

Pensar a inovação da comunicação pública em sentido estrito: caminhos e desafios do caso brasileiro

Josefi Marques

(Instituto Atrium)

(joseti.marques@institutoatrium.org)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9756-6868>

Elton Bruno Pinheiro

(Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho)

(elton.pinheiro@ics.uminho.pt)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1465-1288>

Luís António Santos

(Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho)

(lsantos@ics.uminho.pt)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7062-0307>

Josefi Marques: Jornalista profissional, com mestrado e doutorado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, (UFRJ) e pós-doutorado pela Universidade de Brasília (UnB). É membro da UNESCO MIL Alliance e da Associação Latino-Americana de Pesquisadores em Comunicação (ALAIIC). Diretora de Pesquisa no Instituto Atrium, organização da sociedade civil, onde atua no desenvolvimento de projetos em literacia midiática e informacional com abordagens de Ciência Cidadã. Sua produção tem-se concentrado na análise crítica das relações entre comunicação, democracia e poder simbólico no contexto brasileiro.

Elton Bruno Pinheiro: Investigador Integrado e Professor de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho (UM). Pesquisador no programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Doutoramento em Comunicação e Sociedade, pela UnB. Pós-doutorado em Ciências da Comunicação, pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS / UM). Mestre em Comunicação e Culturas Mediáticas Audiovisuais e Bacharel em Comunicação Social, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Estuda Serviços Públicos de Média, Jornalismo e Som, em suas relações com a qualidade da informação, a literacia mediática e a inovação.

Luís António Santos: Professor Associado de Ciências da Comunicação na Universidade do Minho. É doutorado em Ciência da Comunicação pela UM e tem um mestrado em Política Internacional, pela School of Oriental and African Studies (SOAS) – Universidade de Londres. Foi jornalista durante mais de uma década, tendo trabalhado para meios de Imprensa, Rádio e Televisão. Tem interesse nas mudanças que ocorrem no jornalismo, nos formatos que ajudam a repensá-lo e nas arquiteturas de regulação dos novos espaços informativos. É membro eleito do Conselho Geral da Universidade do Minho e diretor-adjunto do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

Submissão: 10/04/2026

Aceitação: 17/04/2026

Pensar a inovação da comunicação pública em sentido estrito: caminhos e desafios do caso brasileiro

Resumo (PT): A entrevista com Joseti Marques apresenta uma análise crítica e aprofundada sobre os desafios estruturais, políticos e epistemológicos do amplo campo da “comunicação pública” no Brasil. A partir de sua trajetória profissional e longa experiência na Ouvidoria/Provedoria da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Joseti Marques discute as tensões entre comunicação pública, estatal e privada, problematizando a adoção do conceito de “Serviço Público de Mídia” no contexto brasileiro. A entrevistada destaca fragilidades como a interferência governamental, a ausência de um modelo discursivo próprio e a dificuldade de consolidação de uma identidade institucional autônoma. Ao mesmo tempo, aponta a necessidade de inovação, participação social e articulação com universidades como caminhos para fortalecer o setor. A entrevista também enfatiza a importância de compreender fenômenos contemporâneos, como a desinformação, a partir de abordagens complexas, defendendo que os meios públicos de comunicação podem assumir um papel estratégico na promoção da democracia, da cidadania e do pensamento crítico.

Palavras-chave: Comunicação Pública, Serviço Público de Mídia, Ouvidoria, Inovação.

Thinking about the innovation of public communication in the strict sense: paths and challenges of the Brazilian case

Abstract (EN): The interview with Joseti Marques presents a critical and in-depth analysis of the structural, political, and epistemological challenges within the broad field of “public

communication” in Brazil. Drawing on her professional trajectory and extensive experience at the Ombudsman’s Office of the *Empresa Brasil de Comunicação* (EBC), Marques discusses the tensions between public, state, and private communication, questioning the adoption of the concept of “Public Service Media” in the Brazilian context. She highlights key weaknesses such as governmental interference, the absence of a distinctive discursive model, and the difficulty in consolidating an autonomous institutional identity. At the same time, she points to innovation, social participation, and collaboration with universities as essential paths for strengthening the sector. The interview also emphasizes the importance of understanding contemporary phenomena, such as disinformation, through complex approaches, arguing that public media can play a strategic role in promoting democracy, citizenship, and critical thinking.

Keywords: Public Communication, Public Service Media, Ombudsman, Innovation.

Pensar a inovação da comunicação pública em sentido estrito: caminhos e desafios do caso brasileiro

Entrevista a Joseti Marques

O Serviço Público de Mídia no Brasil constitui-se como um campo em construção, marcado por tensões históricas, institucionais e conceituais que desafiam sua consolidação enquanto espaço autônomo e comprometido com o interesse público. Diferentemente de outros contextos internacionais, em que a radiodifusão pública desempenhou papel central na formação dos sistemas de mídia, o caso brasileiro caracteriza-se por uma trajetória dominada pela comunicação privada e estatal, com a vertente pública institucionalizada apenas a partir da criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2007.

Neste cenário, emergem debates relevantes sobre os limites, as possibilidades e os sentidos da mídia pública, especialmente diante das disputas conceituais em torno de termos como “Serviço Público de Mídia”, cuja adequação ao contexto nacional é questionada por diversos(as) pesquisadores(as) e profissionais do campo. A entrevista com Joseti Marques insere-se nesse debate ao oferecer uma reflexão crítica ancorada em uma trajetória profissional extensa e diversificada, que articula prática jornalística, formação acadêmica e atuação institucional na Ouvidoria da EBC.

Ao longo da entrevista, Marques problematiza a fragilidade estrutural do que prefere conceituar como “comunicação pública em sentido estrito”, no Brasil, destacando fatores como a interferência governamental, a ausência de um modelo discursivo próprio e a dificuldade de estabelecer uma identidade diferenciada em relação à comunicação estatal e privada. Sua análise evidencia que, para além de questões organizacionais e legais, há um desafio epistemológico mais profundo: a construção de um campo de conhecimento e prática que seja capaz de sustentar uma comunicação verdadeiramente pública, orientada por princípios democráticos, pluralistas e emancipatórios.

A entrevistada também aponta a necessidade de inovação como elemento central para o fortalecimento do setor, defendendo a criação de espaços institucionais votados à pesquisa, ao desenvolvimento e à experimentação. Nesse contexto, destaca-se a importância da participação social e da articulação com universidades, ainda que reconhecendo os limites dessa relação no atual arranjo institucional.

Por fim, a entrevista propõe uma abordagem mais complexa para a compreensão de fenômenos contemporâneos, como a desinformação e os discursos de ódio, sugerindo que os meios públicos de comunicação social podem assumir um papel de vanguarda na construção de respostas mais críticas e reflexivas. Assim, o diálogo apresentado, além de diagnosticar consideráveis desafios do amplo campo da “comunicação pública”, aponta caminhos possíveis para a sua reinvenção no ecossistema midiático contemporâneo.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Joseti Marques, você poderia se apresentar de forma a destacar um pouco sua formação acadêmica e trajetória profissional, o que inclui a sua atuação de muitos anos na Ouvidoria da EBC, e nos explicar um pouco mais sobre a sua relação com os meios de comunicação social de serviço público?

Joseti Marques

Sou graduada em Letras, Português/Inglês, e, ainda estudante, passei em um concurso para estágio no setor de revisão de textos do lendário *Jornal do Brasil*, que encerrou as atividades em 2010, após 119 anos de edições impressas. Depois do estágio, fui efetivada; e, neste jornal, o antigo *JB*, teve início a minha trajetória profissional no Jornalismo.

Quando a profissão foi regulamentada, em 1969, os profissionais que já atuavam na imprensa puderam obter o registro de jornalistas profissionais, inclusive sendo legalmente autorizados a ministrar disciplinas técnicas nos cursos superiores de jornalismo. Tempos depois, após ter passado pelo jornal *O Globo* como subeditora na editoria de Grande Rio, voltei ao *JB* como chefe de Reportagem na editoria de Economia; também atuei na editoria de Política e na Rádio JB, como redatora de Economia.

Naquela época, os jornalistas de impressos desdenhavam um pouco do telejornalismo, mas, em um mercado de trabalho difícil, a vida vai nos levando para o que ainda não percebíamos como oportunidade; então, fui chamada para trabalhar na redação dos telejornais da hoje extinta TV Manchete, durante a transmissão das Olimpíadas de Los Angeles, porque além de jornalista eu também era tradutora. Daí em diante, foi como se houvesse encontrado o lugar profissional onde queria estar.

Depois dessa experiência, trabalhei por quase oito anos naquela emissora, que saiu definitivamente do ar em 1999. Lá, fui produtora, editora, subeditora e cheguei a ser diretora da parte jornalística de uma produção chamada Programa de Domingo, que concorria com o Fantástico, líder de audiência da TV Globo — onde também trabalhei por algum tempo, voltando depois para a TV Manchete, emissora mais alinhada com os princípios aprendidos no *Jornal do Brasil*.

Em 2004, fui eleita para a Diretoria de Jornalismo da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), sendo também editora do *Jornal da ABI* no mesmo período. Representando a entidade, participei da Comissão de Revisão do Código de Ética dos Jornalistas, promovido pela Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ). Anos depois, fui eleita para presidir o Conselho Deliberativo da ABI.

Mas foi no *Jornal O Globo* que percebi que precisava sistematizar o conhecimento empírico que havia adquirido nas redações das diferentes empresas; melhor dizendo: precisava entender todo aquele turbilhão de experiências tão distintas do jornalismo que aprendi, na prática, no antigo *JB* — jornalismo comprometido com as pessoas, a sociedade e o interesse público, o que passou para a história da imprensa como uma visão romântica, idealizada e vocacional da profissão. Tangida por essa aflição, achei que precisava entender aquele ambiente de tantas contradições; foi quando decidi participar de um concurso para o mestrado na pós-graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Ali encontrei conhecimento, mas

não respostas, pelo menos não as que buscava na expectativa de redimir o jornalismo de sua própria natureza e essência. Nesse período, fui professora substituta por dois anos e meio na própria ECO, iniciando então uma carreira paralela na docência do ensino superior — durante alguns anos atuei, ao mesmo tempo, como diretora-geral de Jornalismo de uma emissora privada e como docente em universidades particulares. Nos dois anos seguintes à conclusão do mestrado, permaneci como ouvinte naquela Escola de Comunicação, até começar a cursar oficialmente o doutorado, concluído em 2006. Recentemente, cumpri um ano de estágio pós-doutoral na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC-UnB), analisando os dilemas enfrentados e as perspectivas de consolidação da comunicação pública inaugurada com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

A minha experiência na Ouvidoria da EBC é um capítulo à parte. Depois de anos vivenciando e refletindo comunicação, jornalismo e imprensa, a Ouvidoria foi como uma oportunidade de ajudar, na prática, a construir um modelo de jornalismo que jamais poderia ser praticado em emissoras ou jornais comerciais. Sim, porque uma das funções mais relevantes da Ouvidoria da EBC, prescrita em lei, é a análise crítica dos produtos jornalísticos e de entretenimento, com o objetivo de atingir padrões de excelência no que se refere ao interesse público, contribuindo para a formação do pensamento crítico das audiências, em prol da igualdade, da justiça social e da democracia — que são alguns dos princípios e objetivos da radiodifusão pública definidos na lei de criação da EBC, e que tanto se aproxima daquela “visão romântica” do jornalismo e da imprensa, antes da adoção do padrão empresarial de objetividade técnica, baseado no modelo estadunidense.

O meu primeiro cargo na Ouvidoria da EBC, em 2011, foi de ouvidora-adjunta para a TV Brasil, convidada pela então Ouvidora Regina Lima, a quem sempre vou agradecer sincera e imensamente pela oportunidade. Foram dois anos e meio observando, avaliando e fazendo a crítica das produções e dos telejornais da TV Brasil. Uma das exigências do convite era criar um programa de 30 minutos semanais para a Ouvidoria, a ser exibido na TV Brasil, conforme previsto na lei de criação da EBC — não apenas criei, mas fui diretora, redatora e editora do programa de ouvidoria chamado O Público na TV, durante todo o período como ouvidora-adjunta. O programa tinha problemas de ordem técnica que certamente não aconteceriam em uma emissora privada, mas tinha índices de audiência melhores do que muitas produções da emissora pública.

Ao fim do mandato da então ouvidora-geral, fiquei no cargo interinamente por uns meses, até que o Conselho Curador definisse o perfil para titulares da Ouvidoria, que deveriam reunir comprovada experiência profissional e titulação acadêmica no campo da Comunicação. Fui então convidada a dar continuidade ao trabalho, assumindo a Ouvidoria-Geral. Ao final do primeiro mandato, fui reconduzida para mais dois anos, último período conforme determina a lei da EBC. No total, foram seis anos e meio como observadora privilegiada da “comunicação pública em sentido estrito”, como costume me referir à parte pública do sistema de radiodifusão do Brasil.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Qual a importância do Serviço Público de Mídia para a sociedade?

Joseti Marques

O advento da EBC como política pública para a comunicação, atendendo ao Art. 223 da Constituição Federal brasileira sobre a complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal da radiodifusão, é tão fundamental quanto tardo no ecossistema comunicacional do país. Antes de responder diretamente à pergunta sobre a inquestionável relevância das mídias públicas como política de Estado, gostaria de, com todo respeito a opiniões divergentes, manifestar minha preocupação com a adoção da tradução automática do conceito Serviço Público de Mídia (SPM) ao nos referirmos às mídias públicas administradas pela EBC. E justifico: “comunicação pública”, no Brasil, é um conceito em disputa, que ultrapassa o mero campo da retórica, situando-se na esfera da luta por hegemonia política. Para maior clareza nessa entrevista e tendo em conta as interpretações e definições avançadas por campos hegemônicos historicamente estabelecidos, vou me referir à parte pública conforme está prevista na Constituição e configurada pelas mídias públicas geridas pela EBC como Comunicação Pública em Sentido Estrito (CPSE) — entendida como a parte pública do sistema prevista na Constituição, que nasceu de uma utopia, se inscreveu ao lado de sistemas hegemônicos privados e estatais e se materializou com a criação da EBC.

Nesse sentido, acredito que a adoção automática da tradução do conceito de SPM viria de alguma forma a contribuir para o fortalecimento de proposituras que negam a relevância

das mídias públicas como instâncias democráticas vinculadas à sociedade civil, que devem ser mantidas pelo Estado como política pública de comunicação. O assédio sobre a parte pública da radiodifusão e comunicação, no Brasil, persiste desde a Constituinte, como mostra detalhadamente Venício A. Lima, em *Comunicação na Constituinte de 1987/88: a Defesa de Velhos Interesses*, originalmente publicado no Caderno Ceac/UnB, em 1987.

Tendo em conta esse contexto, considero que a adoção do termo Serviço Público de Mídia para nos referirmos à mídia pública configurada pelos veículos geridos pela EBC — e, por extensão, à parte pública do sistema de radiodifusão previsto na Constituição brasileira — reforça a percepção de que a mídia pública, ainda carente de uma identidade discursiva clara, seria apenas mais um aparato, sequer estatal, mas dos governos vigentes. Essa visão, alimentada pela mídia comercial para caracterizar a CPSE como uma extensão do Poder Executivo, cria um ambiente de opinião pública favorável a eventuais ameaças de privatização, como ocorreu no governo Bolsonaro, sob o pretexto de que o modelo público seria inerentemente ineficaz e passível de aparelhamento. Exemplo emblemático dessa construção narrativa, nos primeiros anos após a inauguração da TV Brasil, veículos da grande imprensa chamavam a TV pública de "TV Lula".

Os obstáculos para a consolidação e fortalecimento da CPSE são muitos, e a questão da definição conceitual é uma delas. Sob a justificativa de resolver o problema, uma prestigiada associação de profissionais e acadêmicos do campo das relações públicas, assessoria institucional e de governos, a ABCPública, apresentou uma proposição à Câmara Federal com a seguinte ementa: “Estabelece o conceito e diretrizes da Comunicação Pública, dispõe sobre a organização dos Serviços de Comunicação Pública nos poderes das esferas federal, estadual, distrital e municipal, nos órgãos autônomos, empresas públicas e entidades conveniadas, e dá outras providências”. Nesse rol de abrangência ampliada, as mídias públicas geridas pela EBC passam a ser parte de um conjunto de mídias que prestam serviço de comunicação de Estado — e que historicamente também se confundem com comunicação de governos e suas instituições.

A proposição foi aprovada, tramitando na Câmara como Projeto de Lei (PL) 1202/2022; no momento dessa entrevista, o PL estava em análise na Comissão de Comunicação da Câmara, sob a relatoria do deputado federal delegado Paulo Bilynskyj, do Partido Liberal,

o mesmo partido do ex-presidente Jair Bolsonaro, hoje condenado e preso por tentativa de golpe de Estado. Na gestão do ex-presidente, a EBC estava em uma lista de empresas públicas a serem privatizadas, o que acabou não acontecendo. No entanto, as emissoras públicas foram transformadas em plataforma de propaganda político-ideológica de seu governo, com a junção dos veículos públicos às mídias de Estado, também administradas pela EBC.

Por isso considero que a atenção aos conceitos, no caso brasileiro, ultrapassa a mera questão retórica e avança sobre a perspectiva de que a CPSE possa ter a chance de desenvolver seu potencial, necessário e urgente em um contexto midiático de ameaças e risco à democracia. Em um ecossistema comunicacional excludente e hostil como o que enfrenta a nova entrante, considero que seria mais adequado nos referirmos a Serviço de Mídias Públicas (SMP), focalizando mais a parte simbólica de pertencimento à sociedade, do que o fato administrativo de ser um serviço de Estado, sustentado com recursos públicos, que é a percepção que, acredito, seria a mais imediata ao senso comum sobre o conceito Serviço Público de Media (SPM).

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Na sua percepção, quais as principais fragilidades do Serviço Público de Mídia?

Joseti Marques

Há inúmeras fragilidades no sistema, exaustivamente debatidas em artigos e teses. A maioria dessas análises focaliza problemas práticos e evidentes, a exemplo da dependência institucional em relação à Secretaria de Comunicação do Governo Federal (Secom), o que certamente compromete sua autonomia. Mas há uma outra fragilidade que, se resolvidas as demais, ainda será um obstáculo para o desenvolvimento e reconhecimento da CPSE: o modelo discursivo de programação e jornalismo que, de certa forma, reproduz paradigmas da comunicação privada, aprendidos e incorporados tanto pelos profissionais que atuam diretamente na produção de conteúdos, como por dirigentes da empresa. Creio que esta preocupação deveria caminhar *pari passu* com as demais, na busca por um modelo discursivo contra-hegemônico, a ser inventado, aprendido e praticado até que se imponha e seja reconhecido pelas audiências e pela sociedade por seu diferencial.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Como ampliar e/ou fortalecer a percepção dos cidadãos e cidadãs sobre a relevância deste segmento da Comunicação Social?

Joseti Marques

A percepção que a grande maioria dos cidadãos e cidadãs brasileiros tem hoje sobre o SMP gerido pela EBC é aquela difundida pela mídia privada desde a entrada da parte pública do sistema de radiodifusão: a de que são emissoras do governo, que atendem a interesses de publicidade de ministérios, de ministros, de governos e de governantes. A TV Brasil, por exemplo, carregou durante seus primeiros anos a pecha de “TV do Lula” – e temos de admitir que houve motivos para isso. A interferência de governos, sejam eles quais forem, é outra das enormes fragilidades do sistema. Mudar essa percepção talvez demandasse um projeto de marketing e publicidade. E neste terceiro governo do presidente Lula, presidente que em seu segundo mandato inaugurou a vertente pública do sistema com a criação da EBC, temos um ministro da Secom que é publicitário e fez o marketing da campanha vitoriosa à presidência, em 2022. Então, o que talvez falte seja a chamada vontade política — ou talvez a percepção da relevância da CPSE até mesmo para seus governos.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Como os Serviços Públicos de Mídia devem (inovar para) dialogar com os cidadãos e cidadãs? Como você avalia o processo de “instalação” das instâncias de participação social na EBC, nomeadamente o COMEP (Comitê Editorial e de Programação) e o CPADI (Comitê de Participação Social, Diversidade e Inclusão)? Por que este processo foi tão lento e quais as consequências disto para a EBC e para a sociedade?

Joseti Marques

Começando pela última parte da pergunta, em ordem cronológica dos fatos: em setembro de 2023, o movimento denominado Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública

(Frente) — que reúne empregados e empregadas da EBC, de mídias estatais, acadêmicos de diversas universidades, pesquisadores e membros do Conselho Curador, cassado em 2016 — enviou uma carta ao então ministro da Secretaria de Comunicação (Secom) do Governo Federal, Paulo Pimenta, solicitando uma reunião para tratar da instalação do Comitê Editorial e de Programação (Comep). Esse Comitê foi inserido na lei da EBC através de Medida Provisória (MP), expedida por Michel Temer, como uma espécie de verniz de participação social em substituição ao Conselho Curador, extinto nesta mesma MP. Na reunião, que aconteceu um mês após o envio da carta, ficou decidida a formação de um Grupo de Trabalho (GT) para a instalação do Comep.

As discussões no GT se prolongaram até julho de 2024, em que se decidiu pela criação de uma outra instância que representasse melhor a participação social na EBC — o Comitê de Participação Social, Diversidade e Inclusão (Cpadi), que junto com o Comep e a Ouvidoria da EBC formariam o Sistema Nacional de Participação Social (SINPAS), no âmbito da Comunicação Pública. A eleição para os comitês ocorreu em novembro daquele ano, mas a nomeação dos eleitos, que precisava da homologação da Presidência da República, só aconteceu depois da pressão dos sindicatos dos jornalistas, que abordaram o novo ministro da Secom, Sidônio Palmeira, durante uma visita à EBC. Todo o processo demandou enfrentamentos constantes, o que forma a percepção de que, para a gestão da empresa e autoridades ligadas a ela, a participação social não tem a devida relevância.

Os comitês foram finalmente instalados em julho de 2025. Mas como instâncias meramente opinativas, de consulta e sugestões, permanecendo a prerrogativa deliberativa e o poder de decisão final restritos às instâncias de governança executiva da empresa. A falta de efetividade prática dos Comitês ficou clara no episódio recente de contratação de um comunicador, famoso pela atuação em emissoras privadas, conhecido por seu comportamento dissonante em relação aos princípios da CPSE. A contratação levantou a indignação não apenas dos Comitês, mas da Federação Nacional dos Jornalistas, sindicatos de radialistas, acadêmicos, associações de pesquisadores em comunicação e associações da sociedade civil. No entanto, nem o clamor público, nem a atuação dos Comitês foram suficientes para barrar a decisão. O detalhamento desse episódio está descrito no sítio Ouvidoria Cidadã da EBC, alternativa à Ouvidoria oficial a empresa, que teve suas funções descaracterizadas, entre elas a análise crítica dos conteúdos — esse é um dos desafios que os Comitês também não conseguiram superar.

A primeira parte da pergunta — sobre como as mídias públicas devem inovar para dialogar com os cidadãos e cidadãs — demandaria uma longa exposição do que penso sobre o discurso da CPSE. Não que não esteja disposta a esse bom debate, mas seria uma arrogância de minha parte tentar dar uma resposta a partir da minha própria e exclusiva percepção, quando entendo que essa é uma construção que somente pode ser exitosa se for coletiva. Se me permite citar, acredito com Morin (2005) que “se a complexidade não é a chave do mundo, mas o desafio a enfrentar, por sua vez o pensamento complexo não é o que evita ou suprime o desafio, mas o que ajuda a revelá-lo, e às vezes mesmo a superá-lo”. Assim como o tecido complexo da CPSE é formado por inúmeros fios que se entrelaçam, sua própria historicidade, compreender sua natureza e encontrar sua personalidade discursiva é uma empreitada que demanda o compartilhamento de saberes entre todos e todas a quem o assunto toca, inclusive o público em sua dimensão de audiência.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Diante do contemporâneo ecossistema midiático e de tantos fenômenos que o atravessam, como a desinformação, as informações falsas, os discursos de ódio, como os Serviços Públicos de Mídia podem e devem atuar?

Joseti Marques

Do ponto de vista da comunicação, uma mentira não é apenas uma mentira, mas um enunciado complexo; a desinformação nem sempre é provocada por uma notícia capciosa; o discurso de ódio é também uma manifestação da sociedade, em vários casos estimulados por representações simbólicas difundidas pelos veículos da mídia de forma sutil. Tenho a impressão de que a forma como a mídia em geral trata os fenômenos sociais mais preocupantes, circunscrevendo-os a terminologias que serão repetidas e reproduzidas de forma simplificadora, conduz a soluções também simplificadoras e mutiladoras da compreensão necessária à sociedade, para que sejam por ela mesma neutralizadas. Por exemplo, o uso midiático e insistente da palavra “polarização”, que já foi alçada a conceito para descrever o cenário contemporâneo de disputa política.

Do ponto de vista linguístico, o uso do termo pode ser descrito como maniqueísmo discursivo, colocando os dois lados em patamares comparativamente semelhantes, quando apenas um deles é reconhecidamente radical, como de tendência ultra — no caso do Brasil, partidos políticos de ultradireita. No polo contrário, partidos à esquerda do espectro político, muitas vezes com orientações divergentes entre si sobre determinados temas, que não se podem descrever como radicais, portanto não podendo ser colocados no extremo oposto da comparação. A simplificação é mutiladora não apenas da complexidade, mas da compreensão crítica, interpelando imediatamente o interlocutor a se posicionar. Talvez por isso parcela considerável da população brasileira denomine de “comunistas” o polo oposto à ultradireita, como forma de o senso comum completar a lacuna da equivalência entre os polos. E não podemos ignorar que essa dita “polarização” tem insuflado muitos discursos de ódio. Esse assunto, por exemplo, seria uma das pautas do programa da Ouvidoria O Público na TV. Os índices de audiência que o público conferia a um programa que tratava temas dessa complexidade eram, sem dúvida, um indicativo do caminho a seguir no enfrentamento de tantos dilemas construídos pelos discursos midiáticos. Creio que a CPSE poderia assumir a vanguarda no sentido de pensar esses fenômenos, em si mesmos complexos, de forma ampliada, compartilhando com as audiências um conhecimento restrito a níveis acadêmicos mais altos.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

A partir do seu conhecimento e contato com o Serviço Público de Mídia, como avalia a relação deles (ou de algum em específico) com a perspectiva da inovação? Conhece alguma ação inovadora adotada por alguma emissora ou agência deste segmento da Comunicação Social? Nesse caso, poderia nos citar um exemplo e explicar a sua percepção?

Joseti Marques

Essa pergunta me dá a oportunidade de contar brevemente a história do projeto que poderia ter representado a virada inovadora da CPSE: a criação de um Centro de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública, que estava sendo realizado

através de um convênio de cooperação técnica com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

Em 2014, quando assumi a Ouvidoria-Geral, fui chamada pelo então presidente da empresa, o jornalista Nelson Breve, para avaliar as chances de um projeto que previa a criação de uma Escola de Comunicação Pública na EBC, previsto na própria lei de criação da empresa.

Ao analisar o projeto cheguei à conclusão de que a EBC nem sequer teria lastro de conhecimento para criar uma escola de Comunicação Pública, mas que poderíamos, sim, ter um Centro de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública que teria chances, como era esperado, de ser referência na América Latina e em países de língua portuguesa. A alteração do escopo do projeto foi apresentada e aprovada por unanimidade pelo então Conselho Curador, extinto em 2016.

O novo Centro de Pesquisa da EBC, como era chamado, previa a participação dos empregados e empregadas da empresa, muitos com mestrado e doutorado, mas também com aqueles/as profissionais detentores/as de notório saber técnico e operacional; previa também a participação de acadêmicos/as e pesquisadores/as, com objetivo de ajudar a aplicar o melhor das teorias dos diferentes campos de conhecimento a processos, produtos e conteúdos das mídias públicas. O projeto, que estava prestes a ser concluído, foi imediatamente interrompido e encerrado pelos novos gestores indicados pelo Governo de Michel Temer. Não tenho conhecimento de nenhum outro empreendimento tão ousado e promissor para a CPSE como foi aquela tentativa de criar um Centro de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação em Comunicação Pública.

Quanto a produções reconhecidamente criativas e até inovadoras em mídias públicas, o infantil Castelo Rá-Tim-Bum, da TV Cultura de São Paulo, lançado em 1994, ainda é o mais citado na literatura; outra produção muito citada como inovadora é o jornalístico Roda Viva da mesma emissora, lançado em 1986 e que está no ar ainda hoje. O programa surgiu no contexto da redemocratização do Brasil, com o objetivo de ser uma arena plural para debates políticos e sociais — talvez por isso tenha sido considerado inovador, em uma época que ainda se ressentia da censura. Quanto a produções mais recentes nas mídias geridas pela EBC, tenho a percepção de que são mais comprometidas com o cumprimento dos preceitos legais estabelecidos para produção de conteúdos próprios às emissoras públicas do que propriamente criativas ou inovadoras.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Quando falamos de inovação, partimos aqui de uma compreensão dela como um fenômeno social com dimensões técnicas e simbólicas. Na sua percepção, quais seriam os principais óbices para uma “cultura da inovação” nos Serviços Públicos de Mídia?

Joseti Marques

Teóricos do campo organizacional afirmam que a cultura da inovação é um conjunto de crenças, valores e normas compartilhadas com os empregados e empregadas, estimulando-os a questionarem o que está posto, aceitando riscos calculados e aprendendo com o erro, sem ameaças e constrangimentos, o que não tem sido uma característica das diferentes gestões da EBC. Além disso, a falta de vontade política dos governantes e autoridades aos quais a empresa está ligada talvez seja o maior obstáculo, porque favorece o desinteresse dos próprios gestores em inovar. Some-se a isso a falta de diálogo entre conhecimento técnico e conhecimento acadêmico, que, reunidos, poderiam dar à luz produtos midiáticos realmente inovadores, que conquistassem a atenção das audiências e dialogassem com elas de forma atraente e relevante. Para isso, há que se experimentar e vencer o medo de errar, o que somente é possível em uma empresa onde a inovação seja um pressuposto básico. Embora a radiodifusão pública seja um campo propício à inovação, principalmente porque isso está previsto na lei da EBC, a hierarquia verticalizada da gestão e a falta de autonomia das áreas produtoras de conteúdo desestimulam iniciativas que poderiam gerar produtos inovadores. A opção mais comum tem sido ou a contratação de personagens de sucesso na mídia comercial, ou reproduzir modelos semelhantes ao que fazem as emissoras comerciais, na maior parte das vezes sem as mesmas condições materiais — é um caminho raramente bem-sucedido, mas que permite aos agentes transferirem a culpa da baixa audiência para as deficiências materiais do sistema.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Como as Universidades (e outras Instituições de Ensino Superior) podem contribuir com os Serviços Públicos de Mídia? Como deve ser a relação entre esses atores?

Joseti Marques

A Universidade de Brasília é o principal repositório de teses, dissertações e conhecimento sobre CPSE, no Brasil; muitos profissionais da EBC se graduaram e se titularam mestres e doutores na Faculdade de Comunicação da UnB. Então, por que ainda não chegamos ao nível ideal de consolidação e excelência do que se faz na EBC? Penso que, para além dos obstáculos impostos por uma política verticalizada de governança da empresa, o trabalho desenvolvido pelas universidades, mesmo que atento aos problemas que afetam o desenvolvimento da CPSE, tem objetivos muito específicos, comuns a seu próprio campo, formando uma massa crítica extremamente relevante, mas que não altera a lógica do que está posto. Então, como transformar esse conhecimento em prática efetiva nas mídias públicas e levar esses conteúdos às audiências? Acredito que uma das possibilidades seria a EBC e as universidades formarem laboratórios conjuntos de práticas de inovação em produções e conteúdos jornalísticos e de entretenimento. Mas nesse caso o entrave seria outro: como abandonar os paradigmas aprendidos e ensinados ao longo do tempo? A inovação requer ousadia, o que raramente é um capital disponível.

Elton Bruno Pinheiro e Luís António Santos

Por fim, que reflexão você poderia compartilhar sobre esse “arranjo institucional” de ampliação da Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP) via emissoras de rádio e televisão universitárias?

Joseti Marques

Por todas as questões abordadas ao longo dessa entrevista, não acredito que possa haver um grande desenvolvimento da RNCP, se a EBC não assumir a posição de um centro irradiador dos princípios e objetivos da CPSE, para além do suporte técnico e de equipamentos da EBC e do Ministério das Comunicações às entidades associadas. A identidade da CPSE ainda está em construção e essa deve ser uma preocupação fundamental na relação da EBC com as universidades federais, estaduais e institutos federais, que são os principais parceiros da Rede. Sem esse diálogo orientador, os veículos públicos correm o risco de se tornarem meras vitrines de produções nem sempre condizentes com o objetivo de fortalecimento da CPSE. As emissoras públicas vinculadas aos governos estaduais, por exemplo, parceiras antes mesmo da formação da RNCP, já

antecipavam o problema, que se deve cuidar para que não se repita, agora com a formalização da Rede: o proselitismo político e a publicidade dos governos estaduais a que estão vinculadas, como muitas vezes foi apontado pela Ouvidoria, no passado. Atualmente, com o enfraquecimento da Ouvidoria da EBC, exaustivamente apontado nos relatos da alternativa Ouvidoria Cidadã, o risco de exibição de conteúdos nem sempre condizentes com o que seja a CPSE torna-se ainda maior. E não se trata, em última instância, apenas de má qualidade dos conteúdos, mas de reforço de apontamentos críticos dos que são contra a CPSE e a EBC.