

# CARTOGRAFIA DE RÁDIOS PÚBLICAS BRASILEIRAS NO CONTEXTO DA PLATAFORMIZAÇÃO: O CASO DAS RÁDIOS MEC AM E MEC FM

CARTOGRAPHY OF BRAZILIAN PUBLIC RADIOS IN THE CONTEXT OF PLATFORMIZATION: THE CASE OF RÁDIOS MEC AM AND MEC FM

CARTOGRAFÍA DE LAS RADIOS PÚBLICAS BRASILEÑAS EN EL CONTEXTO DE LA PLATAFORMATIZACIÓN: EL CASO DE RÁDIOS MEC AM Y MEC FM

## Elton Bruno Pinheiro

■ Professor Adjunto e Investigador Permanente do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). É doutorado em Comunicação (UnB), com estágio pós-doutoral no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Líder do Grupo de Pesquisa Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina (UnB/CNPq) e Membro do Laboratório de Políticas de Comunicação (CNPq/UnB).

■ *Profesor Adjunto e Investigador Permanente del Programa de Posgraduación de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Brasilia (UnB). Es doctor en Comunicación (UnB), con estancia posdoctoral en el Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad de la Universidad del Miño. Líder del Grupo de Investigación del Observatorio de la Radiodifusión Pública de América Latina (UnB/CNPq) y Miembro del Laboratorio de Políticas de Comunicación (CNPq/UnB).*

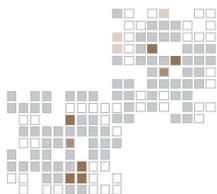
■ E-mail: [elton.pinheiro@fac.unb.br](mailto:elton.pinheiro@fac.unb.br)

## Luís António Santos

■ Professor Auxiliar de Ciências da Comunicação na Universidade do Minho e Diretor-adjunto do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. É doutorado em Ciência da Comunicação pela Universidade do Minho e tem um mestrado em Política Internacional, pela Universidade de Londres. Coordenador do Communitas - Think Tank do CECS/UM. Foi jornalista durante mais de uma década. Foi correspondente em Londres do Diário de Notícias no período em que trabalhou no Serviço Mundial da BBC.

■ *Profesor Asistente de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Minho y Director Adjunto del Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad. Posee un doctorado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Minho y una maestría en Política Internacional por la Universidad de Londres. Coordinador de Communitas - Think Tank CECS/UM. Fue periodista durante más de una década. Fue corresponsal en Londres del Diário de Notícias durante el período que trabajó en el Servicio Mundial de la BBC.*

■ Email: [lsantos@ics.uminho.pt](mailto:lsantos@ics.uminho.pt)



## RESUMO

Analisa-se a atuação de rádios públicas brasileiras no ambiente das plataformas sociodigitais. Delimita-se o estudo ao caso da Rádio MEC AM e da Rádio MEC FM, vinculadas à Empresa Brasil de Comunicação e exercita-se a cartografia com gestos propostos por Kastrup (2007): rastreo, toque, pouso e reconhecimento atento (nos sites, Spotify, YouTube e App EBC Rádios). Articulam-se dados sobre o consumo de rádio online no Brasil, a regulação do Serviço de Radiodifusão Pública (SRP) e o conceito de Plataformização. Percebe-se que estas rádios ora possuem ações integradas e estratégicas, ora atuam com ações dispersivas e irregulares nas plataformas.

**PALAVRAS-CHAVE:** RADIODIFUSÃO PÚBLICA; PLATAFORMIZAÇÃO; EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO; RÁDIO MEC.

## ABSTRACT

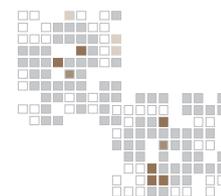
This paper analyzes the performance of Brazilian public radio stations around socio-digital platforms. The study is limited to the case of Rádio MEC AM and Rádio MEC FM, linked to the Empresa Brasil de Comunicação, using the cartographic method based on gestures proposed by Kastrup (2007): tracking, touching, landing and attentive recognition in websites (Spotify, YouTube and EBC Rádios Application). Thus, data on the consumption of online radio in Brazil, the regulation of the Public Radio Broadcasting Service (SRP) and the Platform concept are articulated. It is observed that these radios sometimes have integrated and strategic actions, or they also act with dispersive and irregular actions on the platforms.

**KEY WORDS:** PUBLIC BROADCASTING; PLATFORMIZATION; EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO; RADIO MEC.

## RESUMEN

Se analiza el desempeño de las radios públicas brasileñas en el entorno de las plataformas sociodigitales. El estudio se limita al caso de la Rádio MEC AM y la Rádio MEC FM, vinculadas a la Empresa Brasil de Comunicación, y ejercita la cartografía con gestos propuestos por Kastrup (2007): rastreo, toque, aterrizaje y reconocimiento atento en sitios web (Spotify, YouTube y Aplicación EBC Rádios). De este modo, se articulan datos sobre el consumo de radio online en Brasil, la regulación del Servicio Público de Radiodifusión (SRP) y el concepto de Plataformización. Se observa que estas radios a veces tienen acciones integradas y estratégicas, o bien actúan con acciones dispersivas e irregulares en las plataformas.

**PALABRAS CLAVE:** RADIODIFUSIÓN PÚBLICA; PLATAFORMAIZACIÓN; EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. RÁDIO MEC.



## 1. Introdução

A ecologia mediática contemporânea, marcada pela dinâmica das contínuas transformações da tecnologia digital e pelos fenômenos que dela emergem – como a convergência e a cultura da conexão –, assim como o presente “tempo de aparente ubiquidade, em que dispositivos interconectados em rede integram rotinas de comunidades e indivíduos de forma tão naturalizada” (Santos; Bianco, 2016, p. 7), apresentam ao rádio, meio de comunicação historicamente marcado pela resiliência, capacidade de adaptação e expressiva permanência no cotidiano dos cidadãos e cidadãs, a urgência de uma nova reconfiguração, isto é, de mais uma “radiomorphosis” (Vieira; Cardoso; Mendonça, 2010) ou “radiomorfose” (Prata, 2008), sendo que, desta vez, para integrar-se ao universo das “plataformas” (socio)digitais (D’Andréa, 2020) (Nieborg; Poell; Deuze, 2019) (Nieborg & Poell, 2018) ou ao “ecossistema de plataformas” (Van Dijck; Poell; De Wall, 2018). Notadamente, tal contexto tecno-social afeta de maneiras distintas os diferentes serviços de radiodifusão previstos na Constituição Federal Brasileira, a saber: público, estatal e comercial.

Este trabalho<sup>1</sup> dedica-se especialmente a compreender os casos de duas importantes e simbólicas rádios públicas brasileiras, a Rádio MEC AM (800 kHz) (<https://radios.etc.com.br/mecamrio>) e a Rádio MEC FM (Rio de Janeiro 99,3 MHz; Belo Horizonte 87,1 MHz; Brasília 87,1 MHz) (<https://radios.etc.com.br/mecfmrio>), emissoras geridas pela Empresa Brasil de Comunicação. Para tanto, é preciso ter em conta que, de um modo geral, neste momento, este segmento da radiodifusão pública brasileira, especialmente a EBC, encontra não somente o desafio da integração ao processo contínuo

das transformações tecnológicas, a exemplo da plataformização, mas também enfrenta as consequências do cenário de desmonte do próprio Serviço de Radiodifusão Pública no país (Pinheiro, 2022), sobretudo a partir das injunções dos governos de Michel Temer (2016-2017) e de Jair Bolsonaro (2018-2022) para privatização ou extinção da Empresa Brasil de Comunicação, a qual é responsável pela gestão, financiamento e programação das rádios públicas analisadas neste trabalho.

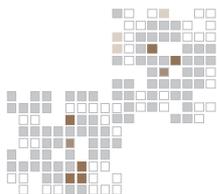
É igualmente importante ressaltar que, ao estudarmos as duas mencionadas rádios, temos um *corpus* formado por emissoras impactadas pelo contexto da política pública de migração do AM para o FM, iniciada no Brasil a partir das regras do Decreto nº 8.139/2012 (Brasil, 2013). Nesse contexto, em 2021<sup>2</sup>, a Rádio MEC ainda transmitida apenas em AM em parte do território nacional, iniciou, em caráter experimental, as transmissões na faixa estendida de FM: em Brasília (87,1 MHz), no Rio de Janeiro (99,3 MHz) e em Belo Horizonte (87,1 MHz).

De acordo com Prata e Del Bianco (2020, p. 29), com essa política de migração para o FM, as rádios AM do Brasil passaram a ter ao seu alcance novas possibilidades de se integrarem ao chamado ambiente multiplataforma e, “em contraposição à limitação de sintonia em receptores analógicos, agora podem ser captadas em rádios de carros, aplicativos para celular e integrar-se às redes sociais e plataformas digitais de áudio de forma dinâmica”.

Por outro lado, consideramos que esta política de migração, assimilada especificamente no caso das emissoras aqui estudadas, pode, de fato, impactar na manutenção das suas identidades,

2 Conforme se pode constatar no próprio site institucional da EBC, disponível em: <https://radios.etc.com.br/especiais-radio-mec/2021/05/radio-mec-de-brasilia-migra-do-am-para-o-fm-871-mhz>. Acesso em: 25 nov. 2023.

1 O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Distrito Federal – FAP/DF.



nomeadamente devido à adoção, por parte da EBC, de uma estratégia, pouco justificada, que se conforma como uma espécie de unificação das duas referidas rádios (já notada no contexto das suas plataformas sociodigitais), o que representa, sobretudo, um desafio na relação com os cidadãos e cidadãs que constituem a audiência muito específica de cada uma destas emissoras.

Além das Rádio MEC AM e MEC FM, a EBC também é a responsável pelas seguintes emissoras de rádio: Nacional de Brasília, Nacional do Rio de Janeiro, Nacional da Amazônia, Nacional Alto Solimões e Nacional FM. Além disso, a Empresa pública gerencia a TV Brasil, a Radioagência Nacional e a Agência Brasil. Ademais, é a responsável pela Comunicação Estatal e Governamental do Poder Executivo Federal brasileiro, o que evidencia, em alguma medida, um contrassenso do ponto de vista da garantia de pelo um dos fundamentos mais importantes do Serviço Público de Radiodifusão: a independência editorial.

Por oportuno, é preciso mencionar que mesmo com o início do terceiro mandato do governo de Lula da Silva (janeiro de 2023), o Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro permanece em estado de atenção pela sociedade civil organizada, sobretudo por manter-se atuando sem a retomada efetiva da participação social em sua gestão. De janeiro de 2023 até setembro deste mesmo ano, quando foi finalizado e revisado este artigo, a EBC permanecia sem a designação e atuação de um Conselho Curador, órgão de natureza consultiva e deliberativa, extinto<sup>3</sup> desde o mandato presidencial de Michel

Temer, em 2016. Tampouco conformou-se no âmbito da Empresa o chamado “comitê editorial de programação”, previsto Medida Provisória nº 744, de 01 de setembro de 2016, convertida na Lei 13.417, de 13 de março de 2017 (dispositivos que alteraram a Lei nº 11.652, conhecida como a Lei da EBC).

Destarte, uma comissão da sociedade civil organizada, denominada “Frente Em Defesa da EBC e da Comunicação Pública” tem cobrado reiteradamente à Secretaria de Comunicação Social (Secom), a qual a EBC está novamente vinculada, a valorização do Serviço de Radiodifusão Pública e uma separação mais nítida deste segmento daquele que visa a prestação de serviços ao segmento da radiodifusão estatal/governamental, notadamente priorizada pela referida Secretaria de Comunicação Social e pela própria presidência a EBC neste primeiro ano do terceiro mandato de Lula da Silva.<sup>4</sup>

Diante desse contexto, a Rádio MEC AM e a MEC FM foram delimitadas para este estudo, sobretudo em função da importância histórica e simbólica que denotam para o Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro. Registra-se que em março de 2022, a Rádio MEC AM sofreu

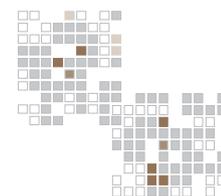
---

do então “Conselho Curador”, antes previsto na Lei nº 11.652, de 2008, entre eles, “deliberar sobre as diretrizes educativas, artísticas, culturais e informativas integrantes da política de comunicação propostas pela Diretoria Executiva da EBC” e “deliberar sobre a linha editorial de produção e programação proposta pela Diretoria Executiva da EBC e manifestar-se sobre sua aplicação prática”.

4 Em nota publicada em 11 de setembro de 2023, a “Frente Em Defesa da EBC e da Comunicação Pública” questiona a Gestão de Lula da Silva sobre os óbices para retomada da participação social efetiva na Empresa Pública e pedem “uma EBC participativa e portadora do imaginário democrático brasileiro.” Além disso, questiona-se sobre a forma com a atual gestão/presidência da Empresa Brasil de Comunicação tem conduzido os serviços, com evidências de prioridade ao segmento da Comunicação Estatal, o que pode ser constatado, por exemplo, pela articulação e criação do chamado CanalGOV, que reporta as ações dos Governo Executivo Federal. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/funcionarios-da-ebc-questio-nam-lula-sobre-gestao-da-instituicao/>.

---

3 Quando o Conselho Curador da EBC foi extinto, em 2016, o texto oficial da exposição de motivos trouxe a seguinte redação: “4. A extinção do Conselho Curador deve-se à necessidade de agilizar as decisões no âmbito da EBC, em observância ao princípio da eficiência.” Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/\\_Ato2015-2018/2016/Exm/Exm-MP-744-16.pdf](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2015-2018/2016/Exm/Exm-MP-744-16.pdf). Acesso em 14 set. 2023. Tal afirmação da referida exposição de motivos ignora os reais objetivos



uma ameaça de desligamento (junto com a Rádio Nacional do Rio de Janeiro), ambas vinculadas à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), pelo então governo executivo federal vigente<sup>5</sup>.

Especialmente sobre a Rádio MEC AM, vale ressaltar que ela é uma das emissoras mais antigas em atividade no Brasil, fundada em 1923, por Edgard Roquette-Pinto e Henrique Morize e desde a sua fundação volta sua programação para a educação e a cultura. É, portanto, a “segunda entidade dedicada à irradiação de mensagens sonoras no país, pioneirismo dividido com o Rádio Clube de Pernambuco” (Bianco; Ferraretto; Klöckner, 2017, p.8). Em 1936, a Rádio MEC AM, que quando foi fundada tinha o nome de Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, foi doada pelo seu principal idealizador, Roquette-Pinto, ao então Ministério da Educação e da Saúde, com a forte orientação de que esta não perdesse seu caráter público.

Já a Rádio MEC FM<sup>6</sup>, “nasce com uma bagagem de 60 anos de Rádio Sociedade/Rádio MEC” (Regotto, 2017, p. 243), isto é, em 1983, com uma relação muito forte com a música clássica. Ainda de acordo com Regotto (2017), desde os anos 2000, a rádio MEC FM segue a mesma linha editorial, o que contribuiu para que ela consolide sua audiência. Segundo o referido autor, “a Rádio MEC FM é a emissora de rádio da EBC com maior número de ouvintes por minuto, superando os fãs de futebol da Rádio Nacional, chegando a bater emissoras comerciais com o

mesmo perfil de público.” (Regotto, 2017, p. 242).

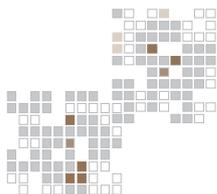
Para o estudo destas duas emissoras, a “cartografia” (Kastrup, 2007), compreendida como um “mapa movente” nas pesquisas em Comunicação (Rosário & Coca, 2018), foi o procedimento metodológico básico adotado, sendo o exercício cartográfico empreendido entre o primeiro semestre de 2022 e o primeiro semestre de 2023, com o objetivo de mapeamento, análise e reflexão da performance das duas emissoras públicas de rádio brasileiras no contemporâneo “ambiente mediático sociodigital” (Pinheiro, 2019) das plataformas.

A partir dos contextuais gestos da “atenção cartográfica” exercitados – a saber, “o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento” (Kastrup, 2007) – o trabalho buscou des(en)cobrir (Silva, 2010) as conexões, especificidades, regularidades, irregularidades e heterogeneidades que caracterizam a atuação dessas emissoras de Rádio da EBC (Rádio MEC AM e Rádio MEC FM) em plataformas como o YouTube e Spotify e no próprio App EBC Rádios.

Entre as premissas que guiaram o estudo e que foram, em alguma medida, evidenciadas pela cartografia destaca-se a compreensão de que as plataformas ao mesmo tempo em que são capazes de potencializar a legitimidade e a sustentabilidade sociais das emissoras ao contribuírem com um tipo de “propagação” mais abrangente dos conteúdos, fomentar “vínculos” com o público ouvinte-leitor e promover a “cultura do ouvir” (Menezes, 2008), especialmente junto ao público jovem e a uma camada expressiva da sociedade em geral, que passou a concentrar seus hábitos de consumo de mídia em dispositivos de comunicação móveis conectados à internet, também podem (as plataformas) tensionar ou confrontar modos/dinâmicas de produção, assim como lógicas editoriais, o que, por conseguinte, afeta preceitos vitais ao Serviço de Radiodifusão Pública, como a pluralidade, diversidade,

5 Ver mais sobre o tema em: “Governo Bolsonaro ameaça desligar rádios MEC e Nacional sem plano de migração”. <https://www.brasildefatorj.com.br/2022/03/24/analise-governo-bolsonaro-ameaca-desligar-radios-mec-e-nacional-sem-plano-de-migracao>. Acesso em: 23 ago. 2022. E “ABI e SBPC repudiam a extinção das rádios MEC AM e Nacional do Rio de Janeiro”: <http://portal.sbpcnet.org.br/noticias/abi-e-sbpc-repudiam-a-extincao-das-radios-mec-am-e-nacional-do-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 23 ago. 2022

6 Segundo Regotto (2017, p.242), a “MEC FM tem em sua grade 90% de música clássica apresentada em planilhas musicais ao vivo por locutores e programas temáticos conduzidos por especialistas.”



diferenciação e independência (Unesco, 2001).

## 2. Enquadramento teórico

No Brasil, o rádio, em contraposição às recorrentes e lacunares previsões sobre o seu “desaparecimento” frente à dinâmica das transformações tecnológicas, segue como um meio “resiliente” (Oliveira; Stachyra; Starkey, 2014) e a cumprir importante papel como meio de comunicação de interesse público junto a uma camada expressiva da população do país.

Na recente pesquisa *Kantar Ibope Media* (2022), realizada sob o título de “Rádio 100 anos em evolução”, para além dos dados coletados e apresentados, também são assinaladas algumas reflexões sobre a importância histórica e social do referido meio sonoro ao longo do seu primeiro século de existência. Nessa direção, ressalta-se, em especial, o seu potencial democrático e sublinha-se, igualmente, o potencial comunicativo da sua mensagem, potencializada pelas características estéticas e semânticas da linguagem sonora e dos gêneros e formatos de seus conteúdos, os quais são, de maneira muito recorrente, capazes de evocar em seus(as) ouvinte-leitores(as) a “emoção”, a ideia de “companheirismo” e níveis sempre muito diversos, porém intrínsecos, de interação.

Ademais, a credibilidade atribuída pelos(as) cidadão(as) ao rádio é uma característica com importante crescimento revelada pela referida pesquisa da *Kantar Ibope Media* (2022): 56% dos(as) ouvintes-leitores(as) confiam no meio sonoro para se manterem informados(as) (isso representa 20% a mais de credibilidade se tais dados são comparados com pesquisas realizadas pela empresa *Kantar Ibope Media* desde 2017).

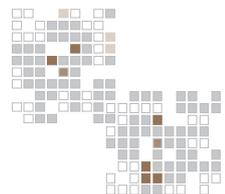
Outros dados da mencionada pesquisa também assinalam que 83% da população – nas 13 regiões brasileiras onde esta foi aplicada – escuta rádio, e cada ouvinte-leitor(a) consome, em média, 3 horas e 58 minutos de conteúdo

radiofônico por dia. Além disso, a quantidade de brasileiros(as) que ouve este meio sonoro é expressiva junto a todas as idades, porém, é maior entre o grupo de pessoas adultas com mais de 30 anos da classe AB, que em sua maioria (63%) o fazem em suas casas, ou escutam no carro (30%), ou realizando trajetos de maneira geral (9%) (*Kantar Ibope Media*, 2022). Outro dado importante e para o qual esta pesquisa lança um olhar ainda mais compreensivo é que 80% das pessoas entrevistadas dizem que escutam rádio por aparelhos comuns, enquanto 26% afirmam consumir pelo celular, 3% dizem ouvir a partir do computador e outros 4% mencionam o contato com conteúdo radiofônico por meio de outros dispositivos móveis, como *tablets*, por exemplo (*Kantar Ibope Media*, 2022).

Estes últimos dados sobre o consumo de rádio a partir de dispositivos digitais conectados à internet demonstram um aspecto que merece atenção especial do presente estudo. Há 29% dos(as) entrevistados(as) que consideram a possibilidade de ouvir rádio de maneira *online* como algo que reconfigurou a forma de o consumir, mas aqui também se infere que isso modificou a própria relação dos cidadãos e cidadãs com o meio rádio, tornando-a, em alguma medida, mais próxima das emissoras e de seus(as) comunicadores(as).

A dinâmica que a transformação tecnológica, especialmente a web, oferece ao rádio pode ser evidenciada também pelo tempo médio diário dedicado por ouvintes-leitores(as) de rádio *online*, que é de 2 horas e 45 minutos, sendo que o número de pessoas que afirmaram ter consumido rádio nesse modelo nos últimos 30 dias antes da referida pesquisa *Kantar* de 2022 foi de 7,4 milhões, o que representou um aumento de 85% em relação à pesquisa *Kantar* de 2019.

De maneira particular, o consumo de rádio entre os(as) entrevistados(as) que o fazem de modo *online*, se dá com 70% das pessoas escutando pelo



celular, 30% pelo computador e 9% em outros equipamentos. Há ainda a integração do rádio a outros dispositivos: 7% dos(as) entrevistados(as) afirmam ouvir rádio pela Televisão e 6% por *smart speakers* (Kantar Ibope Media, 2022). Mais um dado a ser ressaltado do contexto da pesquisa Kantar é a forma como ouvintes-leitores(as) de rádio se relacionam com o conteúdo desse meio no âmbito das plataformas digitais: 12% dos(as) entrevistados(as) relatam que consomem apenas o áudio e outros 12% afirmam que consomem áudio e imagem, sendo que entre todos estes 20% o fizeram a partir do *YouTube*.

Por fim, a pesquisa *Kantar Ibope Media* (2022) destaca o protagonismo dos *podcasts* no cotidiano dos(as) brasileiros(as): de acordo com os dados, 40% ouviram *podcasts* nos 3 meses que antecederam a consulta, número que representa um aumento de 30% em relação ao ano anterior (2021). Entre estes(as) ouvintes-leitores(as) imersos(as) na chamada “podosfera”, 56% escutam *podcast* pelo menos uma vez por semana, dos mais diversos gêneros, formatos e temas, especialmente quando estes são conteúdos de: Entrevista (56%), Humor (42%), Política (33%), Música (29%), Notícias (25%), Esportes (24%), Religião e Espiritualidade (20%), Cinema, Série e TV (19%), Saúde e *Fitness* (16%), Ciências e Tecnologia (15%), Games (14%), Conteúdos de comunicadores(as) de Rádio e TV (6%).

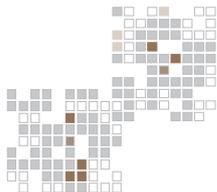
Destarte, a presente pesquisa se encaminhou com a premissa de que o contexto de integração das emissoras de rádio brasileiras em ambiente mediáticos sociodigitais não acontece da mesma maneira entre emissoras de segmentos diferentes. Estudos de Pinheiro & Bianco (2022, 2021) apontam que, no caso das emissoras comerciais, em específico, há em curso experiências de produção tanto de ações integradas e estratégicas quanto ações dispersivas e regulares.

Por sua vez, a presente pesquisa delimita como sua contribuição a reflexão analítica sobre a

presença/atuação do segmento das emissoras públicas brasileiras de radiodifusão sonora no “ambiente mediático sociodigital” (Pinheiro, 2019) das “plataformas”, as quais integram “um campo de estudos que, desde o início da década de 2010, vem sistematizando um conjunto de questões que nos permitem problematizar as especificidades das mídias sociais e de tantos outros serviços *online*” (D’Andrea, 2020, p.7).

Em seus estudos, Pinheiro (2019) constatou diversas insuficiências na integração do Serviço Público de Radiodifusão brasileiro ao analisar sites, redes de comunicação *online* e aplicativos de rádios públicas do país. Investiga-se aqui a atuação/presença de emissoras públicas brasileiras em plataformas contemporâneas, sobretudo por considerar que este *lôcus* e as práticas que ele proporciona de propagação/circulação de conteúdos e os reconfigurados níveis de interação que permitem podem também contribuir para a legitimação e sustentabilidade sociais das emissoras públicas brasileiras, imprescindíveis ao fortalecimento da democracia e ao exercício da cidadania.

O Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro, previsto no Artigo nº. 223 da Constituição Federal como complementar aos Serviços designados como Estatal e Comercial, é regulado pela Lei nº 11.652, conhecida com a “Lei da EBC – Empresa Brasil de Comunicação”. Pinheiro (2019) ressalta que, no Brasil, o Serviço de Radiodifusão Pública, para além do desafio que representa a sua relativa jovialidade, já que o sistema só foi de fato instituído/regulamentado em 2008, com a criação da EBC, enfrenta complexos impasses relacionados a um desenho regulatório ainda incipiente, o qual, já estando maculado por questões/injunções político-partidárias históricas, passou a ter, a partir do que assinalou a alteração da Lei 11.652, adotada pelo Governo de Michel Temer, lacunas ainda mais acentuadas em relação ao que de fato é um



Serviço de Radiodifusão Pública (sua missão, princípios e objetivos).

A alteração na chamada Lei da EBC simbolizou um demasiado retrocesso para própria democracia no país e, sem dúvidas, impactou em questões fundamentais a legitimidade social do SRP brasileiro e mais ainda a sua sustentabilidade na atual ecologia mediática, indubitavelmente permeada pelos desafios das constantes mutações tecnológicas, especialmente da lógica das plataformas.

Em linhas gerais, as lacunas advindas das mudanças na Lei nº 11.652 aludem a questões como: o cerceamento da autonomia no modelo de gestão da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) – responsável, entre outras tarefas, por zelar pelos princípios e objetivos estabelecidos na mencionada lei – no qual é imprescindível a participação da sociedade por meio, sobretudo, da atuação dos Conselhos Curadores, extinto pela Lei nº 11.347, como órgãos consultivos e deliberativos que estruturam democraticamente a gestão do SRP; e ao ataque à independência editorial no processo de produção de conteúdos e na montagem da programação, nos quais também é vital o fomento à participação cidadã pelo próprio caráter público do Serviço.

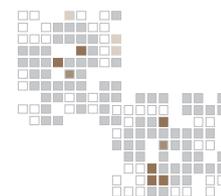
A fase do (des)governo Bolsonaro (Pinheiro, 2021) no poder executivo federal brasileiro também tensionou fortemente a EBC, sobretudo por mantê-la incluída em um plano de desestatização e pelas ameaças de extinção, além das práticas de censura a determinadas coberturas de interesse público, perseguição a jornalistas e o aparelhamento da Empresa vinculando-a fortemente aos militares. Nessa direção, o (des)governo Bolsonaro buscou deslegitimar a EBC a partir de ações voltadas a fins particulares (políticos/partidários), a valores / crenças / convicções (sobretudo ideológicos), a estados emocionais (relacionados a promessas de campanha e situações factuais) e à tradição (em

contraposição ao “direito”) (Pinheiro, 2021).

O presente estudo, portanto, ao realizar a análise de duas das principais emissoras públicas vinculada à EBC no ambiente das plataformas sociodigitais contemporâneas não o faz de maneira desconexa a esta realidade pela qual a EBC passa(ou). Com a reeleição de Luís Inácio Lula da Silva para a presidência da República, alguns caminhos prometiam ser reabertos à EBC, o que até a finalização desta versão do artigo não pode ser, de fato, constatado. Entre as ações deste terceiro mandato de Lula da Silva para a pauta da Comunicação Pública, é possível afirmar que, pelo menos até setembro de 2023, a ação mais simbólica, porém sem avaliações positivas posteriores por parte da Sociedade Civil Organizada, foi a criação de uma Comissão de Transição, pelo então recém-empossado Ministro da Secretária de Comunicação Social (Secom), Paulo Pimenta, que simbolicamente designou como Diretora-presidente interina da EBC uma servidora efetiva/concursada da referida Empresa Pública, Kariane Costa<sup>7</sup>, perseguida politicamente durante o mandato de Jair Bolsonaro, por denunciar à Ouvidoria da EBC casos de assédio moral contra trabalhadores(as) da Empresa.

Outros dois gestos que podem ser assinalados, em alguma medida, como desatenção ou não prioridade do Governo de Lula da Silva com o Serviço de Radiodifusão Pública, pelo menos até o segundo semestre de 2023, são: o foco dado a articulação e criação do CanalGOV, voltado à Comunicação Estatal/Governamental, para o qual foram mobilizados(as) trabalhadores(as)

7 A posse de Kariane Costa como presidenta interina na fase de transição de governo foi simbólica, e pode ser interpretada muito mais como um gesto político/governamental do que como evidência de um novo Projeto de participação efetiva da sociedade junto à EBC. Disponível em: <https://agenciabrasil.etc.com.br/geral/noticia/2023-01/jornalista-kariane-costa-toma-posse-hoje-no-comando-da-etc>. Acesso em 14 set. 2023.



da estrutura da própria EBC, sendo que este fato foi denunciado pela Federação Nacional do Jornalistas – FENAJ<sup>8</sup>; e o lançamento de uma nova programação<sup>9</sup> para a TV Brasil sem, contudo, ter a participação da sociedade nas discussões desta pauta. Por outro lado, foi ação do governo Lula da Silva a retirada da EBC<sup>10</sup> do Programa de Privatizações, defendido pelas gestões de Michel Temer e de Jair Bolsonaro, o que é importante, mas não suficiente para garantir a legitimidade e a sustentabilidade sociais da Empresa junto aos cidadãos e cidadãs, aspecto esse que é fundamental para a saúde não só do Serviço Público de Radiodifusão brasileiro, mas da própria democracia no país.

Para além destas questões, este estudo também reconhece que a Lei nº 11.652, que instituiu os princípios e objetivos do Serviço de Radiodifusão Pública brasileiro, segue, de modo geral, sem apresentar matéria específica que fomente e subsidie o processo de (re)configuração do Serviço, de modo particular, de suas rádios, frente às constantes mutações tecnológicas e à dinâmica dos cenário mediático e sociocultural do

país, assim como detecta-se que nenhuma outra normativa foi criada com tal finalidade no país.

Como também assinalou Pinheiro (2019), há, contudo, dispositivos da referida Lei nº 11.652 que, em alguma medida, aludem a determinadas necessidades/obrigações do SRP brasileiro, as quais são, em considerável medida, inviáveis em termos de execução sem um articulado e apurado processo de (incentivo/fomento à) integração do serviço no ambiente mediático digital.

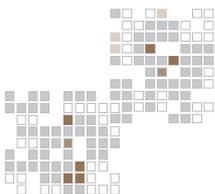
*É o que se percebe, por exemplo, quando, ao apontar os princípios da radiodifusão, a Lei nº. 11.652, em seu artigo 2º, inciso II, preceitua a necessidade de “promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo”. Também ao definir os objetivos do serviço de radiodifusão pública, o seu artigo 3º, inciso VI, a lei assinala que é preciso “buscar excelência em conteúdos e linguagens e desenvolver formatos criativos e inovadores, constituindo-se em centro de inovação e formação de talentos; o inciso VII do mesmo artigo apregoa a obrigação do Serviço em “direcionar sua produção e programação pelas finalidades educativas, artísticas, culturais, informativas, científicas e promotoras da cidadania, sem com isso retirar seu caráter competitivo na busca do interesse do maior número de ouvintes ou telespectadores”; já o inciso IX deste artigo 3º indica que o serviço público de radiodifusão também objetiva “estimular a produção e garantir a veiculação, inclusive na rede mundial de computadores, de conteúdos interativos, especialmente aqueles voltados para a universalização da prestação de serviços públicos” (Brasil, 2008) (Pinheiro, 2019, p. 34).*

Não obstante, a ecologia mediática contemporânea, nitidamente marcada pelo

8 Em nota oficial, a FENAJ manifestou preocupação com uma espécie de “consulta interna feita pela direção da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)” aos(as) jornalistas da Empresa, “para saber se desejam trabalhar ‘na parte pública’ ou ‘na prestação de serviços ao governo’”. Segundo a referida nota da FENAJ, “a consulta foi enviada em formulário online no e-mail funcional”, no dia 15 de março de 2023, “mas já havia sido anunciada no dia anterior pelo presidente da empresa, Hélio Doyle, em vídeo direcionado aos empregados.” Disponível em: <https://fenaj.org.br/posicao-das-entidades-sobre-consulta-a-jornalistas-da-ebc/>. Acesso em: 14 set. 2023.

9 A nova programação prevista para os meios de comunicação da EBC tem sido noticiada pela própria empresa em seu site institucional: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/geral/audio/2023-08/ebc-passa-oferecer-nova-programacao-partir-de-setembro>. Acesso em: 14 set. 2023.

10 A retirada da EBC do Programa de Privatizações do Governo Federal deu-se por Medida Provisória assinada pelo presidente Lula da Silva, em 07 de abril de 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/04/lula-retira-correios-ebc-e-outras-estatais-do-programa-de-privatizacoes.ghtml>. Acesso em: 14 set. 2023.



fenômeno da plataformização, apresenta diferentes desafios aos meios públicos em geral, os quais também podem ser percebidos como oportunidades de uma inserção e integração do Serviço de Radiodifusão Pública, especialmente das rádios públicas, reconfigurar sua atuação frente aos novos hábitos de consumo (cf. *Kantar Ibope Media*, 2022) e de produção de conteúdos nos mais diversos gêneros e formatos, o que inclui também a necessária aproximação com as lógicas do fenômeno do *podcasting*, propagadas no país e no mundo.

Corroborar-se o argumento do pesquisador brasileiro Carlos D'Andrea (2020, p. 17) a respeito de que, “na contemporaneidade, os modos de se estabelecer vínculos na *web* não podem ser vistos fora de uma lógica de sociabilidade programada proposta pelas plataformas.” A partir da “realidade” das plataformas, o pressuposto do social é, de algum modo, revitalizado, novas formas de afetividades são originadas e, em alguma medida, de fato, tudo passa a girar em torno de algoritmos e engajamentos.

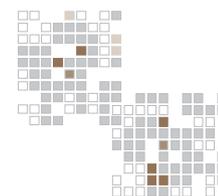
Em ambientes como as plataformas, “as conexões sociais se tornam mais materiais e, com isso, mais rastreáveis” (Venturini; Munk; Jacomy, 2018, p. 9), sendo assim, “quanto mais mediada por tecnologias, mais a vida coletiva pode ser lida por meio da teoria das redes, mensurada pela análise de redes e capturada em dados de rede” (Venturini; Munk; Jacomy, 2018, p. 11).

Sem dúvidas, esse tipo de constatação sobre a dinâmica das plataformas é um desafio para a mídia pública, em geral, que não pode nem deve, por exemplo, tensionar sua atuação de interesse público em termos editoriais, mas sim ter como uma boa prática utilizar tais ambientes midiáticos sociodigitais de maneira independente, diversa e plural, em diálogo com os análogos princípios, mandato e missão preconizados pela Unesco (2001) para o Serviço Público de Radiodifusão. De modo muito particular, percebe-se que

é necessário que o próprio Serviço Público brasileiro invista na elaboração de uma plataforma própria, como estratégia de expansão e alternativa ao viés privado.

Todavia, ainda que em uma das suas definições mais recorrentes compreenda-se que as plataformas são “alimentadas por dados, automatizadas e organizadas por meio de algoritmos e interfaces, formalizadas por meio de relações de propriedade orientadas por modelos de negócios e regidas por acordos de usuários” (Van Dijck; Poell; Wall, 2018, p. 9), elas não podem ser ignoradas pelos meios públicos, sobretudo pelo aspecto social e cultural que as permeiam, no sentido de uma presença cada vez mais forte no cotidiano de cidadãos e cidadãs, notadamente nos seus hábitos de consumo e produção de conteúdos midiáticos, como apontou-se aqui em relação ao próprio rádio. (*Kantar Ibope Media*, 2022). A criação de plataformas públicas é, nesse sentido, um imperativo contemporâneo, mas também a regulação daquelas existentes segue como desafio a ser superado, sobretudo após a constatação de que também no contexto destas plataformas circulam discursos de ódio, são propagadas uma miríade de desinformação e se articulam ações antidemocráticas violentas e nocivas à sociedade.

Destarte, além da dimensão social, destaca-se que as plataformas também compõem um eixo da produção cultural (D'Andréa, 2020). Atualmente, existem diversas plataformas que garantem experiências sonoras, audiovisuais e turísticas, por exemplo. Para se adaptar à plataformização, muitos setores culturais, como o televisivo, precisa(ram) reestruturar a produção, a distribuição e a circulação de seus programas. Com o rádio esse fenômeno também (já) ocorre, em alguma medida, no segmento comercial. Mas é o rádio público que, de maneira particular, depara-se, de fato, com o maior desafio de mais uma dinâmica de transformação, mais uma



“*Radiomorphosis*” (Vieira; Cardoso; Mendonça, 2010) ou “*Radiomorfose*” (Prata, 2008). Esse estudo analisa as experiências de emissoras públicas brasileiras neste contexto específico, visando cartografar o processo e estimular boas práticas.

### 3. Aspectos metodológicos

Este trabalho volta-se ao exercício de cartografar, registrar e refletir analiticamente sobre a presença de emissoras públicas radiofônicas públicas brasileiras no ambiente das plataformas sociodigitais, de forma a destacar a emergência de uma atuação planejada e estratégica neste tipo de ambiente mediático contemporâneo. Para tanto, delimitou-se a análise ao caso das Rádios MEC AM e MEC FM, sobretudo pelo histórico de atuação destas no cenário nacional e por integrarem, com relevância simbólica, o conjunto de emissoras geridas pela Empresa Brasil de Comunicação.

Parte-se aqui de um pressuposto de que esta integração de emissoras como as Rádios MEC AM e MEC FM ao contexto da plataformação pode, em alguma medida, reformular a lógica da sua atuação junto às atuais e até às possíveis novas audiências, que cada vez mais, por aspectos como a mobilidade e praticidade, migram para o consumo mediático nas plataformas. Nestas, as rádios públicas, de maneira muito particular, poderão (re)configurar e/ou incrementar suas lógicas de sociabilidade e de participação cidadã, aspectos estes que são historicamente tão marcantes para a radiodifusão sonora.

Acredita-se, assim, que a plataformação tem a capacidade de interligar aos interesses tecnológicos e políticos o interesse público, por isso é um meio capaz de transformar, em alguma medida, a realidade social. Nesse sentido, o rádio público, indubitavelmente, não pode se abster da integração às plataformas digitais.

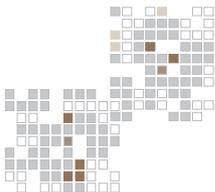
A cartografia adotada enquanto um

procedimento metodológico é uma prática relativamente recente na construção de pesquisas em Comunicação. A investigadora e cartógrafa brasileira, Virginia Kastrup (2007, p. 15) explica que na cartografia, “em linhas gerais, trata-se sempre de investigar um processo de produção”, o que nos permite corroborá-la tendo em vista que é nesse contexto que a presente pesquisa buscou se desenvolver: observando o “processo de produção” de estratégias comunicacionais adotadas pelas emissoras Rádio MEC AM e Rádio MEC FM no ambiente das plataformas.

Também nas reflexões de Kastrup (2007, p. 15) reside outro argumento que se apresenta pertinente quanto à contribuição do método cartográfico aos estudos em Comunicação e, notadamente, aqueles vinculados a objetos de estudo de matriz digital, isto é, inseridos em um ambiente tecnológico constantemente mutável e não linear. Na visão da referida autora:

*Na cartografia não se busca estabelecer um caminho linear para atingir um fim. A cartografia é sempre um método ad hoc. Todavia, sua construção caso a caso não impede que se procure estabelecer algumas pistas que têm em vista descrever, discutir e, sobretudo, coletivizar a experiência do cartógrafo (Kastrup, 2007, p. 15).*

Quando menciona a questão das “pistas” que podem ser estabelecidas para o trabalho do cartógrafo, Kastrup (2007) se refere “ao funcionamento da atenção durante o trabalho de campo.” Assim, como a cartografia dá-se “numa perspectiva construtivista, não há coleta de dados, mas, desde o início, uma produção dos dados da pesquisa.” (Kastrup, 2007, p.15). Sendo assim, ainda em diálogo com a referida autora, pode-se dizer que o nosso trabalho não foi o de “coleta de dados” mas sim o de “produção de dados” sobre a configuração da presença/atuação



de emissoras públicas de radiodifusão sonora nas plataformas de *streaming*, considerando que, em alguma medida, “uma real produção (...) já estava lá de modo virtual” (Kastrup, 2007, p. 15), nas plataformas das Rádios MEC AM e MEC FM, aqui estudadas.

Rosário e Coca (2018), que analisam a cartografia aplicada à Comunicação, explicam que o referido método é um dos princípios do “rizoma”. A partir de tal princípio é possível compreender a cartografia como um meio de construção de pesquisa devido a sua face de múltiplas conexões e diversas entradas. Estas autoras elucidam que toda a multiplicidade de gestos permitida pela cartografia também pode ser tornar um obstáculo a determinadas pesquisas, uma vez que o mapa que pretende conformar sempre está “em movimento”.

O mapa é, portanto, considerado “movente”, sendo necessário acompanhar as suas “mudanças multidimensionais” ao construí-lo. O cenário social está em constante transformação, sendo preciso que o cartógrafo seja sensível a essa informação, além de ter consciência que o seu olhar subjetivo pode afetar o andamento da pesquisa. Cabe salientar a importância do(a) cartógrafo(a) separar o que é particular da sua visão de mundo. (Rosário e Coca, 2018). Ao deparar-se com essa reflexão, a presente pesquisa julgou pertinente evidenciar que o cenário político, social, econômico, cultural e regulatório no qual se inserem atualmente as emissoras estudadas tensionam a atuação delas dentro e fora do ambiente das plataformas.

Pinheiro (2022, p. 81) ressalta que o plano de desestatização<sup>11</sup> – e ameaças de extinção – por

parte do “(des)governo Bolsonaro”, sem dúvidas, se configurou “como uma ação inconstitucional, tendo em vista o que rege o Artigo nº 223 da Constituição Federal sobre a complementaridade entre os sistemas de radiodifusão público, estatal e privado”, sendo que esta ação pode ser considerada uma daquelas que mais tensionou não só a própria permanência/existência da Empresa, mas, de modo particular, as rotinas produtivas e o clima organizacional dentro da EBC. Nesse mesmo período das ameaças e ações concretas que visaram tanto a privatização quando para a extinção da EBC, também há registros de censura<sup>12</sup> à independência editorial dos(as) jornalistas da Empresa, com temas sendo vetados das pautas, a exemplo do assassinato da vereadora Marielle Franco e do motorista Anderson Gomes.

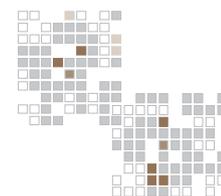
A partir da cartografia é possível, em alguma medida, materializar a realidade e, dependendo do resultado, também convém usá-la com o objetivo de transformação (Kastrup, 2007). Nessa direção, o exercício da cartografia como procedimento metodológico na Comunicação pode contribuir na análise de processos que podem ocasionar contribuições para a modificação de realidades. Além disso, como afirmam Rosário e Coca:

*A cartografia na Comunicação vai provocar diversas ordens de desterritorialização do pesquisador, primeiro em relação ao seu entendimento de ciência e de método, mas tem conexão também com a postura para iniciar o processo de investigação, a forma de coletar [sic] informações e interpretar os dados. Os*

11 Em 16 de março de 2021, a EBC entrou no Plano Nacional de Desestatização (PND) do Governo Federal brasileiro, via Ministério das Comunicações. “Em carta à população, a ‘Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública’, que reúne dezenas de entidades da sociedade brasileira, em conjunto com as trabalhadoras e trabalhadores da EBC, chamam a atenção para a gravidade da situação.” Disponível em: <https://emdefesadaebc.wordpress.com/2021/03/16/>

carta-a-sociedade-por-que-a-ebc-nao-deve-ser-privatizada/. Acesso em: 23. ago. 2022.

12 Muitos desses casos de censura foram reportados por diferentes veículos de comunicação, a exemplo desta matéria do Jornal O Globo que destaca 161 casos de censura dentro da EBC somente entre 2020 e 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/funcionarios-relatam-161-casos-de-censura-na-empresa-brasileira-de-comunicacao-ebc-1-25225485>. Acesso em: 14 set. 2023.



*procedimentos metodológicos mais usados na Comunicação partem de um modelo (pronto) e a cartografia vai propor que se tenha, de saída, apenas um roteiro, à medida que a pesquisa se coloca em movimento encontra tensionamentos sobre os quais é necessário refletir e fazer escolhas sobre novos percursos, outras organizações e sistematizações* (Rosário; Coca, 2018, p.46).

A partir da compreensão de que a pesquisa cartográfica em Comunicação, como apontam Rosário e Coca (2018), se dá num contexto de construção de um “mapa movente” e fundamentando-se nas “pistas” propostas por Kastrup (2007) – o rastreio, o toque, o pouso e o reconhecimento atento – melhor descritas nos próximos parágrafos deste trabalho, a presente pesquisa considera contribuir para transformar, em alguma medida, a realidade cartografada, ao destacar tanto as melhoras práticas como o que precisa ser estrategicamente mudado no ambiente das plataformas onde estão presentes as emissoras públicas de rádio estudadas.

A cartografia, segundo a pesquisadora Virgínia Kastrup (2007, p. 32. Grifo nosso), é “um método (...) que visa acompanhar um processo [de produção], e não representar um objeto.” Rosário e Coca (2018, p. 46) reforçam que se trata de um método que “vai se construindo no percurso da pesquisa”. É nesse sentido que, conforme já foi assinalado, buscou-se explorar como se configura o processo de produção de estratégias comunicacionais adotadas pelas emissoras Rádio MEC AM e Rádio MEC FM no ambiente das plataformas.

Na cartografia, uma espécie de mapa é delineado e este permite a construção da pesquisa a partir do olhar atento do pesquisador. Mas, tratando-se de uma cartografia voltada a um fenômeno radiofônico/sonoro, consideramos que não somente o “olhar atento” é suficiente, é necessário

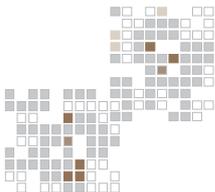
também agregar a este uma “escuta atenta”, a qual foi empreendida ao longo desta pesquisa por meio da adoção contextual da “auditoria” (Meditsch; Betti, 2019), isto é, de um tipo de “escuta reflexiva” e, nesse caso, circunstancial e não-linear do conteúdos das rádios estudadas.

É bem certo que a construção de mapas “vai se formando na medida em que o campo (espaço e movimento) vai se constituindo aos olhos do cartógrafo, a partir de suas potenciais conexões engendradas pela heterogeneidade, pela multiplicidade e pelas rupturas (...)” (Rosário e Coca, 2018, p. 38). Neste caso, o mapa também foi construído à medida em que a “cultura do ouvir” e os “vínculos sonoros” (Menezes, 2008) foram, a contexto, acionados.

Considerando tais questões como fundamentais numa cartografia sobre Rádio/Mídia Sonora, o método cartográfico exercitado nesta pesquisa utilizou, contextualmente, os “gestos de atencionais” propostos por Kastrup (2007) e corroborados por Rosário e Coca (2018): “Rastreio, Toque, Pouso, Reconhecimento atento”.

O *Rastreio*, para Kastrup (2007, p. 18), é, em linhas gerais, “um gesto de varredura do campo”.

*Em realidade, entra-se em campo sem conhecer o alvo a ser perseguido; ele surgirá de modo mais ou menos imprevisível, sem que saibamos bem de onde. Para o cartógrafo o importante é a localização de pistas, de signos de processualidade. Rastrear é também acompanhar mudanças de posição, de velocidade, de aceleração, de ritmo. O rastreio não se identifica a uma busca de informação. A atenção do cartógrafo é, em princípio, aberta e sem foco, e a concentração se explica por uma sintonia fina com o problema. Trata-se aí de uma atitude de concentração pelo problema e no problema* (Kastrup, 2007, p. 18).



Rosário e Coca (2018, p. 42) ressaltam que o *Rastreio* se trata de “uma procura por conhecimento do objeto que se quer estudar (...) sem deixar que o conhecimento prévio do pesquisador afete essa busca”. Foi nessa fase em que nos colocamos, primeiramente, diante da escolha das rádios que seriam estudadas, cuja escolha já foi evidenciada nesse trabalho. E, logo em seguida, diante do objetivo de compreender a atuação das rádios em plataformas sociodigitais, nos concentramos, fundamentalmente, mas de forma não linear: nos sites das rádios (<https://radios.ebc.com.br/mecamrio> e <https://radios.ebc.com.br/mecfmrio>), no canal das rádios da plataforma YouTube (<https://www.youtube.com/c/radiomec>), no perfil das rádios na plataforma Spotify (<https://open.spotify.com/user/radiomec>) e no Aplicativo Rádios EBC ([https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ebc.radios&hl=pt\\_BR&gl=US](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ebc.radios&hl=pt_BR&gl=US)).

O momento do segundo gesto, o *Toque*, “é sentido como uma rápida sensação, um pequeno vislumbre, que aciona em primeira mão o processo de seleção” (Kastrup, 2007, p. 19). Esta mesma autora explica: “O que é notado pode tornar-se fonte de dispersão, mas também de alerta. Algo se destaca e ganha relevo no conjunto, em princípio homogêneo, de elementos observados [ou escutados, em nosso caso]”. Ademais, “o toque pode levar tempo para acontecer e pode ter diferentes graus de intensidade. Sua importância no desenvolvimento de uma pesquisa de campo revela que esta possui múltiplas entradas e não segue um caminho unidirecional para chegar a um fim determinado” (Kastrup, 2007, p. 19). No contexto da nossa pesquisa, o *toque* se deu de maneira quase que concomitante com o *Rastreio*. Foi observando e, em alguns momentos, escutando o conteúdo dessas emissoras nas plataformas citadas que foram acionadas/vislumbradas as principais categorias de análise: a dimensão da expressão da *institucionalidade*;

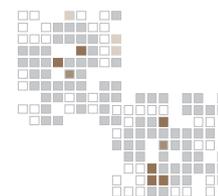
a configuração da *interface*; as estratégias de *divulgação*; e o *conteúdo da programação*.

Em relação ao gesto atencional seguinte, o *Pouso*, para Kastrup (2007, p. 16) este “não deve ser entendido como uma parada “do” movimento, mas como uma parada “no” movimento. Voos e pousos conferem um ritmo ao pensamento e a atenção desempenha aí um papel essencial.” Em linhas gerais, no *pouso* consolida-se o foco no que chamou atenção, o objeto observado [ou escutado] é mais aprofundado. Nesta pesquisa, esse gesto inspirou: a) análise de *regularidades*: presença de emissoras, perfil, tipo de conteúdo – *podcasts* e programas; b) observação das *especificidades* e *irregularidades*: listagem de arquivos (nome, conteúdo, formato, duração) e sua relação com a programação da emissora; c) observação da *performance*: ritmo de atualização, uso de mecanismo de interação e engajamento e métrica de audiência.

Já o *Reconhecimento atento* é a “variedade atencional” que “tem como característica nos reconduzir ao objeto para destacar seus contornos singulares” (Kastrup, 2007, p. 20). É o gesto “de produzir conhecimento ao longo de um percurso”. Em síntese: trata-se da elaboração das nossas inferências sobre o objeto cartografado, à luz dos aportes teóricos articulados. Vale pontuar que, o importante do *reconhecimento atento*, conforme (re)sistematizado por Kastrup:

(...) é a revelação da construção da percepção através do acionamento dos circuitos e da expansão da cognição. A percepção se amplia, viaja percorrendo circuitos, flutua num campo gravitacional, desliza com firmeza, sobrevoa e muda de plano, produzindo dados que, enfim, já estavam lá (Kastrup, 2007, p. 21).

A cartografia sobre a atuação/presença das rádios públicas MEC AM e MEC FM foi realizada no primeiro e no segundo semestre 2022 e no



primeiro semestre de 2023. A seguir, refletimos analiticamente sobre os principais resultados, dividindo-os em duas partes, a saber: a primeira concentrada no gestos atencionais do *Rastreo*, *Toque* e *Pouso* realizados no site das Rádios MEC AM e MEC FM, e o segundo concentrado no gesto do *Reconhecimento Atento*, delimitado aos perfis das referidas emissoras no YouTube, no Spotify e no Aplicativo Rádios EBC. Essa estrutura das reflexões analíticas deu-se quase que naturalmente, uma vez que o site foi, durante a cartografia, considerado uma espécie de ponto de partida que nos permitiu dar seguimento ao exercício dos demais gestos cartográficos dentro de um contexto em que a institucionalidade/verificação das demais plataformas e respectivos conteúdos eram, de fato, confiáveis/verificados.

#### 4. Resultados e discussão: *Rastreo*, *Toque* e *Pouso* no site das Rádios MEC AM e MEC FM

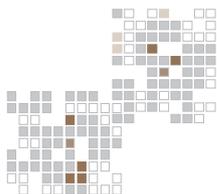
Durante o primeiro semestre de 2022 foram realizados os procedimentos cartográficos do *rastreo*, *toque* e o *pouso* relacionado à Rádio MEC AM. No semestre seguinte, realizaram-se tais gestos atencionais na Rádio MEC FM. No primeiro semestre de 2023, as duas emissoras foram novamente cartografadas de maneira simultânea. No presente tópico se discutem, portanto, de maneira entrecruzada e não linear, estes 3 gestos atencionais (*rastreo*, do *toque* e do *pouso*), os quais estão sistematizados a partir da reflexão analítica das seguintes dimensões: a *institucionalidade*; *interface*; *divulgação*; e *programação*.

Salienta-se, em diálogo com Kastrup (2007, p. 21), que “a ativação de uma atenção à espreita – flutuante, concentrada e aberta – é um aspecto

que se destaca na formação do cartógrafo” e que foi justamente esse o nosso exercício na cartografia realizada. Como argumenta ser necessário a referida autora, “ativar este tipo de atenção significa desativar ou inibir a atenção seletiva, que habitualmente domina nosso funcionamento cognitivo” (Kastrup, 2007, p. 21).

Tanto no que se refere à Rádio MEC AM quanto no que se refere à Rádio MEC FM, na atenção à questão da *institucionalidade* observa-se, nos sites<sup>13</sup>, uma breve descrição que enfatiza, no caso da Rádio MEC AM, o seu pioneirismo e o compromisso específico da emissora com a comunicação da cultura e da diversidade da música brasileira; e no caso da MEC FM, a sua identidade enquanto “Rádio de Música Clássica do Brasil”, que dedica 80% de sua programação para a transmissão de música erudita, “levando ao ar grandes compositores brasileiros e internacionais de todos os tempos, além faixas especiais para o jazz, a música instrumental e a música popular brasileira” (Rádio MEC FM, 2022).

Enfatiza-se essa dimensão da *institucionalidade* em relação aos sites porque em outras plataformas, como o YouTube e Spotify (e em outras não especificamente de *streaming*, como Facebook, Instagram e Twitter) esta referida dimensão é obliterada, sobretudo porque, durante o Governo Bolsonaro, a EBC adotou a estratégia de fundir/entrecruzar as duas emissoras em um único canal em cada uma dessas mencionadas plataformas sociodigitais (como ilustra o Quadro 1), o que, em considerável medida, tensiona a identidade de ambas e compromete a acessibilidade cultural a elas, que possuem programação, conteúdos e públicos muito específicos.



13 Disponíveis em: <https://radios.ebc.com.br/mecamrio> e <https://radios.ebc.com.br/mecfmrio>.

**Quadro 1 – Rádio MEC AM e Rádio MEC FM nas Plataformas e Sites de Redes Sociais**

	<b>Rádio MEC AM</b>	<b>Rádio MEC FM</b>
<b>Site</b>	<a href="https://radios.ebc.com.br/mecamrio">https://radios.ebc.com.br/mecamrio</a>	<a href="https://radios.ebc.com.br/mecfmrio">https://radios.ebc.com.br/mecfmrio</a>
<b>YouTube</b>	<a href="https://radios.ebc.com.br/mecfmrio">https://radios.ebc.com.br/mecfmrio</a>	
<b>Spotify</b>	<a href="https://open.spotify.com/user/radiomec">https://open.spotify.com/user/radiomec</a>	
<b>App Rádios EBC</b>	<a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ebc.radios&amp;hl=pt_BR&amp;gl=US">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ebc.radios&amp;hl=pt_BR&amp;gl=US</a>	
<b>Facebook</b>	<a href="https://www.facebook.com/radiomec">https://www.facebook.com/radiomec</a>	
<b>Instagram</b>	<a href="https://www.instagram.com/radiomec/">https://www.instagram.com/radiomec/</a>	
<b>Twitter</b>	<a href="https://twitter.com/radiomec">https://twitter.com/radiomec</a>	

Fonte: Elaboração própria – Pesquisa cartográfica

Quanto à dimensão da *interface*, os sites das rádios MEC AM e MEC FM têm configurações idênticas. Além das informações institucionais sintetizadas em breves relatos sobre a história das emissoras, é possível encontrar a descrição da programação, informações técnicas de sintonização, contatos e a formação da equipe, sendo esta última praticamente a mesma nas duas emissoras, fato este curioso, uma vez que as referidas emissoras possuem públicos e programação diferentes.

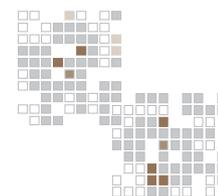
A *interface* do site de ambas permite acessar *links* diretos para a grade de programação de cada uma, ouvir conteúdos ao vivo, conectar os sites das redes sociais das emissoras e informam as formas de participação nos programas, seja para se pedir uma música, mandar um recado ou ideia de conteúdo, o que pode ser também realizado via e-mail (ouvinte@ebc.com.br), WhatsApp/Telegram (21 99710-0537), Facebook (facebook.com/radiomec), Instagram (@radiomec), Twitter (@radiomec) ou carta (Av. Gomes Freire, 474 – Centro, Rio de Janeiro – RJ, CEP: 20231-014). Além disso, no final da página, há um espaço para avaliação, onde o(a) ouvinte-leitor(a) é direcionado(a) para o sistema *Fala.Br* para registrar chamados na Ouvidoria, via plataforma de comunicação, com a administração pública.

Quanto à dimensão da *divulgação*, nos sites das duas emissoras a publicidade dos programas é feita primordialmente por meio de *cards*. Estes

usam imagens e textos que buscam despertar o interesse do público para conferir/ouvir os conteúdos, por exemplo: “Manhã MEC: No faixa Musical, confira o mais recente lançamento de Criolo”; “Nicolas de Sousa é convidado do Sala de Concerto desta semana”. Os dois sites, porém, não apresentam *links* de divulgação e/ou de encaminhamento/direcionamento para acesso aos conteúdos das respectivas emissoras nas plataformas de *streaming* YouTube e Spotify. Os sites também não apresentam *links* que ofereçam a possibilidade de acesso aos conteúdos no Aplicativo Rádios EBC.

Em relação à *programação*, o site da Rádio MEC AM indica que, ao todo, são 24 programas destinados a conteúdos culturais, transmitidos diariamente de forma alternada, sendo eles: *Acervo Rádio MEC, Ao vivo entre amigos, Armazém Cultural, Arte Clube, Baú Musical, Bossamoderna, Brasis, Cena Instrumental, Circular Brasil, Especiais Rádio MEC, Festival de Música Rádio MEC, Ginástica!, Manhã MEC, Memória Rádio MEC, Mistura Brasileira, Música e Músicos do Brasil, Noturno, Perguntar e Pensar, Rádio Animada, Rádio Batuta, Rádio Sociedade, Recordar, Roda de Choro e Shows Rádio MEC*.

Já a o site da Rádio MEC FM indica que a programação é composta por 33 programas diários que se alternam, sendo eles: *Acervo Rádio MEC, Antena MEC, Áurea Música, BBC Proms, Blim-Blem-Blom, Caderno de Música, Cena*



*Instrumental, Circular Brasil, Claquete, Clássicos do Ouvinte, Clássicos da Madrugada, Concerto Ao Vivo, Concerto de Domingo, Concerto MEC, Concerto Deutsche Welle, Concertos OSESP, Concertos UFRJ, Especiais Rádio MEC, Festival de Música Rádio MEC, Grandes Clássicos, Harmonia, Jazz Livre!, Manhã Rádio MEC, Música e Músicos do Brasil, Ópera Completa, Partituras, Plateia, Playlist, Rádio Batuta, Roda de Choro, Sala de Concerto, Som Infinito, Torna Viagem.*

Não há, nos dois sites cartografados menção ou divulgação de *podcasts* destas emissoras ou de outros tipos de conteúdos (programas) produzidos exclusivamente para plataformas de *streaming* como o YouTube e o Spotify ou App Rádios EBC. Percebe-se um nível de atualização “irregular” com predominância da lógica de atualização semanal, com esporádicas atualizações diárias.

No que se refere ao contexto da *interação*, os níveis observados nos sites da Rádios MEC AM e MEC FM podem ser considerados restritos aos atos de compartilhar os conteúdos publicados direto em sites de redes sociais, nomeadamente, no Facebook ou no Twitter. Não é apresentada a opção de compartilhamento de conteúdos no site da rede social Instagram.

Em se tratando de *participação social*, não é possível perceber essa dimensão a partir do que é disponibilizado pelos referidos sites. Esta questão esteve, no período analisado, demasiadamente limitada à exceção de quando se tratou da divulgação de pautas e convidados(as) de algum dos programas. Exceto isto, os sites apenas disponibilizam, como já mencionado no início deste tópico, formas de contato com EBC: por e-mail, aplicativos de trocas de mensagem ou carta.

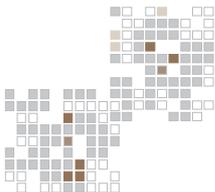
## **5. Resultados e discussão: O Reconhecimento atento no YouTube, Spotify e App Rádios EBC**

Esta fase da cartografia, conforme já assinalado,

é voltada ao exercício “de produzir conhecimento ao longo de um percurso” (Kastrup, 2007, p. 20) e sucede aos demais gestos atencionais propostos por Kastrup (2007): *rastreio, toque e pouso*. Nossa opção por refletir analiticamente sobre ele separadamente deve-se ao destaque que se julgou necessário dar, primeiramente, aos sites das Rádios MEC e MEC FM, sobretudo por eles manterem, de forma relativamente mais ampla, a questão da identidade particular de cada uma das emissoras, o que não se percebe nas demais plataformas as quais esse tópico se dedica, com relativa exceção do *Aplicativo Rádio EBC*, aqui também destacado.

Após a realização dos gestos de *rastreio, toque e pouso*, o gesto do *reconhecimento atento* foi empreendido em relação às plataformas YouTube, Spotify e App Rádios EBC, o que ampliou a nossa percepção (Kastrup, 2007) sobre a presença/atuação das emissoras Rádio MEC AM e MEC FM nos referidos ambientes mediáticos sociodigitais (Pinheiro, 2019) e nos permitiu, em considerável medida, corroborar a ideia de “produzir dados que, enfim, já estavam lá” (Kastrup, 2007, p. 21) mas que com nossa reflexão analítica foram, em alguma medida, “des(en)cobertos” (SILVA, 2010).

As duas emissoras aqui estudadas atuam com programação/conteúdos entrecruzadas no YouTube e no Spotify, o que não permite facilmente a um(a) ouvinte-leitor(a) identificar a qual rádio se vincula originalmente o conteúdo acessado. A presença da MEC AM e da MEC FM em tais plataformas se configura, em linhas gerais, da seguinte maneira: a) no YouTube, transmitem programas e organizam *playlists* que apresentam formatos musicais, entrevistas e produção audiovisual de artistas clássicos brasileiros; b) no Spotify, disponibilizam arquivos de programas e *playlists* musicais; c) No Aplicativo Rádios EBC, tanto a MEC AM quanto a MEC FM transmitem, ao vivo, a programação e disponibilizam, em



parte, os conteúdos dos programas, empacotados como *podcasts*, e que podem ser acessados sob demanda, de maneira assíncrona e não linear.

No Spotify, além dos 8 programas (*Originais Rádio MEC, 100 anos do Rádio no Brasil, Sala de Concerto, Jazz Livre!, Blim-Blem-Blom, Arte Clube, Torna viagem, Rádio Animada*), foi cartografada a produção de 19 *playlists* musicais. No YouTube, cartografou-se um total de 162 vídeos com conteúdos relacionados à programação das referidas emissoras, relacionados a 13 programas. Não há produção de conteúdos exclusivos nestas duas plataformas, apenas percebe-se um processo de (re)organização dos conteúdos transmitidos no *dial*. Um exemplo é o “*Originais Rádio MEC*”, que vem a ser um conjunto de séries documentais sobre grandes nomes da cultura brasileira, já transmitidas na programação das duas emissoras, a exemplo das séries radiofônicas sobre Baden Powell, Ze Kéti, a Semana de Arte Moderna e uma entrevista inédita com Carlos Drummond de Andrade nos anos 1950, nos estúdios da Rádio MEC AM.

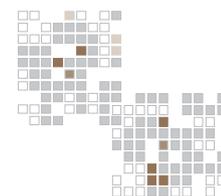
Usar as plataformas como uma espécie de “repositório”, conforme Pinheiro e Bianco (2021) também identificaram quando pesquisaram emissoras radiojornalísticas brasileiras, não é um erro, pelo contrário, acredita-se que é uma das importantes possibilidades que devem ser levadas em conta pelas rádios, públicas ou não, tendo em vista que se pode inferir que há audiências que não se dedicariam a conhecer tais conteúdos no *dial* exatamente por esse tipo de escuta não fazer parte de suas rotinas de consumo mediático.

Todavia, esta ideia de repositório não deve ser a única estratégia assimilada por tais emissoras no âmbito das plataformas, especialmente as públicas, para as quais, assim como assinalam clássicos documentos norteadores da Unesco (2001, p. 15): “não se trata de que a rádio e a televisão pública produzam unicamente gêneros e formatos de emissão que não interessam aos demais serviços,

nem de que se dirija exclusivamente aos públicos que os demais descuidam”. Nessa direção, como assinala Pinheiro (2019, p. 114), corroborando a Unesco, “o que se propugna é que as emissoras públicas atuem de modo diferenciado”, isto é, que elas busquem se modernizar para “inovar, criar novos espaços, novos gêneros, oferecer diretrizes no universo audiovisual e estimular às outras emissoras.” (Unesco, 2001, p. 15).

Já no caso do *Aplicativo Rádios EBC*, criado em 2014, mas cuja versão analisada é datada de 2017, (versão 2.0.6), atualizada há mais de um ano do momento da presente análise, percebe-se neste gesto cartográfico do *reconhecimento atento* a sua importância e o potencial que possui, devendo ser, para tanto, atualizado de maneira mais constante. No referido aplicativo foram mapeados e registrados 33 programas da Rádio MEC FM e 24 programas da Rádio MEC AM.

No *Aplicativo Rádios EBC*, que merece o devido destaque por ser uma plataforma pública em que os *Termos de Uso e as Políticas de Privacidade*, em linhas gerais, não estão ditadas por interesses comerciais nacionais ou estrangeiros, é possível: a) ter acesso à programação ao vivo das Rádios MEC AM e MEC FM, o que não é possível em plataformas como o Spotify; b) perceber a dimensão da valorização da identidade de cada rádio, diferenciando-as e dando o devido destaque contextual aos conteúdos de cada uma delas; c) é possível ter acesso não linear e assíncrono a conteúdo da programação das emissoras, transmitido pelo *dial*, em forma de *podcasts* (nem sempre reeditados, mas empacotados/divulgados como *podcasts*); d) há uma maior organização e oferta de conteúdos se comparado ao mapeado no YouTube e no Spotify das referidas rádios aqui analisadas; e) a interface do App Rádios EBC é relativamente mais intuitiva e acessível que o próprio Spotify e permite alguns níveis – ainda que baixos – de interação, como leitura de matérias e compartilhamento de conteúdos



em outros sites de redes sociais; f) conforme já assinalado, trata-se de uma plataforma pública/gratuita. Há contudo, um ritmo de atualização lento dos conteúdos no referido *App* e, além disso, o Aplicativo Rádios EBC ainda precisa ser melhor divulgado tanto no site quanto nas demais redes de comunicação online (Facebook, Instagram, Twitter) e nos conteúdos sonoros do *dial* das próprias rádios, também pelos(as) comunicadores(as) e por meio, por exemplo, de *spots* radiofônicos ao longo da programação, aspectos identificados no exercício da “escuta atenta” realizado de forma não-linear em conteúdos diversos das duas emissoras.

Em linhas gerais, a cartografia exercitada evidencia um retrato do desafio tanto da Rádio MEC AM quanto da Rádio MEC FM no processo de integração ao ambiente sociodigital das

plataformas, sobretudo pelo momento político, social e cultural pelo qual passa o Serviço Público de Radiodifusão no Brasil, sem a devida participação da sociedade em sua estrutura, mesmo com um governo identificado progressista, de esquerda, cuja a campanha deu-se em torno do que se chamou de “Frente Ampla” pela democracia, nomeadamente, o terceiro mandato de Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores.

Destarte, como fizeram Pinheiro e Bianco (2021) ao mapearem emissoras radiojornalísticas brasileiras em plataformas de *streaming*, a seguir, sistematizamos, no Quadro 2, os resultados da presente cartografia sobre a atuação e a integração das rádios públicas MEC AM e MEC FM nas plataformas pesquisadas, destacando tanto ações *integradas e estratégicas* quanto *dispersivas e irregulares*.

Quadro 2 - Síntese da atuação das Rádios Públicas MEC AM e MEC FM em plataformas

Ações integradas e estratégicas	Ações dispersivas e irregulares
As Rádio MEC AM e MEC FM buscam assimilar, em alguma medida, a lógica ou a importância das plataformas e tentam adaptar-se a tais ambientes midiáticos sociodigitais, o que se evidencia pela presença de ambas em diferentes plataformas: Site, YouTube, Spotify, App Rádios EBC; e em outras redes como Facebook, Instagram e Twitter, que também se configuram como tipos de plataformas.	As equipes, que são praticamente as mesmas no caso da Rádio MEC AM e MEC FM, parecem ainda não compreender com tanta profundidade ou desconhecem ou não possuem, <u>no momento em que se realiza esta pesquisa</u> , condições institucionais/organizacionais para se integrar melhor à lógica das plataformas sob vários aspectos, especialmente no que se refere à necessidade de mantê-las constantemente atualizadas e garantir a identidade de cada uma das emissoras nas plataformas Spotify e YouTube. Embora as redes como Facebook, Instagram e Twitter, não componham o <i>corpus</i> deste estudo, foi possível observar essa mesma questão da perda da identidade das emissoras ao uni-las em um único perfil.
Nos seus respectivos sites, as rádios mantêm relativa regularidade na atualização de conteúdos.	Nas plataformas de <i>streaming</i> YouTube e Spotify e no App Rádio EBC, a atualização de conteúdos é, em alguma medida, mais irregular/espórádica.
Nos seus respectivos sites e no Aplicativo Rádios EBC é mantida de maneira mais evidente a identidade de cada uma das emissoras (Rádio MEC AM e MEC FM), o que é fundamental tendo em vista que as emissoras possuem programas e públicos específicos.	Nas plataformas de <i>streaming</i> YouTube e Spotify a identidade de cada uma das emissoras, que possuem programas e públicos específicos, é, em alguma medida, sublimada, adotando-se uma estratégia confusa de integração dos conteúdos.
Nos sites e demais plataformas criam-se, em considerável medida, padrões visuais para a divulgação dos programas.	As plataformas não se divulgam mutuamente, com exceção do site, que traz apenas links das redes Facebook e do Twitter, sendo estes perfis compartilhados pelas duas emissoras. As plataformas de <i>streaming</i> YouTube e Spotify não são divulgadas nos sites institucionais das rádios. Também não são divulgadas nos sites das redes sociais das emissoras.



Utilizam as plataformas YouTube e Spotify para organizar alguns conteúdos do <i>dial</i> em forma de <i>playlists</i> , com conteúdos musicais ou programas; isso, em alguma medida, pode facilitar o encontro/contato das referidas emissoras com tipos de novos públicos com hábitos de consumo tipicamente digitais ou atuais audiências que têm migrado para as plataformas por aspectos como praticidade/mobilidade.	As Plataformas são predominantemente utilizadas como arquivo / repositório das emissoras; nesse sentido, praticamente apenas empacotam os programas do <i>dial</i> como <i>podcasts</i> ; e não produzem conteúdos exclusivos. Ainda não se integram totalmente, nesse sentido, ao ambiente disruptivo das plataformas, isto é, a um ambiente que oferece novas possibilidades para sua sustentabilidade e legitimidade sociais.
No YouTube e nas Plataformas mais identificadas como redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter), as emissoras MEC AM e MEC FM mantêm abertas as ferramentas/recursos de interação, como comentários, mas são pouco utilizados. No site, indicam outras plataformas como canais de interação/comunicação com elas, como o WhatsApp, o Telegram, e-mail e a Ouvidoria.	As emissoras praticamente não interagem nas plataformas, no sentido de favorecer uma participação social mais ativa/efetiva dos(as) cidadãos(ãs). Em plataformas como Spotify, por exemplo, há recursos mais contemporâneos que nunca foram utilizados, como a disponibilização de “Perguntas”, “Comentários”, e produção de “Enquetes”, que podem ser acionadas na própria interface da referida plataforma.
No site e no App Rádios EBC, a alimentação da plataforma de áudio é relativamente mais integrada à rotina produtiva da emissora	Há uma conexão esporádica da ação de alimentação das plataformas YouTube e Spotify com a rotina produtiva das emissoras estudadas.

Fonte: Elaboração própria. Pesquisa Cartográfica.

## 6. Conclusões

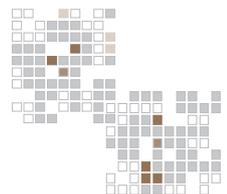
A atuação das rádios públicas MEC AM e MEC FM no contemporâneo ambiente da plataformização, analisada à luz do método cartográfico, apresenta-se como um processo em movimento de construção, com estratégias ainda não totalmente articuladas, e que precisa ser constantemente aprimorado em função do caráter dinâmico das plataformas estudadas e da contribuição que estas podem dar à legitimação e sustentabilidade sociais dessas emissoras, também tensionadas pela política de desmonte da Radiodifusão Pública pelo Poder Executivo Federal, vigente no Brasil, desde 2016, e ainda sem a fundamental retomada da participação da sociedade em 2023.

Para além de se configurar como um fenômeno em aberto, a plataformização atualmente ainda é um desafio para o Serviço de Radiodifusão Pública do país, visto que as ações cartografadas comprovam a adoção de inúmeras estratégias dispersivas e irregulares, com destaque para uso tímido das plataformas Spotify e YouTube, até mesmo como repositórios, e pouco aproveitadas para propagação de conteúdos exclusivos. Como

aspecto positivo, destaca-se o potencial do *Aplicativo Rádios EBC*, sobretudo por ser uma plataforma pública que, contudo, precisa ser urgentemente modernizada, constantemente atualizada e melhor divulgada/propagada pelas emissoras e pela EBC como um todo. Nesse sentido, compreendemos que tanto a elaboração quanto a manutenção de uma plataforma própria como o *Aplicativo Rádios EBC*, enfrenta a histórica dificuldade de financiamento e de constante investimento em mão de obra especializada, o que pode ser evidenciado pelo cenário orçamentário de uma Empresa Pública que, notadamente, opera com orçamento aquém do necessário para promoção de conteúdos diversos, plurais e inovadores.

Por oportuno, ressalta-se que a cartografia, especialmente a partir da perspectiva proposta por Kastrup (2007) em relação aos gestos atencionais do *rastreio*, do *toque*, do *posou* e do *reconhecimento atento*, mostrou-se um método pertinente ao contexto desse pesquisa por sua flexibilidade diante de um objeto de estudo inserido num ambiente dinâmico e mutável.

Outros estudos nessa área devem dar



prosseguimento a cartografia aqui iniciada sem, contudo, descartar o fato de que as estratégias que são adotadas neste momento – e historicamente – pelas rádios públicas do país, com a MEC AM e MEC FM, precisam necessariamente ser compreensivamente percebidas e analisadas no contexto do desmonte, programado e inconstitucional, do Serviço de Radiodifusão Pública no Brasil, por parte do Poder Executivo Federal, desde meados de 2016.

Há uma expectativa que este cenário pode começar a mudar, fato que não aconteceu pelo menos até o mês de setembro de 2023, quando se finalizou a última versão deste trabalho. Garantir a participação da sociedade na gestão da Empresa Brasil de Comunicação e investir em inovação e modernização são passos urgentes que devem ser tomados sob pena das emissoras estudadas e outros canais da EBC perderem a oportunidade de integração em um ambiente potencialmente mais participativo, plural e diverso.

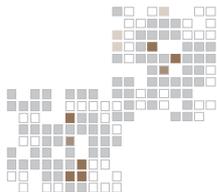
Renovar e capacitar/formar continuamente equipes e, além disso, motivá-las – com políticas públicas participativas – para o trabalho no âmbito do hodierno contexto sociodigital também é fundamental. Um Conselho Curador com participação social independente, representatividade e também com olhares críticos/compreensivos sobre a importância do universo das tecnologias é também urgente nesse processo de integração das rádios estudadas e da própria EBC ao ambiente das plataformas.

Fomento à modernização tecnológica é essencial. Os novos planos de trabalho para estas emissoras precisam, sem dúvidas, contemplar os caminhos e desafios das plataformas, conectá-las, enxergá-las e escutá-las compreensivamente como instrumentos para o fortalecimento do Serviço Público de Radiodifusão, da participação cidadã e da democracia brasileira, sob pena de tais emissoras sofrerem ainda mais impacto em sua legitimidade e sustentabilidade sociais.

Contudo, não nos abstermos de apontar – e de ressaltar – que os desafios das constantes mutações tecnológicas para o Serviço Público de Radiodifusão têm uma explicação e uma relação ainda mais profunda com a questão da apropriação privada/comercial das plataformas, algo vigente no Brasil e no mundo, o que em nosso país pode ser observado, sobretudo, pela existência do monopólio, isto é, da concentração de propriedade da mídia e da ausência da devida regulação estatal em relação a este cenário.

Compreendemos que, apesar do ambiente das plataformas sociodigitais oferecerem oportunidades diferenciadas e inovadoras de produção, consumo e circulação para conteúdos radiofônicos, além de níveis de interação em alguma medida mais inventivos, é de suma importância percebermos que, a depender de como se planejam e se estruturam essas práticas de propagação como, por exemplo, via mecanismos de Inteligência Artificial e/ou pela ação de *bots* que promovam apenas um impulsionamento descontextualizado de conteúdos, o fenômeno da plataformização também pode contribuir para criar complexos níveis de invisibilização de conteúdos oriundos dos Serviços Públicos de Radiodifusão em detrimento de serviços patrocinados e/ou geridos por veículos da mídia comercial hegemônica.

A consideração do ambiente privado das plataformas sociodigitais a exemplo daquelas aqui observadas (YouTube e Spotify), a continuidade do presente estudo estará dedicada à importante questão que é situar como as políticas e estratégias de comunicação dos operadores de Serviços Públicos de Radiodifusão, como a EBC, percebem e atuam diante da necessidade de mudança do próprio modelo de negócio que executam, tendo em vista que as emissoras públicas brasileiras, a exemplo daquelas aqui estudadas, possuem limitação de espaços publicitários e, notadamente, ainda não têm definidas de maneira transparente como



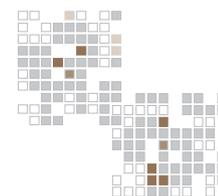
seria feita a apropriação e desdobramento dos dados gerados em plataformas sociodigitais de terceiros, tampouco divulgam dados/resultados obtidos/gerados por suas plataformas próprias (sites institucionais, aplicativo Rádios EBC e suas redes sociais de comunicação online).

Por fim, o presente estudo, ao se dedicar a uma cartografia de rádios públicas brasileiras no contexto da plataformização, compreende que este exercício, enquanto instrumento construtor de um “mapa movente” (Kastrup, 2007) (Rosário & Coca, 2018), tem também como horizonte para a continuidade desse processo de acompanhamento, seguir refletindo analiticamente sobre as mudanças multidimensionais da plataformização,

as quais, como abordadas até aqui, constroem possibilidades e, ao mesmo tempo, impõem limites para transformação da realidade social quando, por exemplo, assimilada pelas rádios públicas. No contemporâneo ambiente tecnológico, político, regulatório, econômico e cultural que as plataformas sociodigitais se situam, estas parecem se encaminhar para, em alguma medida, reforçar uma cultura/realidade de hegemonia, exclusão e de homogeneização de conteúdos que já prevalece na ecologia mediática contemporânea, contrastando com a diversidade, pluralidade, universalidade e independência que devem nortear os serviços de radiodifusão pública.

## Referências

- BIANCO, N. R.; Ferraretto, L. A.; Klöckner, L. *80 anos das rádios Nacional e MEC*. 1ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, Editora Universitária da PUCRS, v. 1, p. 148-172, 2017.
- BRASIL. Decreto nº 8.139, de 7 de novembro de 2013. Dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências. Brasília, Presidência da República, 2013.
- D'ANDRÉA, C. F. de B. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador: EDUFBA, 2020.
- DEL BIANCO, N. R. & Pinheiro, E. B. O rádio brasileiro no contexto da plataformização: experiências, impasses e desafios. *Esferas*, ano 12, vol. 1, nº 23, janeiro-abril de 2022.
- KANTAR IBOPE MEDIA (Brasil). *Estudo da Kantar IBOPE Media indica que consumo de rádio aumentou e alcança 80% dos brasileiros*. Brasil, 2021.
- KANTAR IBOPE MEDIA (Brasil). *Rádio Online: O som do novo*. Abril/2022.
- KASTRUP, V. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. *Revista Psicologia & Sociedade*. Rio de Janeiro, 19(1) p. 15-22, jan/abr. 2007.
- MEDITSCH, E.; BETTI, J. G. Os elementos sonoros na análise da informação radiofônica: em busca de métodos. *Anais (...)* 17o Encontro Nacional de Pesquisadores de Jornalismo. Universidade Federal de Goiás. Goiânia – GO, 2019.
- MENEZES, J. E. de O. Cultura do ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade. *Líbero* - Ano XI - nº 21 - Jun 2008.
- OLIVEIRA, M.; Stachyra, G.; Starkey, G. *Radio: The Resilient Medium*. University of Sunderland, 2014.
- PINHEIRO E. B. As ações do (des)governo Bolsonaro contra a Empresa Brasil de Comunicação. *Compólitica*, v. 11, n. 2, p. 81-106, 22 fev. 2022.
- PINHEIRO, E. B., & DEL BIANCO, N. R. A integração de emissoras de rádio all news brasileiras às plataformas de streaming de áudio. *Revista GEMInIS*, 12(3), 222–241, 2022.
- PINHEIRO, E. B. B., & DEL BIANCO, N. R. (2022). O rádio brasileiro no contexto da plataformização: experiências, impasses e desafios. *Esferas*, 1(23), 56-83. <https://doi.org/10.31501/esf.v1i23.13642>.
- PINHEIRO, E. B. B. Radiodifusão sonora pública do Brasil: o processo de conformação do serviço e os desafios de sua integração no ambiente digital. 2019. 545 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação)—Universidade de Brasília, Brasília.
- PRATA, N. & DEL BIANCO, N. R. Inovação na tradição: a migração do AM para o FM como fator de renovação do rádio brasileiro. *Revistas EJM – Estudos em Jornalismo e Mídia*. v. 17 n. 2, 2020.
- PRATA, N. Webrádio: *Novos gêneros, novas formas de interação*. Belo Horizonte, 2008, 395p. Tese. (Doutorado em Estudos Linguísticos)-Faculdades de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais.



POELL, T.; NIEBORG, D. & VAN DIJCK, J. *Platformisation*. Internet Policy Review, 8(4), 2019.

REGOTTO, T. Muito além da música clássica: a Rádio MEC FM como herdeira da Rádio Sociedade. *80 anos das rádios Nacional e MEC*. 1ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, Editora Universitária da PUCRS, v. 1, p. 148-172, 2017.

ROSÁRIO, N. M. Cartografia na comunicação: Questões de método e desafios metodológicos. In: Cláudia Peixoto de Moura, Maria Immacolata Vassallo de Lopes. (Org.). *Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas*. 1ed. Porto Alegre: ED PUCRS, v. 1, p. 175-194, 2016.

ROSÁRIO, N. M. & Coca, A. P. A cartografia como um mapa movente para a pesquisa em comunicação. *Comunicação & Inovação*, v.19, n. 41, 2018.

SILVA, J. M. d. *O que pesquisar quer dizer: Como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SANTOS, L. A., & BIANCO, N. D. Serviço público de mídia e participação. *Comunicação E Sociedade*, 30, 7-12. [https://doi.org/10.17231/comsoc.30\(2016\).2481](https://doi.org/10.17231/comsoc.30(2016).2481), 2016.

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

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WALL, M. *The Platform Society: public values in a connective world*. Londres: Oxford Press, 2018.

VENTURINI, T.; MUNK, A.; JACOMY, M. Ator-rede versus Análise de Redes versus Redes Digitais: falamos das mesmas redes?. *Galáxia*, São Paulo, n. 38, p. 5-27, 2018.

VIEIRA, J. ; CARDOSO, G. & MENDONÇA, S. *Os Novos Caminhos da Radio: Radiomorphosis. Tendências e Prospectivas*. Lisboa: OberCom - Observatório da Comunicação, 2010.

---

Artigo enviado em 15/09/2023 e aceito em 06/12/2023.

