujas noções de brasilidade ultrapassam aquelas costumeiramente contempladas pelas narrativas do mainstream - notadamente as telenovelas, responsáveis, desde o final dos anos 1960, pela consolidação de sentidos de nação calcados majoritariamente no eixo Rio-São Paulo ou em visões pouco variantes do chamado "Brasil profundo" (HAMBURGER, 2005; LOPES, 2009; NÉIA, 2023).

É importante, contudo, destacar os desafios encarados por tais produções no que diz respeito à sua difusão e repercussão em circuitos nacionais: quando algumas delas foram ao ar na TV Brasil e na TV Cultura, acabaram à mercê de estratégias de divulgação um tanto comedidas e de horários pouco atrativos para o grande público, como as madrugadas.

Ademais, projetos inscritos no edital Prodav/TVs Públicas lançado em 2018, ainda na gestão de Michel Temer, foram abertamente censurados, em 2019, pelo então presidente Jair Bolsonaro antes da divulgação do resultado do certame, em um contexto de asfixia e paralisação da Agência Nacional do Cinema (Ancine) - bem como o desmonte do setor cultural como um todo - que marcou aquele governo.

Baseados, por fim, em iniciativas de outros canais públicos latino-americanos (ÂNGELO, 2021), almejamos discutir como a convergência e retroalimentação entre a televisão e o circuito do streaming pode, na atualidade, dar vazão a novos modelos de visibilidade para as obras derivadas dos editais referidos acima - levando em conta, inclusive, as prospecções referentes ao lançamento da Tela Brasil, plataforma pública de vídeo sob demanda articulada pela atual gestão do Ministério da Cultura (MinC) e que, de acordo com o que foi divulgado até agora, tem como propósito a democratização do acesso a produções nacionais. Também nos interessa verificar se as perspectivas engendradas na década passada ainda se refletem em iniciativas recentes voltadas para o setor da comunicação audiovisual pública, como a chamada Seleção TV Brasil, fruto de uma parceria entre a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), a Ancine e o próprio MinC - e que abrange, entre suas linhas temáticas, uma voltada especificamente à produção de telenovelas.

A importância das rádios universitárias para a esfera acadêmica e social: projeto Violão em Foco

Paulo Lopes | Universidade Estadual de Maringá
Fernando Francisco Bana | Universidade Estadual de Maringá

O presente trabalho busca elucidar a importância das rádios universitárias e plataformas digitais na divulgação do projeto de extensão Violão em foco, tanto na formação universitária em Música, quanto no acesso da comunidade aos conteúdos desenvolvidos no âmbito acadêmico, mais especificamente do Bacharelado em Violão do Curso de Graduação em Música da Universidade Estadual de Maringá (UEM), sob a coordenação dos professores doutores Flávio Apro e Paulo Lopes, com apoio e veiculação da Rádio UEM, transmitida também em parceria com a Rádio UEL e UFRJ.

Flavi Ferreira Lisboa Filho (2022), comenta que é fundamental disseminar a importância da Extensão, visto que, cada vez mais, ela assume o compromisso com a inserção social dos programas, que é uma das dimensões avaliadas e que viabilizam uma integração entre a pesquisa e a sociedade (p. 41). Assim, o Violão em foco, permite aos discentes do Bacharelado em Violão, desenvolver habilidades que vão além da performance instrumental, sendo este um espaço seguro de experimentação musical e exploração de novas ideias que oferta novas possibilidades de atuação, por meio da participação ativa em programas radiofônicos. Logo, concordamos com os pesquisadores Cinthia Quadrado, Francisco Filho e Juliana Betti (2012), quando afirmam que:

O aluno que tem a oportunidade de vivenciar as rotinas de produção radiofônica em suas diferentes etapas torna-se capaz de avaliar o processo comunicacional, melhorando a qualidade de sua formação profissional (p. 5).

Tal experiência envolve a pesquisa, a gravação de peças, a locução, a edição e a divulgação em redes sociais e nas plataformas de streaming, e pode trazer diversos benefícios extra acadêmicos, como o contato instrutivo com a comunidade externa, que oportuniza a divulgação do curso, e, no âmbito interpessoal, mediados pela vivência, por meio do conhecimento científico no que tange aos aspectos socioambientais.

Portanto, as gravações dos programas do Violão em foco criam um importante registro das atividades desenvolvidas, servindo como material de pesquisa para futuras gerações de estudantes. Diferentemente da prática e da performance, a gravação permite ouvirmo-nos objetivamente, identificando com clareza imperfeições técnicas, que podem passar despercebidas durante a execução.

Todavia, no que se refere à comunidade externa, busca promover a oportunidade de ouvir regularmente um repertório diversificado de música instrumental, de maneira acessível e interessante, executado por acadêmicos, como meio de desmistificar a hegemonia do cânone musical. Acerca do caráter didático, a proposta possui uma feição informativa, ao contar, além da reprodução musical, com uma contextualização das obras e de seus autores, realizada pela pesquisa de discentes, docentes e especialistas, favorecendo uma maior diversidade de perspectivas.

Por fim, podemos observar que o projeto Violão em foco difunde o repertório violonístico produzido pelos discentes da universidade, e estimula seu interesse no âmbito das comunidades que acessam o conteúdo das rádios que o veiculam, de modo que assentimos que “de forma geral, a rádio universitária promove interatividade, enriquece a oferta de mídia, e serve como um espaço para inovação e aprendizado, com potencial educativo ainda em desenvolvimento” (MANHIQUE, 2024, p. 7), devendo ainda esse veículo ser fruto de maiores e melhores subvenções públicas, por se tratar de um meio comum e gratuito de comunicação promotora do entretenimento em prol da arte e do conhecimento científico.

Referências

CARNEIRO, I. et al. Reflexões sobre a “1 Mostra Virtual de Música do Campus João Pessoa”, v. 9 n. 19 (2021): Revista Praxis: saberes da extensão. Disponível em: <https://periodicos.ifpb.edu.br/index.php/praxis/article/view/5461>. Acesso em: 16 abr. 2025.

QUADRADO, C.; FILHO, F.; BETTI, J. Núcleo Artístico da Rádio Unesp Virtual: produção, experimentação e ensino na extensão universitária. Trabalho apresentado no IJ 5 – Comunicação Multimídia do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2012. Disponível em: www.intercom.org.br/PAPERS/REGIONAIS/SUDESTE2012/resumos/R33-1349-1.pdf. Acesso em: 16 abr. 2025.

LISBÔA FILHO, F. F. Extensão universitária: gestão, comunicação e desenvolvimento regional. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/23643>. Acesso em: 16 abr. 2025.

MANHIQUE, D. Projecto experimental de revitalização da Rádio Universitária da Escola de Comunicação e Artes da UEM. TCC (Licenciatura em Jornalismo) - Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane. Maputo, p. 44, 2024. Disponível em: <http://monografias.uem.mz/handle/123456789/4191>. Acesso em: 16 abr. 2025.

SÃO PAULO - BRASIL
21 E 22 DE MAIO

1º CONGRESSO INTERNACIONAL DE EMISSORAS PÚBLICAS

O PAPEL DAS EMISSORAS
PÚBLICAS NO ECOSSISTEMA
MIDIÁTICO E DIGITAL PARA A
PROMOÇÃO DA DEMOCRACIA

ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO



COORGANIZAÇÃO E APOIO

