

Serviço Público de Média em Portugal e no Brasil: problemas e desafios da pesquisa comparada

MADALENA OLIVEIRA

Professora
Departamento de Comunicação
Universidade do Minho
Portugal
madalena.oliveira@ics.uminho.pt

FERNANDO OLIVEIRA PAULINO

Professor
Faculdade de Comunicação
Universidade de Brasília
Brasil
paulino@unb.br



om uma tradição académica relativamente recente em termos mundiais, as Ciências da Comunicação desenvolveram-se especialmente a partir de meados do século XX. É certo que os primeiros trabalhos de investigação nesta área datam dos anos 1920, quando após a Primeira Guerra Mundial se começaram a desenhar preocupações com os efeitos dos meios de comunicação e com os comportamentos das massas. Mas os textos inspiradores do campo (como *A rebelião das massas*, de Ortega y Gasset, uma obra que o autor começou a publicar em 1926 em fragmentos num jornal madrileno) só deram o mote para uma área que se “instalaria” progressivamente nas universidades a partir do meio do século. Acompanhando este movimento, o campo académico da comunicação no Brasil funda-se na sequência dos primeiros estudos latino-americanos, datados da década de 1940 (Melo, 1998). É certo que a pós-graduação só se iniciaria um pouco mais tarde, mas a institucionalização do ensino universitário da comunicação desde meados do século XX constituiu um importante impulso para a definição da área disciplinar e para a fundação, em 1977, da Intercom, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Em Portugal, contudo, a comunicação foi introduzida nas universidades no final da década de 1970, especificamente em 1979, quando foi anunciado o primeiro curso de graduação em Comunicação So-

Pour citer cet article

Référence électronique

Madalena Oliveira, Fernando Oliveira Paulino, « Serviço Público de Média em Portugal e no Brasil », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne], Vol 6, n°2 - 2017, mis en ligne le 15 décembre 2017.

URL : <http://surlejournalisme.org/rev>

cial, na Universidade Nova de Lisboa (Martins & Oliveira, 2013). As condições efetivas para o desenvolvimento da comunicação como área de pesquisa científica só se formalizariam cinco anos mais tarde, com a fundação do primeiro centro de pesquisa, da primeira revista científica e do primeiro curso de pós-graduação. Na evidência do caráter tardio das Ciências da Comunicação em Portugal está a própria fundação da Sopcom, a Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, que aconteceu apenas 20 anos depois da criação da associação homóloga no Brasil.

Embora inscritos em tradições de pesquisa distintas, Portugal e Brasil experimentaram nos últimos anos alguns movimentos de aproximação científica, graças à dinamização de vários protocolos de cooperação entre universidades portuguesas e universidades brasileiras, tanto para a realização de intercâmbios de ensino como para o desenvolvimento de trabalhos de investigação em parceria. Beneficiando destes fluxos de mobilidade, do ponto de vista científico, a área das Ciências da Comunicação tem testemunhado um interesse crescente de dois fenómenos: por um lado, o desenvolvimento de um domínio de conhecimento especialmente dedicado ao conceito de lusofonia e às suas múltiplas conotações e implicações¹; por outro, a realização cada vez mais numerosa de estudos comparados, que visam, como o próprio nome sugere, identificar semelhanças e diferenças do sistema mediático, das políticas públicas de comunicação e cultura e das práticas de comunicação.

Impulsionados em certa medida pela realização de “doutoramentos-sanduíche”, mais por parte dos estudantes brasileiros que procuram realizar missões de estudo em Portugal (ou em outros países da Europa) do que por parte de estudantes portugueses que procurem o Brasil para completar a sua formação, os estudos lusófonos e pós-coloniais, bem como os estudos comparativos Portugal-Brasil são a face visível de uma certa mudança de paradigma nas Ciências da Comunicação “de língua portuguesa”. Se nos primeiros trabalhos científicos da Comunicação, tanto um país como outro explicitavam uma tendência para pesquisas historiográficas e etnográficas muito voltadas para dentro das fronteiras nacionais, os trabalhos mais recentes têm tornado evidente uma necessidade de projetar o conhecimento científico também nesta área numa lógica transnacional.

Prerrogativa dos desafios da ciência em tempo de globalização, o desenvolvimento das Ciências da Comunicação segundo lógicas geográficas que transcendem os limites regionais e/ou nacionais é, por outro lado, coincidente com a natureza dos processos de comunicação, que são eles próprios globais e pro-

pensos à ligação entre comunidades distintas. Também na ciência, portanto, se manifestam os vínculos interculturais que podem identificar (ou distinguir) nações que têm ligações históricas talvez impossíveis de ignorar, mesmo quando se estuda o presente ou o modo como se constrói uma narrativa de atualidade. Apesar das motivações mais estratégicas ou mais afetivas dos investigadores que se dedicam a uma perspetiva comparativista para realizar trabalhos que coloquem Portugal e o Brasil ao mesmo espelho, e apesar do interesse de que se revestem os resultados deste tipo de programas científicos, os estudos comparados constituem em si mesmos um desafio metodológico, que nem o facto de se falar uma língua comum pode tranquilizar. Neste artigo, refletimos, por isso, sobre a natureza da pesquisa comparada, com enfoque particular em aspetos culturais e no contexto sociopolítico que nenhuma ciência social pode ignorar. Partindo do sentido da ação de comparar, levou-se em consideração as diferenças que podem comprometer a aparente naturalidade deste tipo de pesquisa, para finalmente nos concentrarmos no exemplo concreto de um estudo comparado sobre serviço público de média em Portugal e no Brasil.

COMPARAR PARA CONHECER

As definições correntes apresentam o verbo “comparar” como correspondente à ação de «examinar simultaneamente duas ou mais coisas para lhes determinar as semelhanças, as diferenças ou as relações; confrontar, cotejar»². No Dicionário da Língua Portuguesa (edição atualizada da Porto Editora), a palavra “comparar” aparece ainda como equivalente a «achar semelhante ou igual». Já o substantivo “comparação” corresponde ao «ato de examinar conjuntamente dois objetos, elementos, etc., para procurar as diferenças e semelhanças ou fazer um juízo de valor». Para o grande livro das significações, «comparação» pode ainda querer dizer “confronto”, sendo também uma palavra reconhecida por constituir uma «figura de retórica que estabelece uma relação de analogia entre dois termos»³. A ideia de “analogia”, por sua vez, define-se por uma «relação de semelhança entre objetos diferentes, quer por motivo de semelhança, quer por motivo de dependência causal»⁴. Ou seja, falar de comparação parece supor muito mais a semelhança do que a diferença, embora se saiba que os estudos comparativos têm como finalidade procurar tanto a identificação como a distinção.

Numa ação pejorativa do ato de comparar, Goethe terá sugerido num dos seus escritos que «nos poderíamos conhecer melhor uns aos outros se não estivéssemos sempre a querer compararmo-nos uns

com os outros»⁵. Com uma visão excessivamente psicológizante e introspectiva do conhecimento humano, o poeta alemão contrariava assim o projeto das Ciências Sociais, que se funda, afinal, numa compreensão alargada das condições externas e relacionais que definem o indivíduo. Já o poeta português Mário de Sá Carneiro escolheria dizer, num poema musicado por Adriana Calcanhotto, que somos «qualquer coisa de intermédio». E na simplicidade de um conjunto de quatro versos, Mário de Sá Carneiro admitia não ser ele nem o outro, situando-se num caminho que vai de si para o outro⁶. É antes nesta ideia de relação intersubjetiva, a que, por exemplo, alude uma certa sociologia da linguagem de Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1998), que se sustenta a validade do método comparativo.

De acordo com Melinda Mills, Gerard van de Bunt e Jeanne de Bruijn, num artigo sobre pesquisa comparada, «a comparação é inescapável na sociologia», sendo a sua importância e utilidade como método «tão antigas quanto a própria disciplina» (Mills, van de Bunt, & Bruijn, 2006: 619). Referindo-se a Durkheim, os autores sugerem que é justamente o método comparativo que resgata a Sociologia de uma tarefa exclusivamente descritiva. Também Frank Esser elogia a pesquisa comparativa, reconhecendo-a como um método que «nos pode mostrar o que outros encontraram para dilemas similares ao nosso» (Esser, 2013: 113). De um modo geral, os autores que refletem sobre o comparativismo nos estudos de comunicação parecem admitir que é na comparação com os outros que nos conhecemos melhor a nós mesmos. Sabe-se que, do ponto de vista epistemológico, as Ciências Sociais e as Humanidades buscam conhecer melhor e não propriamente descobrir ou inventar fórmulas que mudem o que somos. Isso é o que poderão fazer as engenharias e as ciências da vida. No domínio das Ciências Sociais, que compreendem as Ciências da Comunicação, trata-se de encontrar leis que expliquem o social. E é no método comparativo que os cientistas destas áreas encontram uma ferramenta que permite romper com a singularidade dos eventos. Num artigo em que problematiza a pesquisa comparativa, Richard Peterson considera que «a comparação é uma das mais poderosas ferramentas (...), uma vez que uma observação repetida é mais credível do que uma observação singular» (Peterson, 2005: 257).

Para Frank Esser, a análise comparativa ajuda a «prevenir o paroquialismo e o etnocentrismo», pois, continua o autor, «*não haveria nada de mais paroquial do que trabalhar com teorias e conceitos que estão confinados a regiões isoladas*» (Esser, 2013: 113). Na Sociologia como na Comunicação, portanto, a comparação, que pode ser qualitativa ou quantitativa, define-se por duas atitudes: a bus-

ca da semelhança, ou seja, a definição de teorias gerais e mais universais que estabeleçam padrões de comportamento ou de ação; e a busca das diferenças, que coloca uma maior ênfase no contexto e na compreensão das especificidades. É de novo em Esser que encontramos a ideia de que a pesquisa comparativa se constitui como uma ferramenta de análise dos contextos de ação. Explica este professor da Universidade de Zurique (Suíça) que «a pesquisa comparativa guia a nossa atenção para a relevância explanatória do ambiente contextual dos resultados de comunicação», detalhando que a comparação «visa compreender como diferenças nos níveis macro do contexto *modelam distintivamente fenómenos de comunicação*» (Esser, 2013: 116). Mancini e Hallin fazem o mesmo reconhecimento de modo ainda mais explícito, ao dizerem que «teorizar sobre o papel do contexto é precisamente aquilo que define a pesquisa comparativa» (Mancini & Hallin, 2012: 515).

Conhecer na imagem que se faz do outro e na relação contextualizada que se tem com o outro (seja o outro um indivíduo, uma comunidade ou um país), eis, pois, a proposta da pesquisa comparativa, cujos objetivos se centram no propósito de encontrar explicações e contribuir para a definição de classificações e tipologias pretensamente universais. Na sua definição mais interpessoal como no seu entendimento mais social, a Comunicação como ciência não tem outra finalidade, desde logo pela sua raiz etimológica, a ideia do que há de comum entre nós e os outros.

COMPARAR NA DIFERENÇA

A tarefa comparativa é, no entanto, um exercício a que frequentemente se reconhecem problemas ou dificuldades metodológicas. Do ponto de vista estritamente científico, como referem Mills, van Bunt e Bruijn, são pelo menos quatro os principais problemas da pesquisa comparativa: 1) a questão da seleção de casos e da definição de unidades, níveis e escala de análise; 2) a necessidade de construir equivalências válidas; 3) a decisão pela orientação para o uso de variáveis ou para o uso de casos; 4) e a questão da causalidade (Mills, van de Bunt, & Bruijn, 2006: 621). Todos estes problemas dizem respeito à operacionalização do trabalho comparativo. De certo modo, estão intimamente ligados à cultura científica inerente às realidades que se pretende comparar. Para efeitos deste artigo, dadas as características do projeto de pesquisa comparada que apresentamos no ponto seguinte, vamos deter-nos apenas no problema da construção de equivalências válidas, visto que ele compreende implicações culturais mais vastas que nos importa analisar.

Com efeito, mesmo no interior de uma mesma língua, um dos problemas originais do trabalho comparativo é o da tradução e das designações. Todas as línguas se fundam num acordo ou convenção social que estabelece a relação entre os nomes (ou significantes) e os significados atribuídos às coisas. Seria, porém, um equívoco considerar que as diferenças linguísticas se resumem à atribuição de diferentes nomes a uma mesma coisa. Na verdade, é também ao próprio significado ou conceito mental da coisa que uma convenção linguística diz respeito. Chamarmos, então, o mesmo nome a uma mesma coisa não significa necessariamente que o significado cultural da “coisa designada” seja absolutamente equivalente. Em *Introdução ao Estudo da Comunicação*, John Fiske lembra que «é fácil cair no erro de acreditar que os significados são universais e que a tradução é, por isso, uma simples questão de substituir uma palavra francesa, digamos, por uma inglesa». Referindo-se à dimensão cultural da significação, exemplifica ainda o autor: «o meu conceito de boi tem de ser muito diferente do de um agricultor indiano, e ensinarem-me o som da palavra hindu (significante) para boi em nada me ajuda a partilhar o conceito de ‘boi’» (Fiske, 1995: 68). Como demonstraremos no ponto seguinte, ainda que a designação “serviço público de média” seja aparentemente universal em Portugal e no Brasil, do ponto de vista cultural as diferenças que se escondem neste contexto são bem mais comprometedoras da tarefa comparativa do que se poderia julgar. Seguindo a linha de pensamento de Fiske, confirmaremos, na verdade, que a significação desta expressão «é tão específica de uma cultura como o é, em cada língua, a forma linguística do significante» (Fiske, 1995: 68).

Também no caso de atribuição de designações diferentes para uma coisa ou fenómeno que aparentemente é o mesmo enfrentamos o problema da equivalência. Continuamos a falar do interior da mesma língua, no caso o Português. Não necessitando de sair do universo do serviço público de média encontramos um exemplo bem ilustrativo do problema que a comparação pode colocar ao nível conceptual. Como já tivemos oportunidade de refletir em outros estudos (Oliveira & Paulino, 2012) (Paulino & Oliveira, 2014), não será indiferente a utilização da designação “ouvidor” no Brasil e “provedor” em Portugal para a figura do *ombudsman* de meios públicos de comunicação. A “escolha” que está na base da convenção em cada um dos países radica, certamente, em diferentes modos de experimentar a função desta figura de regulação ética e deontológica. Realizar estudos comparados com vista à identificação de analogias e diferenças nas práticas do *ombudsman* em Portugal e no Brasil, dois países que se exprimem na mesma língua, é uma tarefa que exige à partida um trabalho de discussão e proble-

matização dos conceitos que poderão estar na base das equivalências.

Falar de estudos comparados, mesmo entre Portugal e Brasil, implica considerar convergências e distinções linguísticas, na medida em que elas também se referem a diferenças conceptuais de substancial significado. Por isso, comparar implica conhecer e considerar as designações (que são a parte «visível» dos conceitos e que materializam formas de pensar e de agir), os conceitos a que as designações se referem (em tudo o que eles têm de cultural e político) e, finalmente, as práticas enquanto ações que decorrem dos significados atribuídos por diferentes indivíduos a uma realidade pelo menos aparentemente próxima.

Em Ciências Sociais, e concomitantemente em Ciências da Comunicação, o desafio de operacionalizar os termos de uma pesquisa comparada é antes de mais um desafio cultural. Implica compreender formas de ser e de estar, tradições sociais, culturais e políticas e contextos específicos de ação. Significa, por outras palavras, conhecer o que é comum (estabelecer as leis gerais) a partir da consciência do que é diferente (compreender contextos), o que nem sempre pode ser aferido por critérios exatos, mas antes pela intuição de quem conhece a partir do interior.

SERVIÇO PÚBLICO DE MÉDIA COMPARADO

Não obstante inúmeras semelhanças em outros domínios da comunicação, no que ao serviço público de média diz respeito, Portugal e Brasil são, de algum modo, a expressão do que pode significar o limiar da incomparabilidade. Tanto do ponto de vista político como do ponto de vista cultural, há na tentativa de comparar os dois países neste capítulo uma dificuldade que decorre não apenas de diferentes realidades como também de diferentes modelos de referência.

Em Portugal, a noção de serviço público inscreve-se numa vasta tradição europeia, historicamente marcada por um certo controlo do Estado relativamente à propriedade e administração editorial dos veículos audiovisuais. Como explica Eduardo Cintra Torres, «como em toda a Europa, a TV surgiu em Portugal por iniciativa e com intervenção do Estado» (Torres, 2011: 47). Do mesmo modo, é ao Estado que se deve também em Portugal a iniciativa pelo lançamento da rádio, com a criação, em 1935, da Emissora Nacional. Embora, como sugere Sílvio Correia Santos, «a implementação do SP [Serviço Público] no setor dos média» tenha «uma razoável diversidade, na Europa» (Santos, 2013: 33), há um

entendimento partilhado pela generalidade dos países europeus relativamente à necessidade de contrariar a centralização no Estado e progressivamente garantir um sistema de comunicação centrado nos cidadãos. Concomitante ao processo de democratização que foi ocorrendo na Europa na segunda metade do século XX⁷, a consolidação de uma ideologia de serviço público orientou-se, inclusive, para o respeito por declarações e recomendações comunitárias⁸ que buscam hoje um denominador comum para todos os Estados-Membros da União Europeia.

No Brasil, porém, a supremacia histórica e económica da iniciativa privada sobre o comum, o patrimonialismo do Estado e dos recursos públicos e uma aproximação ao modelo liberal norte-americano no sistema hegemónico de média contribuiu para uma ideia menos difundida do conceito de serviço público. Embora assente desde a década de 1930 num sistema de concessão de licenças por parte do Estado, no âmbito de uma política de radiodifusão que «se estabelece em torno de princípios de cunho autoritário» (Carvalho, 2013: 247), a consolidação dos canais de rádio e de televisão no Brasil foi movida mais por interesses do mercado do que do Estado enquanto instituição política. De acordo com Luís Borges de Carvalho, «ao mesmo tempo que submetia as concessões a um regime jurídico de direito público, sujeito a todo tipo de interferência estatal, a regulamentação (...) abriu caminho para o predomínio da livre iniciativa» (2013: 249). Desse ponto de vista, segundo o autor, «a regulamentação instituída na década de 1930 seguiu mais de perto o modelo norte-americano, baseado na exploração económica do espectro eletromagnético por empresas privadas» (2013: 250). A própria vastidão territorial, económica e social do Brasil não favoreceu o desenvolvimento de um paradigma centrado no papel do Estado, ao contrário do que aconteceu em vários países do continente europeu, cujas dimensões geográficas proporcionaram as condições necessárias a uma maior centralidade política dos governos.

Embora o Brasil tenha desencadeado, nos últimos anos, um debate mais intensificado sobre o acesso à informação e sobre comunicação pública, por meio sobretudo da criação da Empresa Brasil de Comunicação em 2007 e a aprovação da lei de acesso a informação pública em 2011, os princípios que norteiam a ideia de serviço público de média na Europa não estão ainda (ou não virão a estar) entranhados na cultura brasileira. Ao contrário do que acontece na Europa, no Brasil os meios de comunicação pública são «geralmente relegados a um espaço de pouca relevância no cenário nacional» (Carvalho, 2016: 53). A profusão de meios de natureza educativa e comunitária também não favorece o reconhecimento, por parte do público, da singularidade

que poderiam ter os órgãos concessionários do princípio de serviço público. Segundo Guilherme Carvalho, «é possível dizer que emissoras educativas podem ser consideradas públicas, pois toda emissora estatal é necessariamente pública, no sentido de estar ligada a máquina pública, mas não necessariamente no sentido de expor os interesses públicos» (2016: 66).

Do mesmo modo, a ideia de comunicação pública que subsiste na América Latina não encontra um equivalente absoluto na Europa. Os princípios que subjazem à atuação da comunicação pública⁹ serão genericamente coincidentes com os da conceção de serviço público na Europa. No entanto, enquanto na Europa o conceito de serviço público compreende essencialmente a oferta de conteúdos (especialmente audiovisuais) de natureza informativa, cultural e de entretenimento, no Brasil, o conceito de comunicação pública «abrange três áreas da comunicação: o jornalismo, as relações públicas e a publicidade e propaganda» (Koçouski, 2013: 52). Além disso, enquanto na Europa o serviço público de média se funda essencialmente na ideia de garantir uma oferta de conteúdos universal e diversificada – nem sempre compaginável com a finalidade lucrativa dos órgãos privados –, no Brasil a comunicação pública aparece – e isso tem sido especialmente evidente no debate público sobre a situação da EBC e o governo de Michel Temer – não só como uma alternativa à comunicação de iniciativa privada, mas também como uma marca de distinção relativamente à comunicação governamental.

Comparar os meios de comunicação de natureza pública é, por isso, uma tarefa que tem tanto de pertinência como de ilusão. Não obstante a relevância científica de monitorar a atividade pública de comunicação (especialmente nos meios audiovisuais), ter a pretensão de alcançar um esquema pleno de equivalência plena entre os dois países é um objetivo em que, *stricto sensu*, seria até metodologicamente ingénuo insistir.

Esta é a primeira constatação do projeto “Políticas de comunicação, radiodifusão pública e cidadania: subsídios para o desenvolvimento sociocultural de Portugal e do Brasil”. Financiado pela FCT (Portugal) e pela CAPES (Brasil), esta iniciativa tem a aspiração de compreender as especificidades dos meios públicos de comunicação nos dois países, em particular no que diz respeito à adaptação da produção, difusão e acesso a conteúdos mediáticos em novas plataformas digitais. Com um plano de trabalhos que visou refletir, a partir da auscultação de atores-chave, sobre o papel do serviço público de radiodifusão na promoção da língua portuguesa e da interculturalidade no espaço lusófono, este projeto

defrontou-se com o imperativo de colocar o serviço público de comunicação como permanente objeto de análise. No que à questão conceptual e ao procedimento comparativo diz respeito – objeto principal do presente artigo –, a pesquisa debruçou-se sobre análise documental – legislação dos dois países em matéria de serviço público e de comunicação pública, contrato de concessão do serviço público de média celebrado entre o Estado português e a RTP (a empresa concessionária em Portugal) e o regimento interno da EBC. Para além de reuniões de trabalho com diversos profissionais das duas empresas, foram também realizadas entrevistas em profundidade com os presidentes da RTP e da EBC¹⁰.

Embora servindo outros propósitos mais vastos do projeto, estes dois métodos de apreciação qualitativa procuraram explorar, tanto nos princípios fixados nos documentos quanto nas experiências verbalizadas pelos responsáveis entrevistados, a tradição e o enraizamento do sistema público / comunicação pública nos dois países, bem como o seu enquadramento político. Com efeito, para além de uma apreciação das propriedades idiossincráticas das empresas de cada um dos países, procurou-se conhecer a prioridade dada em cada país às questões da interculturalidade e da valorização do património cultural lusófono. Este propósito tem sido atravessado por dificuldades comparativas originadas pelos diferentes contextos de vigência destes meios nos dois países. Da designação à tradição de comunicação pública ou serviço público de rádio e televisão, passando por perceções do público que também são mais marcadas pela diferença do que pela semelhança.

Procurando debater, na interação com responsáveis das empresas concessionárias, a missão do serviço público de radiodifusão em matéria de Lusofonia e relações interculturais, especialmente entre Portugal e o Brasil, o projeto “Políticas de comunicação, radiodifusão pública e cidadania” partiu da própria discussão do conceito de serviço público. Em primeiro lugar, para compreender o serviço público nas suas propriedades idiossincráticas em cada país e nas suas experiências culturais efetivas. Posteriormente, para entender como pode o serviço público influir precisamente sobre na tradição cultural onde o mesmo está inserido. Com uma dupla índole, portanto, este projeto visa compreender a natureza sociocultural do serviço público, ao mesmo tempo em que procura indagar a natureza constitutiva da vida social e cultural, nomeadamente em termos de partilha lusófona.

PISTAS DA COMPARAÇÃO POSSÍVEL

Em Portugal, o serviço público de média está concessionado à RTP – Radiotelevisão Portuguesa. Fundada em 1957 como empresa de televisão, e in-

tegrando a partir de 2003 a rádio, a televisão e o online, a RTP tem uma longa história de implementação no sistema mediático português – mais de 80 anos de rádio e 60 de televisão. Para além da rádio mais antiga do país, manteve também durante 35 anos o monopólio da televisão em Portugal. Sociedade anónima de capitais públicos, a RTP é constituída por uma grande variedade de canais e projetos editoriais. O grupo reúne oito emissoras de rádio (com emissão hertziana e online), seis estações de rádio exclusivamente online e oito canais de televisão. Do conjunto, para além das emissoras e dos canais generalistas, destacam-se projetos editoriais vocacionados para as comunidades de língua portuguesa a nível internacional e com especial dedicação para África (RDP Internacional, RDP África, RTP Internacional e RTP África) (Paulino, Guazina & Oliveira, 2016: 58).

No Brasil, apesar de previsto na Constituição desde 1988, o início da formalização de um sistema de comunicação pública só viria a ser normatizado em 2008, com a lei que criou a EBC – Empresa Brasil de Comunicação. Com duas emissoras de televisão, oito estações de rádio, uma agência de notícias na Internet e uma radioagência, a EBC integra ainda «uma rede de emissoras de rádio e televisão públicas operadas em parceria entre a EBC e universidades (ou outros órgãos) federais» (Paulino, Guazina & Oliveira, 2016: 60). Muito mais voltada para dentro de fronteiras que a RTP, a EBC integra apenas um canal de televisão assumidamente internacional, a TV Brasil Internacional. A situação do serviço público de média também tem despertado preocupação em função de alterações significativas no seu modelo de governança recentemente estabelecidas. Dentre elas, o fim do mandato do presidente da EBC e o término das atividades do Conselho Curador colocam dúvidas em relação às possibilidades de os canais da empresa serem protegidos de interferência do Governo Federal nas suas práticas e conteúdos.

Por meio da análise de documentos e de entrevistas realizadas com atores-chave na RTP e na EBC referidas anteriormente, foi possível perceber que as duas instituições responsáveis pelo serviço público de média têm procurado realizar ações que poderiam ser classificadas neste trabalho de comparação como *Categoria 1. Ações Comuns*. Também há resultados de atividades e estratégias entre os dois sistemas que não estão num mesmo compasso ou em sincronia e foram categorizadas como *Categoria 2. Objetivos distintos*. A investigação encontrou ainda e sistematizou a chamada *Categoria 3. Diferenciações* que apresenta pontos incomuns não só entre os dois sistemas, mas também diferenças culturais que podem manter-se como desafio presente e distinção futura.

Como *Categoria 1. Ações Comuns* nos sistemas públicos de média dos dois países, percebeu-se que nos dois casos, as empresas responsáveis pela gestão do sistema têm procurado desenvolver experiências de diálogo entre a utilização histórica da radiodifusão e experiências na plataforma web. No caso português, os gestores estratégicos entrevistados valorizaram a ferramenta *RTP Play* como mecanismo de oferta de conteúdos *online* e, dessa maneira, como possível instrumento de ampliação da base de utilizadores, especialmente no público jovem, de conteúdos audiovisuais produzidos. Da parte da EBC, tem havido esforços para utilizar ferramentas no portal www.ebc.com.br para a partilha de conteúdos produzidos por meio da experiência, por exemplo, da Radioagência Nacional, serviço que oferece conteúdos de áudio *online*, e da realização de reportagens especiais com textos e vídeos por meio da Agência Brasil (www.agenciabrasil.ebc.com.br) e do portal da empresa (www.ebc.com.br).

O trabalho de campo também proporcionou aos investigadores perceber que, embora a RTP tenha um histórico e um tempo de atuação superior à média dos veículos da EBC, os serviços de Provedoria e de Ouvidoria das duas instituições enfrentam situações análogas por terem sido criados em tempos praticamente comuns (2006, em Portugal, e 2008, no Brasil). Por meio da interação com os responsáveis pelos serviços, percebeu-se o desafio de simultaneamente estimular a participação do público, analisar os conteúdos veiculados, estabelecer diálogo com os profissionais e realizar programas quotidianos que promovam o aperfeiçoamento de fluxos e procedimentos nas empresas.

Dentro da *Categoria 2. Objetivos distintos*, foi possível verificar por parte dos investigadores do projeto uma maior propensão dos gestores do sistema público português para justificar a existência do serviço público em razão da promoção da língua portuguesa ou até mesmo da cultura portuguesa ou expressamente da portugalidade.

Pode-se até fazer uma analogia entre tais iniciativas com a promoção da diversidade cultural prevista na lei de criação da EBC, mas notou-se que tal espírito se distingue das atividades lusas de valorização da cultura tanto para o seu público interno como para o possível ouvinte ou telespectador externo fora dos seus domínios territoriais. Neste aspeto, pareceu aos investigadores envolvidos neste trabalho que a EBC está mais voltada, pelo menos nos seus documentos norteadores, para contribuir para o equilíbrio de versões sociopolíticas para os brasileiros do que promover a valorização da cultura brasileira dentro ou fora do país.

Como resultante da *Categoria 3. Diferenciações*, ressaltamos ambientes e práticas que não podem deixar de ser percebidas como pontos de partida e de presentes diferenciados. Nesta matriz, é preciso levar em conta a inserção das iniciativas e a formação sócio histórica de cada um dos países. A ambientação da RTP numa nação influenciada cultural e territorialmente pelos ventos da Europa faz do sistema português, pelo menos no discurso dos gestores, uma tentativa de se estabelecer com procedimentos de equidistância similares aos que são desenvolvidos em países como Reino Unido, França e Espanha. No caso brasileiro, a dificuldade e a lacuna histórica de compreensão do conceito de público, também fazem ainda mais relevante o acompanhamento das práticas da EBC para evitar que tais veículos sejam utilizados como instrumentos de promoção do poder executivo federal.

CONCLUSÕES: COMPARAR PARA RECONHECER OS PROCESSOS DE MUDANÇA

Num artigo publicado na *Revista Comunicação e Sociedade*, Helena Sousa e Manuel Pinto reconhecem que «*os serviços públicos em geral e os serviços públicos de média em particular passaram por mudanças muito importantes nas últimas duas décadas*». Dizem os autores que as mudanças tecnológicas e ideológicas «têm tido um papel fundamental na redefinição do serviço público em toda a Europa» (Sousa & Pinto, 2005: 106).

Também no Brasil o serviço público de média é um campo em transformação, influenciado pelas alterações normativas e políticas advindas da crise política enfrentada pelo país. Focado, portanto, num campo dinâmico, em constante redefinição, a pesquisa que motiva este trabalho toma a comparação como uma tarefa sempre inacabada: o facto de o objeto de comparação ser movediço, nunca estável, especialmente num tempo pouco dado à cristalização de tradições.

Por outro lado, seguir à procura de critérios e aplicá-los na comparação de práticas associadas ao serviço público de média nos dois países pode contribuir para estudos em outras nações, que não necessariamente tenham idioma comum, mas que contam com práticas que mereçam comparação pela semelhança e/ou pela diferença. No caso do estudo de semelhanças e dissemelhanças entre Brasil e Portugal, entende-se que os resultados encontrados são úteis para a produção científica e também para o aprimoramento de fluxos e procedimentos nas empresas envolvidas com serviço público de média nos dois países. Por outro lado, o esforço para definir

critérios e classificar experiências é importante para a ocorrência de mais pesquisas em ciências sociais aplicadas ou até mesmo em outras áreas do conhecimento.

Soumission de l'article : 29/02/2016

Acceptation : 22/06/2017

NOTAS

^{1.} Ainda que o conceito de lusofonia diga respeito ao vasto conjunto dos países que tem o Português como língua oficial (Angola, Moçambique, Cabo Verde, São Tomé e Príncipe, Guiné Bissau, Brasil, Timor-Leste, e Portugal), e não obstante a realização de trabalhos científicos com enfoque claro nos países africanos de expressão portuguesa (em parte ou no seu conjunto), é na perspectiva da relação Portugal-Brasil que os estudos lusófonos de comunicação têm sido mais particularmente numerosos.

^{2.} *comparar* in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico. Porto: Porto Editora, 2003-2015.

^{3.} *comparação* in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico. Porto: Porto Editora, 2003-2015.

^{4.} *analogia* in Dicionário da Língua Portuguesa com Acordo Ortográfico. Porto: Porto Editora, 2003-2015.

^{5.} Disponível em <<http://www.prazerdapalavra.com.br/academiadaalma/490-academia-da-alma-6-2011/5016-academia-da-alma-6-2011-5-atencao-a-vida-nao-e-isto>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

^{6.} É este o poema de Mário de Sá Carneiro: “Eu não sou eu nem sou o outro/ Sou qualquer coisa de intermédia/ Pilar da ponte de tédio / Que vai de mim para o outro”.

^{7.} Explica Sílvio C. Santos que «o posicionamento do SP no sector audiovisual resulta de um comprometimento político com um determinado ideal democrático, bem como da compatibilização no mercado das dimensões cultural e industrial da sua actividade» (2013: 49).

^{8.} Ver, por exemplo, a declaração do Conselho da Europa sobre a missão dos média de serviço público na sociedade da informação (https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805d6bc5) ou a declaração sobre a garantia de independência do serviço público de radiodifusão dos Estados-Membros (<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?p=&Ref=Decl-27.09.2006&Sector=secCM&Language=lanEnglish&Ver=original&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75&direct=true>).

^{9.} Jorge Duarte refere-se, por exemplo, ao privilégio do interesse público relativamente ao interesse privado ou corporativo, ao foco no cidadão, ao reconhecimento da comunicação como processo dialógico e à adaptação de instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses públicos (2009: 59).

^{10.} A entrevista na RTP foi realizada em novembro de 2014, com Alberto da Ponte, que era à data o presidente do Conselho de Administração. A entrevista na EBC foi realizada em dezembro de 2014, com Nelson Breve, que era à data o presidente da empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, P., 1998, *O que falar quer dizer*, Lisboa, Difel.
- Carvalho, G., 2016, “Mídia pública. Brasil. Comunicação. Públicos”, *Ação Midiática*, nº 11, pp. 51-71.
- Carvalho, L. B., 2013, “A política da radiodifusão no Brasil e seu marco legal: do autoritarismo ao ultraliberalismo”, *Revista de Direito Administrativo*, vol. 264, pp. 245-277.
- Duarte, J., 2009, “Instrumentos de Comunicação pública”, in Duarte, J. (Ed.), *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*, São Paulo, Atlas, pp. 59-71.
- Esser, F., 2013, “The Emerging Paradigm of Comparative Communication Enquiry: Advancing Cross-National Research in Times of Globalization”, *International Journal of Communication*, nº 7, pp. 113-128.
- Fiske, J., 1995, *Introdução ao estudo da Comunicação*, Lisboa, Edições ASA.
- Koçouski, M., 2013, “Comunicação pública: construindo um conceito”, in Matos, H. (Ed.), *Comunicação pública. Interlocuções, interlocutores e perspectivas*, São Paulo, ECA/USP, pp. 41-58.
- Mancini, P., Hallin, D., 2012, “Some Caveats About Comparative Research in Media Studies”, in Semetko, H. A., Scammell, M., *Handbook of political communication*, Thousand Oaks, Sage Publications, pp. 509-517.
- Martins, M. L., Oliveira, M., 2013, “Doctorado e investigación sobre comunicación en Portugal: panorama, retos e desafios”, *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, pp. 250-265.
- Melo, J. M., 1998, *Teoria da Comunicação: paradigmas latino-americanos*, São Paulo, Vozes.
- Mills, M., van de Bunt, G., Bruijn, J., 2006, “Comparative Research: Persisting Problems and Promising Solutions”, *International Sociology*, vol. 21, nº 5, pp. 619-631.
- Oliveira, M., Paulino, F. O., 2012, “O ombudsman nos meios públicos de comunicação em Portugal e no Brasil: da promessa de uma ética participada aos desafios cotidianos”, *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, pp. 75-84.
- Paulino, F. O., Guazina, L., Oliveira, M., 2016, “Serviço público de mídia e comunicação pública: conceito, contextos e experiências”, *Comunicação e Sociedade*, vol. 30, pp. 55-70.
- Paulino, F. O., Martins da Silva, L., 2013, *Comunicação Pública em Debate: Ouvidoria e Rádio*, Brasília, Editora UnB, URL: <<http://repositorio.unb.br/handle/10482/14774>>.
- Paulino, F. O., Oliveira, M., 2014, “Ombudsmen in the Brazilian and Portuguese Media : A Reflection on the Activities Developed Between 1989 and 2013”, *Brazilian Journalism Research*, pp. 58-75.
- Peterson, R. A., 2005, “Problems in Comparative Research: The Example of Omnivorousness”, *Poetics*, vol. 33, pp. 257-282.
- Santos, S. C., 2013, *Os média de serviço público*, Covilhã, Livros LabCom.
- Sousa, H., Pinto, M., 2005, “The Economics of Public Service Television and the Citizenship Rhetoric”, *Revista Comunicação e Sociedade*, vol. 7, pp. 95-109.
- Torres, E. C., 2011, *A televisão e o serviço público*, Lisboa, Fundação Francisco Manuel dos Santos.



Serviço Público de Média em Portugal e no Brasil

Problemas e desafios da pesquisa comparada

Médias de service public au Portugal et au Brésil

Problèmes et enjeux de la recherche comparative

Public Service Media in Portugal and Brazil

Problems and challenges of comparative research

Pt. O desenvolvimento dos estudos de comunicação numa lógica de internacionalização do conhecimento científico tem motivado a realização cada vez mais regular de pesquisas comparadas. A aproximação de Portugal e do Brasil em termos académicos não é alheia a este fenómeno, sendo hoje já bastante numerosos os trabalhos científicos que procuram estabelecer paralelismos entre os dois lados do Atlântico. Do ponto de vista epistemológico, não obstante a partilha de uma língua comum – o Português –, este investimento comparativo representa um conjunto de desafios teóricos e empíricos, que implicam compreender contextos culturais e tradições sociais e políticas. Tomando como pretexto uma pesquisa sobre o serviço público de média nos dois países, este artigo tem como objetivo discutir os problemas conceptuais e empíricos suscitados pelo recurso ao método comparativo. O que significa comparar para efeitos de investigação? Porquê comparar? Que implicações interculturais tem a investigação comparativa? Estas são algumas das interrogações a que este texto procura dar resposta. Do ponto de vista metodológico, confrontam-se neste trabalho diferentes designações e conceitos (como serviço público de média e comunicação pública) e problematiza-se a raiz cultural de diferenças idiomáticas que justificam diferenças conceptuais de substancial significado. Considerando as tradições em que se inscrevem os dois países – Portugal numa tradição europeia, marcada por uma longa intervenção do Estado no setor da rádio e da televisão; e o Brasil numa tradição americana, de cariz mais liberal, onde a rádio e a televisão se desenvolveram mais por iniciativa dos privados do que do Estado –, procura-se compreender historicamente a origem e a pertinência do sistema público de comunicação. Com recurso a entrevistas a atores-chave das empresas e a análise documental, conclui-se que os diferentes estádios de desenvolvimento e, concomitantemente, as diferentes prioridades de ação constituem uma barreira à definição de categorias comparativas, mas também uma oportunidade para a construção de equivalência, tanto cultural quanto científica.

Palavras-Chave: pesquisa comparada, serviço público de média, comparação, epistemologia.

Fr. Le développement des études de communication dans une logique d'internationalisation de la connaissance scientifique a favorisé l'essor des recherches comparatives. Le rapprochement du Portugal et du Brésil en termes académiques s'inscrit dans ce phénomène, et les études scientifiques qui cherchent à établir des parallèles entre les deux côtés de l'Atlantique sont déjà très nombreuses. D'un point de vue épistémologique, et malgré le partage d'une langue commune – le portugais – la recherche comparative représente un ensemble de défis théoriques et empiriques, impliquant une compréhension des contextes culturels et des traditions sociales et politiques. À partir d'un travail sur les médias de service public dans ces deux pays, cet article aborde les problèmes conceptuels et empiriques soulevés par l'utilisation de la méthode comparative. Que signifie comparer à des fins de recherche ? Pourquoi comparer ? Quelles sont les implications interculturelles de la recherche comparative ? Voici quelques-unes des questions auxquelles cet article vise à répondre. Du point de vue méthodologique, nous confrontons dans ce travail plusieurs désignations et concepts (comme les médias de service public et la communication publique) et exposons les racines culturelles et les divergences idiomatiques qui justifient des différences conceptuelles substantielles. Compte tenu des traditions dans lesquelles sont inscrits les deux pays – le Portugal dans une tradition européenne, marquée depuis

longtemps par l'intervention de l'État dans l'industrie de la radio et la télévision ; le Brésil dans une tradition américaine, plus libérale, où la radio et la télévision se sont développées plus à l'initiative du privé que de l'État – nous cherchons à comprendre historiquement l'origine et la pertinence des systèmes de communication publique. Sur la base d'entrevues avec des intervenants clés d'entreprises publiques des deux pays, nous concluons que les différentes étapes de développement et, en même temps, les différentes priorités d'action constituent un obstacle à la définition de catégories de comparaison, mais aussi une occasion de construire une équivalence, à la fois culturelle et scientifique.

Mots-clés : recherche comparative, médias de service public, comparaison, épistémologie.

En • The development of communication studies in terms of the internalization of scientific knowledge has motivated an increasing investment in comparative research. The academic cooperation between Portugal and Brazil is connected to this phenomenon, and many scientific works are already establishing parallels between both sides of the Atlantic Ocean. From an epistemological point of view, notwithstanding the use of the same language—Portuguese—, comparative studies involve a set of theoretical and methodological challenges, which imply an understanding of cultural contexts and social and political traditions. In the scope of research on the media public service in both countries, this paper aims at discussing the conceptual and empirical issues raised by the use of the comparative method. What does comparing mean? Why compare? What are the intercultural implications of comparative research? These are some of the questions this paper seeks to answer. From a methodological point of view, different designations and concepts (of public service media and public communication) are compared, and the cultural root of idiomatic differences that justify conceptual differences of substantial meaning is put into perspective. Considering the traditions of the two countries—Portugal within a long-standing European tradition of intervention of the State in the broadcasting system; and Brazil within an American tradition, more liberal, where radio and television developed more on private than on State initiative—, the aim is to understand historically the origin and relevance of the public communication system. Through interviews with key actors of public enterprises of the two countries and documental analysis, we conclude that different stages of development and, at the same time, different priorities of action constitute a barrier to the definition of comparative categories, but also an opportunity for the construction of cultural and scientific equivalence.

Keywords: comparative research, public service media, comparison, epistemology.

