

“O Futuro já começou”: Análise das estratégias dos Serviços Públicos de Mídia de Portugal e da Alemanha em concorrência com plataformas de audiovisual

Ana Beatriz Lemos da COSTA²

¹ Grupo de Trabalho 1 - Políticas de Comunicação

² Pesquisadora do Laboratório de Políticas de Comunicação da Universidade de Brasília (LaPCom/UnB), anabialemos@gmail.com.

RESUMO

Partindo-se do contexto atual de concorrência dos serviços de mídia tradicionais com as plataformas digitais, incluindo os serviços de natureza pública e privada, o artigo busca analisar as discussões ocorridas em Portugal e na Alemanha acerca dos desafios dos Serviços Públicos de Mídia (SPM) respectivos, que incluem mudanças nas estruturas, nas formas de organização, nas produções e nos modelos de distribuição de conteúdos em diferentes mídias tais como as plataformas digitais.

Em Portugal, a iniciativa partiu do governo nacional, que apoiou uma comissão com especialistas na área para desenvolver um “Livro Branco” com recomendações para a área, publicado em 2023 (Lopes et al., 2023). Na Alemanha, uma “Comissão do Futuro” foi encomendada pelos governos dos estados federais alemães, cujo resultado foi publicado em janeiro de 2024 (Rat für die zukünftige Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, 2024).

Entre os objetivos principais está analisar e comparar os dois relatórios para refletir sobre a forma como esta questão é discutida nestes dois países europeus e que lições podem ser aplicadas a outros contextos, incluindo o latino-americano. Analisaremos o contexto comum que levou os decisores políticos, tanto em Portugal como na Alemanha, a criar uma comissão de peritos e que caracteriza a concorrência para os serviços públicos de comunicação social nos dias de hoje. Em seguida, analisaremos a estrutura das comissões, os tópicos que abordaram e as recomendações que fizeram.

Para tanto, serão utilizadas técnicas de revisão de literatura do marco da EPC brasileira (Bolaño, 2000) e de análise de documentos oficiais dos dois países.

Entre as conclusões mais importantes é que o estudo revela as semelhanças entre as estratégias a serem implementadas pelos SPM da Alemanha e de Portugal conversam com as estratégias da empresa líder brasileira, Globo, por meio da plataforma GloboPlay. Suscita-se em que os serviços públicos e privados concorrem pela atenção do público, mas que não podem deixar de lado os objetivos de cada um especialmente nas funções publicidade, propaganda e programa e suas respectivas articulações com o mercado - audiência, o Estado – ideologia, e o público – consumidores.

Por outro lado, quão distante a Empresa Brasil de Comunicações (EBC) está ao largo das discussões sobre novas formas de distribuição de conteúdo, tendo em vista a luta pela própria sobrevivência e legitimação da empresa pública de mídia brasileira. Recentemente, o Ministério da Cultura anunciou a criação de uma plataforma de acesso gratuito como repositório de produções nacionais e independentes, o que poderia ser considerado um serviço público de streaming, porém, sem aparentemente ter relação com a EBC. Diferente da Alemanha e de Portugal que não pensaram nessas

plataformas sem serem da ARD/ZDF e da RTP, aqui no Brasil as discussões seguem fragmentadas e sem medidas concretas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bolaño, C. R. S. (2000). **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. Hucitec.

Jäkel et al. (2024). Zunkunftsrat [Comissão do Futuro]. (2024). **Bericht des Rates für die zukünftige Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Rat für die zukünftige Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunk**. <https://miz.org/de/dokumente/bericht-des-rates-fuer-die-zukuenftige-entwicklung-des-oeffentlich-rechtlichen-rundfunks>

Lopes, F. (Coord.), Burnay, C. D., Santos, C. A., Santos, F. S., Wemans, J., Romano, R. Silva, S. G. (2023). Serviço Público de Média: Livro Branco. Ministério da Cultura de Portugal. <https://www.portugal.gov.pt/pt/gc23/comunicacao/documento?i=livro-branco-do-servico-publico-de-radio-e-de-televisao>