

## **Comunicação Pública: uma análise da revista do Conselho Curador da EBC<sup>1</sup>**

Helena Cristina AMARAL Silva <sup>2</sup>  
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **Resumo**

Publicação tão recente e iniciante quanto a própria empresa a qual pertence, a Revista do Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação, publicação eletrônica semestral, se propõe a divulgar as ações do órgão e deliberar sobre as temáticas debatidas no âmbito dos encontros do colegiado. A partir da análise do conteúdo das três edições até então publicadas, o presente artigo busca identificar, por meio de considerações acerca do design gráfico e das temáticas e abordagens dos materiais da publicação, como tem se dado a construção da identidade do periódico, bem como o atendimento aos preceitos atribuídos à comunicação pública.

**Palavras-chave:** EBC; Conselho Curador; revista; comunicação pública.

### **Introdução**

A relevância das notícias no dia a dia da sociedade se faz perceptível na medida em que consideramos que neste produto do trabalho jornalístico os indivíduos vão encontrar elementos dos quais necessitam para o estabelecimento de relações sociais (assuntos para conversas interpessoais e conseqüente criação de laços), formação de opinião e intervenção em processos decisórios de cunho pessoal e coletivo.

Tendo em vista as transformações sofridas pela atividade jornalística com a ascensão do capitalismo, a prática efetiva de muitos dos ideais atribuídos à profissão acaba sendo colocada em questão. De fato, ao buscar prioritariamente o lucro e estar à mercê de interesses mercadológicos, de patrocinadores, de grupos políticos e outros, o jornalismo perde o foco naquele que deveria ser seu principal guia e motivador: o público.

Público não no sentido de consumidor, tal qual é tomado pelas grandes empresas da mídia, mas como “componente de legitimação de regimes democráticos consolidados” (Rothberg, 2011, p.9), o qual necessita de informação precisa e verdadeira, com fins de obter condições para o exercício efetivo de sua cidadania.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, e elaborado no âmbito do Grupo de Pesquisa em Telejornalismo, sob orientação da professora Iluska Coutinho

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º período do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da FACOM - UFJF, bolsista do CNPq no projeto “O telejornalismo nas emissoras públicas brasileiras”, email: [helena-amaral@hotmail.com](mailto:helena-amaral@hotmail.com)

Nesse contexto, a comunicação pública se coloca como importante opção frente às emissoras guiadas pela lógica comercial. No Brasil, tendo em vista que a radiodifusão nasceu privada, a criação da Empresa Brasil de Comunicação - EBC, em 2007, representa uma importante conquista.

Responsável pelas emissoras de rádio e tevê públicas do país, a EBC tem, dentre seus muitos objetivos e deveres, a missão de criar mecanismos que facilitem a participação popular. Para além das oportunidades criadas em seus programas e portais, a lei de criação da Empresa prevê a implantação de um Conselho Curador, representado, em sua maioria, por membros da sociedade civil.

Atuando desde dezembro de 2007, o Conselho constitui um importante mecanismo de gestão participativa, na medida em que proporciona às representantes da sociedade a oportunidade de deliberar sobre assuntos de interesse coletivo, e de fiscalizar e participar da gestão da comunicação pública no país. Para divulgar suas ações e obter mais um espaço de manifestação, foi criada em 2013 a Revista do Conselho Curador, publicação eletrônica e semestral.

O presente trabalho pretende analisar como tem se dado a construção indetentária da publicação, bem como em que medida ela tem atendido a um dos principais preceitos da comunicação pública e umas das razões de ser do próprio órgão: a criação de oportunidades de participação da sociedade na discussão e gerenciamento das políticas públicas de comunicação.

Para tanto, tomou-se como objeto de análise as três edições até então publicadas, a saber, as de Junho e Dezembro de 2013, e a de Julho de 2014. A metodologia adotada foi a análise de conteúdo. No tangente ao design foram observados fatores como a organização e disposição dos elementos nas páginas, a divisão em editorias, a origem das fotos e ilustrações, e o aproveitamento dos recursos multimídia (tendo em vista que se trata de uma publicação eletrônica). Com relação ao conteúdo, analisou-se a disponibilização de espaços para a opinião do público, bem como se houve contato com o mesmo para a elaboração dos materiais; e as temáticas abordadas, levando-se em conta a relevância das mesmas para as discussões sobre a comunicação pública, e sua contribuição para uma análise crítica dos trabalhos desempenhados pela EBC e pelo Conselho.

## **Comunicação Pública**

A diferenciação entre serviços públicos e privados de radiodifusão perpassam a compreensão do conceito de Comunicação Pública, que como muitos outros do campo não é estável, nem tão pouco unânime se o tomarmos nos diferentes contextos sociais e culturais em que é empregado.

Mas a despeito das muitas aplicações que são feitas do termo<sup>3</sup>, e para além de sua associação à divulgação da agenda dos governos em suas três esferas, nos interessa aqui a Comunicação Pública enquanto atividade que deve privilegiar o interesse coletivo, trabalhando de forma a maximizar o exercício da cidadania.

Ainda que - em razão do usufruto do espectro eletromagnético (um bem público) e da divulgação de informações relevantes para a sociedade - alguns autores defendam que a comunicação, no setor da radiodifusão, por si só já é pública, a classificação da mesma como tal vai além. Pressupõe um compromisso efetivo com a democratização da informação, de forma a ampliar o acesso do público aos assuntos de interesse coletivo; o estabelecimento de canais de participação e diálogo com a sociedade, e a perspectiva de participação do cidadão nos processos.

Brandão, citando Pierre Zémor (em tradução livre da obra “*La Communication Publique*”), vai dizer que “a Comunicação Pública é a comunicação formal que diz respeito à troca e a partilha de informações de utilidade pública, assim como à manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas” (2006, p. 13). Dessa forma,

“suas funções são de: a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) de ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; c) de contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); d) e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social” (Pierre Zémor apud Brandão, 2006, p. 13).

O jornalista e doutor em Comunicação, Jorge Duarte (2007, p.7), estabelece quatro eixos centrais da Comunicação Pública:

“a) transparência: compromisso com a atuação responsável no trato com as questões públicas, incluindo a oferta de informações, estímulo ao acesso, facilitação da fiscalização e a prestação de contas (...); b) acesso: a sociedade deve ter facilidade de obter

---

<sup>3</sup> Em “Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública”, trabalho apresentado no VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom 2006, Elizabeth Brandão enumera cinco usos feitos da expressão por diversos autores, países e contextos. Como demonstra, o termo pode estar ligado, por exemplo, à comunicação organizacional ou mesmo ao trabalho de divulgação das atividades científicas.

informações, ser estimulada e orientada a buscá-las, a dar sua opinião, a fiscalizar e a influir na gestão daquilo que é público (...); c) interação: criação, manutenção e fortalecimento de instrumentos de comunicação que viabilizem fluxos bi ou multilaterais, onde sejam respeitadas premissas para um diálogo equilibrado, simétrico, em que todos os envolvidos tenham igual direito e oportunidade de falar e ser ouvidos (...); e d) ouvidoria social: o interesse em conhecer e compreender a opinião pública e os diversos segmentos que a compõem é pressuposto para o atendimento às expectativas da sociedade (...).”

O mesmo autor defende ainda que

“por seu compromisso com o interesse público e poder de ação, os governos devem ser os principais indutores da CP, assumindo o compromisso de promover uma gestão aberta, qualificando canais, meios e recursos que permitam a viabilização da comunicação de interesse público e o envolvimento de todos os interessados.”(Duarte, 2007, p.6).

Jorge ressalta que a imprensa é um dos principais atores no campo da Comunicação Pública, ao estabelecer espaço de debate e formação de opinião, mas sinaliza que a mesma não é suficiente para a “viabilização do acesso pleno à informação ou concretização da mediação social” (Duarte, 2007, p. 4).

De fato, são muitos os fatores que impedem que as empresas da grande mídia se estabeleçam como canais efetivos de acesso do público aos assuntos de interesse coletivo. É nesse contexto, visando atender às demandas da população por uma comunicação mais efetiva, independente e não restrita aos interesses de uma minoria, que surgiu a EBC.

### **A EBC e o Conselho Curador**

Criada em 2007, a Empresa Brasil de Comunicação resultou de uma demanda de setores da sociedade civil, organizados no I Fórum Nacional de TVs Públicas. Em documento denominado Carta de Brasília, resultado dos encontros, comunicadores, acadêmicos, cineastas, representantes de movimentos sociais e de outros grupos, registram a necessidade de se criar no Brasil tevês Públicas independentes.

De posse do documento, a Presidência da República comprometeu-se com a implantação de uma rede pública de TV, a acabou por criar uma empresa responsável pela

implantação e gestão do sistema público de radiodifusão. Assim, além de herdar os canais de rádio e TV geridos pela estatal Radiobrás e pela TVE do Rio de Janeiro, coube à EBC a implantação de novas emissoras públicas de comunicação.

Apesar de a constituição de 1988, em seu artigo 223, já prever uma complementaridade entre os sistemas estatal, privado e público de comunicação, até a criação da EBC este último ainda não havia sido regulamentado. Vale lembrar ainda que a despeito da existência da Radiobrás e de redes educativas estaduais, o país ainda não havia, de fato, contado com empresas públicas de comunicação que cumprissem com o previsto no referido artigo, complementando o sistema privado a partir da pluralidade e da criação de espaços para os segmentos sem voz na grande mídia.

Dentre os objetivos instituídos pela Lei 11.652/2008, que dispõe sobre a criação da Empresa, estão a oferta de mecanismos para que o público possa debater temáticas de relevância, o fomento à consolidação da democracia e exercício da cidadania por meio do livre acesso à informação e direito à expressão, e a formação de parcerias e estímulo às produções audiovisuais regionais e independentes.

O texto da lei dispõe ainda sobre a criação de um Conselho Curador, a fazer parte da administração da empresa. O Conselho, que permite a participação da sociedade na gestão da empresa pública de televisão, teve posse de seus primeiros membros em dezembro de 2007<sup>4</sup>.

O colegiado é formado por 22 membros, a saber:

- quatro representantes do Governo Federal, na figura dos ministros de Estado, indicados pelo Presidente da República para mandatos de dois e quatro anos;
- um representante indicado pela Câmara dos Deputados, cujo mandato tem duração de 4 anos, podendo ser renovado apenas uma única vez;
- um membro indicado pelo Senado Federal, cujo mandato segue a mesma legislação do indicado pela Câmara;
- um representante dos funcionários, com mandato não-renovável de 2 anos; e
- 15 representantes da sociedade civil, indicados pelo Governo Federal após consulta pública conduzido no âmbito do Conselho. O mandato destes representantes tem duração de 4 anos, e é renovável por uma única vez.

---

<sup>4</sup> Vale lembrar que a EBC foi criada em outubro de 2007, mediante Medida Provisória n° 398, que somente em abril de 2008 foi convertida em lei, o que justifica a discrepância entre o ano da lei citada no texto e o início das atividades da EBC, suas emissoras e órgãos.

Dentre as principais atribuições do órgão estão deliberações acerca das diretrizes da EBC, com fins de zelar pelo cumprimento dos princípios previstos na lei 11.652; o acompanhamento e fiscalização da programação dos veículos da empresa, manifestando-se sobre sua aplicação prática e encaminhando as observações à Diretoria Executiva da mesma; e a aprovação anual do plano de trabalho da EBC.

A existência do Conselho é fundamental na garantia de independência da rede pública de radiodifusão com relação ao governo e ao mercado. Além disso, a participação de membros da sociedade civil na gestão da EBC contribui para a seleção de conteúdos orientados para o interesse público.

O colegiado promove, em média a cada 45 dias, reuniões previstas em lei, que podem ser acompanhadas ao vivo pela web<sup>5</sup> e cujos vídeos são disponibilizados em um canal no youtube<sup>6</sup>. São realizadas ainda audiências públicas semestrais, com fins de recolher críticas e sugestões à programação dos veículos geridos pela Empresa Brasil de Comunicação. Além disso, assim como a Ouvidoria da EBC, o Conselho se dispõe a receber as manifestações da sociedade, a qualquer momento, por meio de canais de comunicação disponibilizados em seu site<sup>7</sup>.

Além dos materiais disponíveis na internet, as ações e as temáticas das principais discussões do órgão podem ser acompanhadas por meio de uma revista eletrônica semestral, cuja primeira edição foi lançada em junho de 2013. Notícias institucionais; artigos de conselheiros, funcionários da EBC e acadêmicos, e uma reportagem especial sobre algum tema em discussão no colegiado, compõe o conteúdo da publicação.

Somadas à primeira, outras duas edições - uma de dezembro de 2013 e outra de julho de 2014 - compõe o objeto de análise do presente estudo. Levando-se em conta o caráter iniciante da Revista do Conselho Curador da EBC, este artigo se propõe a analisar como elementos gráficos, temáticos e textuais tem sido empregados na construção de sua identidade. Serão feitas ainda deliberações acerca de seus conteúdos, relacionando-os com as atividades do órgão, a proposta da publicação e com os preceitos das emissoras públicas de radiodifusão.

## **Dos aspectos gráficos da publicação**

---

<sup>5</sup> <http://www.conselhocurador.ebc.com.br/transmissaoavivo>

<sup>6</sup> <http://www.youtube.com/user/conselhocuradorebc>

<sup>7</sup> <http://www.conselhocurador.ebc.com.br/fale-com-conselho>

A informação visual é o mais antigo registro de comunicação humana. Muito antes da invenção dos sistemas de símbolos (numéricos, alfabéticos, etc), objetos, ações e situações do cotidiano humano já eram registradas em formas de comunicação visual pelos chamados “homens das cavernas”. Verifica-se, portanto, a importância da experiência visual na compreensão do ambiente de vivência dos indivíduos.

A partir da imagem captada por nossos olhos, nosso cérebro faz uma série de associações. Assim, os elementos visuais se constituem como importante mecanismo de identificação, sendo capazes de construir a identidade de produtos, empresas, lugares, pessoas, publicações.

Para Mariléa Carvalho Viebig (2005, p. 478),

“agradar aos olhos, causar um forte impacto visual nas pessoas, e fazer com que estas assimilem a idéia de uma marca, produto ou símbolo é a finalidade da Comunicação Visual, uma técnica presente em todos os tipos de mídia que conhecemos, seja indoor ou outdoor, tais como: revistas, jornais, TV, Internet, sinalização ambiental, fachadas, totens, banners, folders, catálogos, displays, luminosos, etc.”

Em ambiente de competitividade comercial, a construção de uma Comunicação Visual efetiva se torna um desafio que pode determinar a sobrevivência das organizações. E se essa afirmação faz parecer que os desafios seriam menores naquelas que não buscam o lucro, acontece justamente o contrário. Ainda que não tenham a motivação direta da competitividade, uma CV eficiente pode ser determinante para que essas organizações se posicionem e conquistem seu espaço frente àquelas, que comumente possuem mais recursos financeiros e de pessoal para investir no processo comunicativo.

Na análise da Revista do Conselho Curador foram observados uma série de elementos que se constituem como mecanismos na construção de uma identidade para a publicação. Uma das primeiras marcas pode ser observada nas capas (figura 01) com a construção de um logotipo: além do uso de fontes padrão, o texto “Conselho Curador” vem em uma cor característica, o laranja, e seguido pelo logotipo da EBC, facilitando ainda mais a identificação por aqueles que já conhecem a Empresa.

O uso da cor laranja é reforçado na última página da revista (toda ela em laranja, acompanhada da logo da publicação); na contracapa, no espaço destinado ao expediente, e na própria capa, tanto na caixa de texto sobre a qual são colocadas três chamadas, como na palavra “Reportagem”, que antecede o texto da manchete.

A disposição dos elementos na capa também segue um padrão: de fundo é utilizada uma imagem que remete à reportagem principal, com chamada para a mesma. Acima do texto da chamada, que é colocado todo em caixa alta e com parte em negrito, vem escrito “Reportagem”, em caixa baixa, com fonte menor que a da manchete e na cor laranja. Na parte inferior da página é usada uma caixa retangular, que varre toda sua extensão no sentido horizontal, com três chamadas divididas por linhas verticais pretas.



Figura 01: As capas das três edições da revista do Conselho Curador da EBC, de junho e dezembro de 2013, e julho de 2014, respectivamente.

No interior há também um padrão de disposição das informações e editoriais, bem como na construção das páginas. O expediente e o editorial compõem a contracapa. O primeiro se encontra alinhado à lateral esquerda da página (sob fundo laranja, conforme descrito anteriormente). O segundo vem identificado na parte superior da página por um retângulo colorido seguido por um texto - em caixa alta e na mesma cor - com o nome da editoria. Logo depois, segue uma linha fina que esse estende em toda a extensão horizontal da página. A identificação das sessões seguintes segue esse padrão, com uso de cores e nomes que identificam cada uma das editorias.

Abaixo do texto do editorial, encontram-se ícones de redes sociais nas quais o Conselho Curador possui páginas, com seus respectivos links, ligando cada imagem às suas páginas na web (com exceção da segunda edição, em que os links são feitos a partir de textos com os respectivos endereços, colocados logo abaixo dos ícones, as imagens são diretamente linkadas para os endereços dessas páginas na web).

A página seguinte à contracapa é composta pelo índice e por um espaço de carta aos leitores. No primeiro, são utilizadas as fotos principais de cada uma das matérias, em caixas

retangulares, com texto indicando as respectivas editorias e páginas. Essas informações se encontram sobrepostas em caixas de texto com a cor da respectiva editoria, colocadas na parte inferior das imagens, e em transparência.

A coluna de carta dos leitores, por sua vez, é colocada sobre um fundo cinza, garantindo-lhe uma separação do índice. Foi criado um logo padrão, com texto de identificação da sessão, acompanhado da imagem de um envelope e de uma carta. O número de conteúdos veiculados também se manteve o mesmo entre as três edições: apenas dois. Dado que o espaço destinado à essas correspondências é bem restrito, é provável que essa quantidade se mantenha nas próximas edições.

Além de um padrão de cor, as edições da revista apresentam uma ordem padrão de distribuição das editorias (ver figura 02). Apesar da inclusão de uma nova editoria (“Espaço Público”) nas edições 2 e 3, e de uma sessão a mais no espaço de fala dos conselheiros (“Fala, Conselheiro!”) na última edição, a ordem das editorias anteriores e seguintes não foi alterada.

Verifica-se, ainda, uma padronização gráfica nos boxes utilizados e nas páginas dedicadas aos artigos de conselheiros, funcionários e acadêmicos. Nos caso dos primeiros, além da utilização de um modelo padrão de caixa, há predominância do uso de tons pertencentes à escala da cor que identifica a respectiva editoria. Com exceção da edição de Dezembro de 2013, na qual o recurso aparece também na “Coluna Acadêmica”, os boxes só foram utilizados nas reportagens principais.

Os artigos, por sua vez, utilizam-se normalmente de duas páginas cada, sendo que a primeira contempla título, foto e informações do autor, uma imagem principal e uma coluna de texto. A seguinte é composta por duas colunas de texto e um olho, que também apresenta padrões: na fonte e nas aspas, estas últimas usadas nas cores da respectiva editoria.

É importante ressaltar que esses padrões não impõem estruturas estáticas, permitindo variações de acordo com o conteúdo de cada matéria e edição, mas são variações pequenas, que não alteram o estabelecimento de elementos de identificação das editorias e da publicação como um todo.

Padrões também podem ser identificados nas fotos e ilustrações, bem como na utilização das mesmas. As legendas vem sempre sobrepostas às fotos, com texto sob caixas nas cores das respectivas editorias. Os créditos, em sua maioria, são colocados no interior das figuras, bem próximos às suas extremidades superiores.

EDITORIA	COR	RECORRÊNCIA
Trabalhadores e Trabalhadoras	Vermelho	Todas as edições
Dia a dia do Conselho	Azul claro	Todas as edições
Notas do Conselho Curador	Azul claro	Todas as edições
Matéria de Capa	Marrom	Todas as edições
Programação em Debate	Verde musgo	Todas as edições
Coluna Acadêmica	Azul escuro	Todas as edições
Palavra da Ouvidoria	Roxo	Todas as edições
Fala, Conselheira!	Verde água	Todas as edições
Espaço Público	Laranja	A partir da segunda edição
Fala, Conselheiro!	Azul	Somente na terceira edição

Figura 02:tabela com identificação, cor e recorrência das editorias.

Percebe-se uma recorrência maior de fotos nas matérias da coluna “Trabalhadores e Trabalhadoras”, “Dia a dia do Conselho” e “Matéria de Capa”, ao passo que nas demais sessões, a despeito das fotos de seus autores, optou-se mais pelo uso de ilustrações. No concernente à origem das imagens, a maioria delas (25 das 64 contabilizadas, conforme pode ser visualizado na figura 03) são de fontes diretamente ligadas à EBC (além da própria empresa, constam ainda conteúdos da TV Brasil e da Agência Brasil).

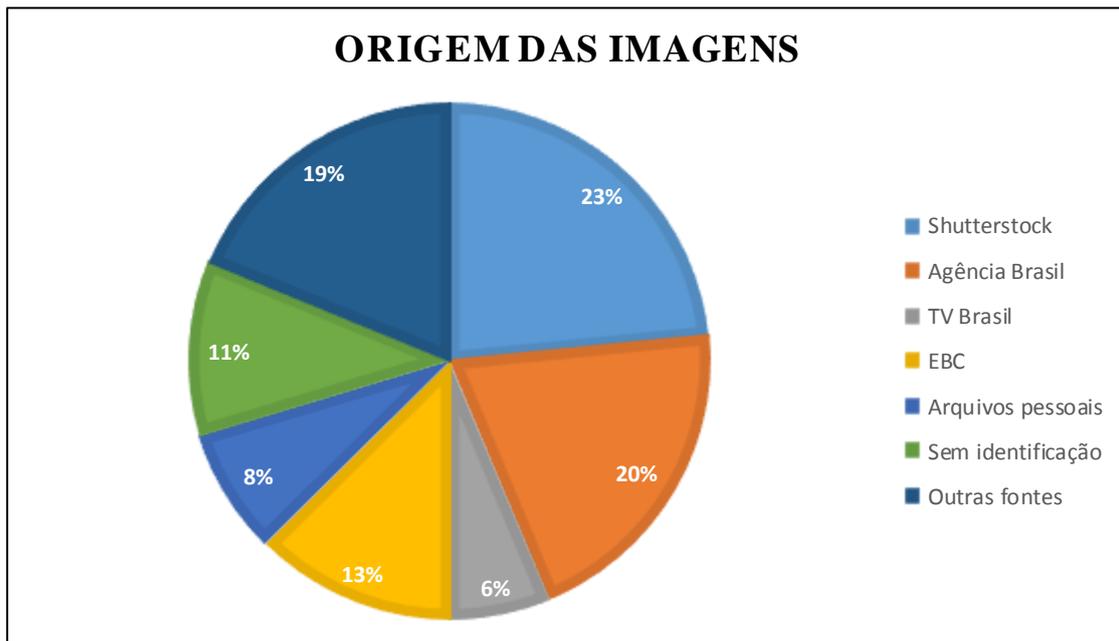


Figura 03: gráfico fontes das ilustrações.

Apesar disso, foi possível notar uma certa dependência ao uso de ilustrações retiradas do site Shutterstock, página da web que contempla um banco de dados com fotos, ilustrações, vetoriais e vídeos licenciados, que podem ser baixados mediante compra de pacotes de download.

Ainda que este tipo de recurso caracterize uma facilidade e baixos custos, seria interessante um investimento na criação de artes gráficas que contribuíssem para identificação da publicação, do próprio Conselho e da EBC. Além disso, um maior investimento na parte das ilustrações possibilitaria o uso de imagens diferentes no interior da revista e nos índices (são utilizadas as mesmas).

### **Do aproveitamento dos mecanismos digitais**

Tendo em vista que se trata de uma publicação digital, a Revista do Conselho Curador apresenta alguns mecanismos que podem ser utilizados não só como diferenciais, mas como oportunidades de oferta de conteúdos diferentes e complementação de informações.

A principal ferramenta é o estabelecimento de links entre os conteúdos da revista e outros disponíveis na web. Além dos utilizados no editorial (conforme já explicitado), na análise das três edições da publicação contabilizou-se o uso do recurso por 22 vezes.

A maior parte dos links criados, sete deles, direcionam o leitor à páginas do site do Conselho Curador (encaminhando para documentos, informações sobre o órgão, etc). Na sequência aparecem páginas do site da EBC, utilizadas quatro vezes. O endereço do canal do Conselho no youtube e de sua fanpage no Facebook são linkados por duas vezes cada. Apenas cinco dos endereços não correspondem à páginas relacionadas ao colegiado ou à EBC.

Observa-se uma limitação da utilização dos recursos digitais, na medida em que não houve um investimento na criação de outros conteúdos que poderiam se utilizar dos mecanismos oferecidos pela web (tais como vídeos, esquemas de animação, arquivos de áudio, artes gráficas animadas, etc). Também não foi utilizada a possibilidade de construção de materiais complementares aos disponíveis na revista, ou ainda a criação de links com mais páginas - além daquelas ligadas diretamente à EBC - que pudessem trazer importantes contribuições ao entendimento dos fatos.

## Do conteúdo da revista

No editorial da primeira edição da Revista do Conselho Curador, a presidente do colegiado, Ana Luiza Fleck, afirma:

“nossa expectativa é que a publicação promova um verdadeiro chamamento para participação externa, para que as pessoas encontrem mais uma porta de entrada nesse colegiado. Afinal, ampliar o diálogo com a sociedade é um objetivo que temos perseguido em todas as nossas realizações. Na outra ponta, também abrimos espaço para quem tem um olhar interno à EBC, mas externo ao Conselho” (2013, p. 2).

Percebe-se, então, um compromisso da publicação com um dos principais preceitos norteadores das atividades dos veículos públicos de comunicação: a criação de espaços para a manifestação do público. No entanto, estes espaços não se dão de forma tão efetiva quanto o esperado, ficando restrito à certos segmentos da sociedade.

Uma limitação de acesso clara pode ser percebida no espaço destinado à carta dos leitores, onde percebe-se a ausência de outros setores da sociedade que não aqueles ligados de alguma forma ao órgão e à EBC. Nas edições analisadas, não houve manifestação de setores da população comumente excluídos dos espaços de fala da grande mídia. Tal fato pode ser atribuído ao caráter iniciante da publicação e à falta de conhecimento tanto da mesma como das atividades da comunicação pública no país.

Uma participação mais efetiva do público se dá na construção das reportagens principais, em que há recorrência à opinião dos telespectadores acerca de programas das emissoras da rede. Na terceira edição, por exemplo, um telespectador que havia reclamado, junto à Ouvidoria da EBC, da transmissão dos jogos da Série C do Campeonato Brasileiro de Futebol pela TV Brasil, foi entrevistado para falar sobre os problemas que identificou nestes conteúdos.

Há de ressaltar ainda, que ao abrir espaços para que os conselheiros se manifestem (de um total de 27 matérias, seis foram escritas por membros do Conselho), a publicação proporciona a manifestação de segmentos da sociedade, tendo em vista que estes correspondem à 68% do total de membros do colegiado.

A revista pode ser tida ainda como um mecanismo de prestação de contas acerca dos trabalhos do Conselho, remetendo à transparência, característica que é também muito cara

aos veículos públicos de comunicação. Além das matérias específicas, destinadas à divulgação das ações do órgão no semestre coberto pela respectiva edição, são apresentados materiais com temáticas abordadas no âmbito do mesmo.

Os conteúdos constituem ainda um importante espaço de discussão das atividades da EBC e da programação das emissoras geridas por ela. Aparecem, por exemplo, críticas e considerações acerca dos posicionamentos da empresa em questões importantes ao setor da comunicação pública (como o silêncio da mesma em relação à possibilidade de redistribuição de uma faixa do espectro eletromagnético reservada à canais públicos de radiodifusão).

Considerações e críticas aos conteúdos de suas emissoras aparecem com ainda mais frequência, e estas não se dão somente por pessoas do público, mas também por profissionais que trabalham na empresa, o que mostra um reconhecimento interno de que ainda há muitos desafios a serem superados para a construção de uma comunicação pública mais efetiva no país.

Temas como o espaço e o apoio destinados às produções independentes, a adoção de abordagens e coberturas diferenciais de temáticas “comuns” (tais como os esportes), os mecanismos de gestão participativa, dentre outros, são alguns dos relacionados à programação das emissoras geridas pela EBC.

A revista reservada ainda um espaço para artigos de acadêmicos, pesquisadores e profissionais do campo audiovisual, proporcionando a veiculação de materiais que agregam conhecimento e contribuem para a formação crítica do cidadão. Dessa forma, atende mais uma vez à preceitos atribuídos às atividades públicas de comunicação.

Em linhas gerais, os conteúdos da publicação atendem ao proposto no editorial de sua primeira edição e ao que se espera da mesma tendo em vista seu pertencimento à um órgão que participa da administração do sistema público de radiodifusão brasileiro.

### **Considerações finais**

A partir da análise de suas três edições, percebeu-se uma preocupação dos produtores da Revista do Conselho Curador da EBC com a criação de mecanismos de identificação da publicação e de seus conteúdos. A separação dos materiais em editoriais, bem como a atribuição de cores e um respeito a ordem das mesmas; a padronização dos elementos gráficos componentes das páginas dos artigos, e de outros elementos gráficos,

tais como legendas e boxes, são alguns dos indicativos da atenção dada à aspectos que podem contribuir com a construção identitária do periódico.

Apesar do bom emprego dos recursos gráficos nas edições analisadas, algumas ressalvas merecem ser feitas. Foram observados alguns erros na colocação de créditos nas fotos (ausência, má colocação, difícil visualização), erros na identificação de páginas, pequenas alterações no espaçamento entre linhas de um mesmo texto, não alinhamento entre colunas de uma mesma página, e a presença de espaços muito grandes em branco (alguns deles correspondentes ao tamanho de uma coluna de texto).

Ainda que alguns destes aspectos possam parecer insignificantes, a composição visual da página é essencial para proporcionar uma leitura agradável do conteúdo. Além disso, o layout gráfico diz muito sobre o cuidado que se tem com a publicação. Dessa forma, o design gráfico da Revista do Conselho precisa ainda de um pouco mais de atenção, de forma a minimizar a ocorrência destes e de outros erros, e proporcionar, de forma mais efetiva, a experiência de leitura a que se propõe.

No concernente aos conteúdos em si, nota-se uma tendência a dar espaços de manifestação à vários segmentos, tais como funcionários da EBC, membros de outros órgãos da empresa (como a Ouviria), telespectadores, acadêmicos, pesquisadores e conselheiros. Ainda que a participação de segmentos comumente excluídos das publicações de viés mercadológico não tenha se dado de maneira efetiva, alguns materiais (em especial as matérias de capa) indicam a tentativa de criação destes espaços.

Observa-se ainda uma preocupação em relacionar com a EBC e o Conselho, as temáticas que não estão diretamente relacionados às suas atividades. Uma ressalva importante a ser feita é concernente ao material publicado na coluna “Fala, Conselheira!” da primeira edição. Ainda que diga respeito ao acesso às produções culturais, o texto de autoria da Ministra da Cultura e conselheira, Marta Suplicy, não apresenta relação alguma com a EBC ou o Conselho, restringindo-se tão somente a falar sobre programas governamentais na área cultural.

Tendo em vista o caráter da publicação, é importante que se tenha um cuidado para que Revista do Conselho Curador contemple conteúdos que proporcionem deliberações acerca da comunicação pública nacional, contribuindo assim para a otimização dos trabalhos do órgão e da EBC.

## Referências bibliográficas

BRANDÃO, Elizabeth. **Usos e Significados do Conceito Comunicação Pública**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1037-1.pdf>. Acessado em: 18 jul. 2014.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. Disponível em: <http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf>. Acessado em: 18 jul. 2014.

FLECK, Ana Luíza. **Para dentro e fora de casa**. In: Revista do Conselho Curador da EBC. Disponível em: [http://issuu.com/03978/docs/revista\\_conselho\\_curador\\_v2](http://issuu.com/03978/docs/revista_conselho_curador_v2). Acessado em: 10 jul. 2014.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo Público: informação, cidadania e televisão**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

VIEBIG, Mariléa Carvalho de Oliveira. **Comunicação visual nas organizações do terceiro setor: dimensões conceituais e estratégicas**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/viebig-marilea-comunicacao-visual-organizacoes-terceiro-setor.pdf>. Acessado em: 18 jul. 2014.