



**Empresa Brasil
de Comunicação**

Relatório da Ouvidoria

Maio / Junho / Julho

2014

Ouidora

Joseti Marques

Ouidores Adjuntos

Marcio Bueno (TV Brasil)

Ruth Helena Guimarães Vieira (Sistema de Rádios)

Sebastião Rubens Gomes Pinto (Agência Brasil e Portal EBC)

Apoio à comunicação

Wêdson França

Secretária

Edna Mamédio

Atendimento

Ana Cristina Santos

Gabriela Nascimento

Luzia Helena Castro

Noemi Paconé

Monitoramento/Gestão da Informação

David Silberstein

Jamily Souza

Tiago Martins

Sumário

Apresentação.....	03
Soluções e encaminhamentos.....	06
Monitoramento e análise de conteúdo – Maio/2014.....	11
• TV Brasil.....	11
• Agência Brasil.....	18
• Portal EBC.....	21
• Sistema de Rádios.....	23
Monitoramento e análise de conteúdo – Junho/2014.....	26
• TV Brasil.....	26
• Agência Brasil.....	3
• Portal EBC.....	40
• Sistema de Rádios.....	41
Monitoramento e análise de conteúdo – Julho/2014.....	42
• TV Brasil.....	42
• Agência Brasil.....	45
• Sistema de Rádios.....	51
Análise Quantitativa.....	56
Serviço de Informação ao Cidadão – SIC.....	69

Apresentação

Esta edição do Relatório da Ouvidoria traz os principais aspectos observados nos veículos da EBC nos meses de maio, junho e julho de 2014. A apresentação das análises tem nova abordagem, diferindo um pouco dos relatórios anteriores em que fazíamos a descrição detalhada dos temas. Isso porque, a partir de 22 de maio, a Ouvidoria passou a emitir boletins diários de análise de conteúdo e programação dos veículos da EBC, que são enviados exclusivamente à Diretoria Executiva, conforme determina a Lei 11.652, que criou a EBC.

Com este canal diário de análise, a Ouvidoria pode ter uma visão panorâmica dos principais problemas, identificando com mais objetividade as fragilidades em que a EBC deve investir. O objetivo dos boletins é proporcionar aos gestores um instrumento de monitoramento da qualidade dos conteúdos produzidos, além de abrir a possibilidade de os responsáveis pelas diversas áreas se manifestarem sobre os assuntos abordados – quer seja para informar sobre as medidas adotadas para corrigir eventuais problemas, quer seja para contestar a opinião expressa pelos Ouvidores. Os *Boletins da Ouvidoria* estão sendo bem recebidos pelos membros da Diretoria Executiva, proporcionando maior aproximação e diálogo não apenas entre as áreas como também com a própria Ouvidoria. Algumas soluções para problemas antigos já começam a surgir, fruto da mediação promovida por mais este canal que aproxima diversos atores de distintas áreas da EBC daqueles que compõem a Diretoria Executiva.

As análises feitas nos *Boletins* são referidas nos Relatórios da Ouvidoria para o Conselho Curador, algumas das quais já trazendo as providências e manifestação das áreas pertinentes; outras, de aspecto mais operacional em caráter de recomendação, a Ouvidoria considera desnecessárias a este Relatório. Os *Boletins* também informam sobre o resultado de monitoramento e análise de conteúdos realizados em acordo de cooperação com universidades federais – a UnB faz o monitoramento e análise da programação das rádios Nacional de Brasília AM e FM e Rádio MEC de Brasília; e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul-UFRGS, faz o da TV Brasil. Os boletins completos das análises das universidades estão à disposição para consulta na Ouvidoria; para a finalidade deste relatório, citaremos apenas aspectos pontuais quando forem pertinentes.

Apresentamos, ainda, a percepção e recomendação da Ouvidoria sobre os pontos de fragilidade que podem ser identificados a partir da observação dos conteúdos dos

diversos veículos. As manifestações críticas do público também passam a fazer parte dos comentários de análise, não sendo mais destacadas em seção específica. Lembramos ainda que a maioria dos temas tratados neste relatório já é de conhecimento da Diretoria Executiva. Na edição do dia 31 de julho do *Boletim da Ouvidoria* os diretores foram convidados a se manifestarem sobre as análises ou mesmo trazer informações sobre a implementação de soluções e melhorias que pretendessem ver relatadas ao Conselho.

A Ouvidoria, na parte que lhe cabe, entende que todos os processos são passíveis de melhoria para qualificar o resultado do trabalho que se entrega; por isso temos promovido mudanças nos nossos próprios procedimentos de comunicação. Esperamos, com isso, contribuir para a solução de problemas e para a qualificação dos serviços prestados, contando com a contribuição da crítica de nosso público alvo.

Joseti Marques

Ouvidora Geral

TRANSMISSORES DO MENDANHA JÁ OPERAM COM METADE DA CAPACIDADE

No dia 28 de julho, a Ouvidoria recebeu uma mensagem que remonta o histórico das tentativas de solução para o problema das antenas instaladas na Serra do Mendanha, no Rio de Janeiro. Desta vez, a mensagem traz uma boa notícia, e quem relata é o próprio Superintendente de Suporte, Eduardo Bicudo. O crescimento das reclamações sobre a qualidade de imagem da TV Brasil fez com que a Ouvidoria buscasse saber o motivo da demora na solução do problema, já que as respostas encaminhadas pela Superintendência de Suporte aos reclamantes davam conta de que as equipes de manutenção estavam trabalhando para recuperar o sinal o mais rapidamente possível. E começou aí a longa caminhada, cheia de idas e vindas, em busca da solução para as antenas da Serra do Mendanha. Mas a história parece ter chegado a um bom final, devolvendo a imagem da TV Brasil a milhões de pessoas residentes na Baixada fluminense e Zona Oeste do Rio de Janeiro. Ao final do relato do Eduardo Bicudo, que segue logo abaixo, um apelo e a comprovação de que o público espera apenas um bom sinal para prestigiar a TV Pública com sua audiência. Segue o texto do Superintendente de Suporte:

“Após mais de seis meses fora do ar, finalmente conseguimos resolver o problema do Mendanha. O problema inicial para fazer a manutenção é que o local pertence ao Exército e a exigência era de que os equipamentos deveriam estar legalizados com a licença da Anatel. Especificamente em nosso caso, houve uma queda de raio há seis meses que tirou o transmissor do ar. A partir daí começamos, em vão, a tentar ir ao local, mas como nossa licença ainda estava em tramitação na Anatel, o Exército não nos autorizava a entrar na área. Descobrimos então que o processo estava perdido na Anatel [*nota da Ouvidoria: este processo a que ele se refere iniciou em 2006*], e que a autorização definitiva exigida não poderia ser emitida.

Já no mês de junho passado, finalmente este processo apareceu e conseguimos a licença definitiva da Anatel para o sinal analógico. Com isto conseguimos também a autorização para subir no morro, mas não poderíamos tirar nada do local. Então, resolvemos tentar identificar o problema, retirando módulos do transmissor e levando para a emissora. Foi retirado o primeiro módulo onde aparentemente estava a placa do transmissor, que foi retirada e levada para o Rio para manutenção.

Como nosso transmissor é marca LYS, empresa que foi comprada pela Telavo que também foi fechada, iniciamos a procura dos componentes no Rio e em São Paulo, que foram encontrados em São Paulo; o Gerente de São Paulo, José Antônio, comprou os componentes com seu dinheiro e enviou os componentes rapidamente para o Rio. Foi feita a manutenção daquela placa, os técnicos voltaram para o Mendanha e instalaram o módulo com a placa no lugar, ligaram o transmissor e identificaram que a etapa seguinte do sistema também estava com problema. Retiraram a outra placa e voltaram para o Rio. Identificaram outros componentes com problema e novamente foi solicitada a São Paulo a compra do componente, na Rua Santa Ifigênia. Mais uma vez o Eng. José Antônio comprou os componentes e os enviou ao Rio. Mais uma vez ele comprou o componente do próprio bolso – o custo abaixo de R\$ 50,00.

Bem, finalmente hoje nossos técnicos voltaram ao Mendanha com a placa para colocar no transmissor. O carro que levou o técnico tinha tração 4X4 e como havia chovido foi preciso acionar a tração e, para surpresa do grupo, o sistema de tração não estava funcionando por falta de manutenção no veículo. Foram feitas várias tentativas e após algumas horas conseguiram passar e chegaram ao local.

Às 15h20 acionaram o transmissor que entrou no ar com o sinal analógico com 50% da potência, pois agora foi possível identificar que dos 4 amplificadores de potência, apenas 2 estão funcionando. Como se trata de estágio de potência do transmissor, os transistores que queimaram naturalmente são mais caros que os demais, e não gostaria que mais uma vez o funcionário comprasse o componente do próprio bolso.

O mais interessante disto é que após estarmos com o sinal no ar, um telespectador da Baixada fluminense ligou na nossa engenharia por volta de 16h e falou com nosso Gerente Executivo, Renato Favilla, agradecendo pela volta da programação da TV Brasil ao ar.”

A ouvidoria foi conferir

Para dar a boa notícia e conferir a qualidade da imagem da TV Brasil na Zona Oeste do Rio de Janeiro, a Ouvidoria entrou em contato com dois telespectadores que em março reclamaram do sinal. As respostas comprovam que o sinal chegou, mas ainda precisa melhorar.

O telespectador Jorge Martins Gama, de Campo Grande, Rio de Janeiro/RJ, informou o seguinte: “Agora estou recebendo o sinal da TV Brasil. Fiz o teste na minha TV e realmente tanto a imagem com o som estão muito bons. Agradeço por atender minha solicitação. Agora posso assistir a programação da TV Brasil. Obrigado!”

O telespectador Henrique José Teixeira, de Padre Miguel, Rio de Janeiro/RJ, disse que “após alguns meses sem poder assistir à TV Brasil, ontem, 28/07/2014, consegui ver alguns programas que já não via há bastante tempo”. E acrescentou: “Seria interessante melhorar a qualidade da imagem, não sei se é problema de potência dos transmissores. De qualquer forma agradeço muito a atenção e a dedicação da equipe da EBC. Muito obrigado.”

ATENDENDO A RADIADORES, OS CARTÕES QSL FINALMENTE CHEGARAM



Cartões QSL? O que é isso? Para que serve? A Ouvidoria ouviu muitas vezes essas perguntas e teve mesmo que pesquisar para saber do que se tratava, de forma a atender a uma demanda frequente que nos chegava não apenas do Brasil, mas de diversos outros países. Em 2012, 22 ouvintes solicitaram o tal cartão; em 2013 foram 17 pedidos, sendo 06 nacionais e 10 internacionais; em 2014, até o momento, já recebemos 10 mensagens, fora os pedidos que chegam diretamente para as rádios, já em torno de 120.

Os números não são tão expressivos, concordamos, e um cartão QSL também não se constitui um serviço essencial na ordem de prioridades de uma empresa de comunicação do porte da EBC. No entanto, o atendimento ao público é uma das principais justificativas de existência de toda e qualquer empresa pública, o que nos obriga a redimensionar os valores implícitos nos números e na demanda. Desde 2011, quando começamos a registrar as mensagens no sistema Nambi, as respostas aos radioamadores que solicitavam o Cartão QSL era de que estava “sendo providenciado

e em breve seria emitido”. A Ouvidoria estranhou que em 2014 a resposta ainda fosse a mesma e empreendeu a busca de uma solução – não exatamente para a impressão de Cartão QSL, mas para o atendimento a cidadãos que se orgulhavam de ter acessado às rádios públicas da EBC e que gostariam de mostrar isso à comunidade de radioamadores no Brasil e no mundo. E ontem, finalmente, veio a solução. Quem nos deu a boa notícia foi a Coordenadora da Rádio Nacional da Amazônia Luciana Moreno Couto:

“Já passei os cartões para a Central do Ouvinte. Acredito que ainda nesta semana faremos os primeiros envios. Iremos atender a uma demanda de cerca de 120 radioamadores. Como os cartões chegaram hoje, ainda não fechamos um plano de envio. Mas iremos atender todos os pedidos que estão guardados na Central do Ouvinte - aproximadamente 120, entre pedidos enviados por carta e e-mail. Temos mil impressões, uma quantidade suficiente para atendermos aos radioamadores por um bom tempo. As rádios que emitem cartão QSL são as OC e AM, por causa do alcance das emissoras. As transmissões em Ondas Curtas têm um alcance muito maior do que as rádios que operam em AM e FM. Sendo assim, existem no mundo inteiro ouvintes de rádio que se dedicam a sintonizar sinais distantes do local da recepção, preferencialmente fora da área de cobertura planejada pela emissora. O envio de cartão QSL para quem consegue sintonizar uma rádio em OC é uma prática comum, internacionalmente. Por isso, a maioria dos radioamadores que nos solicitaram o cartão é de outros países”.

Valor oficialmente reconhecido

“A Rede Nacional de Emergência de Radioamadores - Rener foi criada pela Portaria Ministerial MI-302, de 24 de outubro de 2001, publicada no Diário Oficial da União n.º 201, Seção I, de 26 de outubro de 2001, com o objetivo de suprir os meios de comunicações usuais, quando os mesmos não puderem ser acionados, em razão de desastre, situação de emergência ou estado de calamidade pública.

O Radioamador, ao longo dos tempos e no mundo todo, tem demonstrado a importância das comunicações, quando chamado para ajudar em situações nas quais o seu serviço humanitário e voluntário seja colocado à disposição das autoridades e em benefício da população.

Países como Estados Unidos da América, Japão, México, Espanha, Colômbia, Argentina, para citar alguns, possuem Redes de Emergência de Radioamadores,

integrada com as autoridades competentes, sempre disponíveis e operantes, nas situações de terremotos, inundações, desabamentos, deslizamentos, incêndios florestais, epidemias, furacões, secas, busca e salvamento de aeronaves e embarcações e outras.

O Ministério da Integração, criando a Rener e colocando a Liga de Amadores Brasileiros de Rádio Emissão - LABRE como coordenadora da operação conjunta Defesa Civil e Radioamadores reconhece, oficialmente, o valor do radioamadorismo e dos Radioamadores brasileiros.”

Acesse em <http://www.integracao.gov.br/web/guest/defesa-civil/cenad/rener>

Segundo o "código Q", QSL significa "Pode acusar recebimento? ou "Acuso recebimento". Na gíria radioamadora, QSL significa "confirmando, ok, de acordo."

SOBRE A PRESTAÇÃO DE CONTAS DA OUVIDORIA NOS VEÍCULOS DA EBC

Programas da Ouvidoria nas Rádios e na TV

A produção dos programas da Ouvidoria na TV e nas rádios está sob a responsabilidade da Diretoria de Produção - Dipro, que já deu início à estruturação do núcleo em Brasília. O programa da Ouvidoria na TV já está em fase de produção, sem data prevista para estreia. O programa da Ouvidoria no rádio ainda não começou a ser elaborado, porque está dependendo da organização da equipe da Dipro para o rádio, também em Brasília.

Coluna da Ouvidoria na Agência Brasil

A Coluna da Ouvidoria na Agência Brasil, assim como nos demais veículos, é uma exigência legal, mas não está sendo publicada na página da Agência. Desde que a página da Agência Brasil ganhou novo layout, o espaço de publicação da Coluna foi suprimido. A Ouvidoria chegou a enviar três artigos para publicação, quando se deu conta de que os textos eram publicados em "Últimas notícias" que tem atualização permanente, fazendo com que os textos da Coluna fossem quase que imediatamente para o arquivo, onde certamente não serão acessados tão facilmente, tornando inútil o trabalho despendido. Paramos de enviar os textos, aguardando que a situação seja regularizada. Até a data do fechamento deste relatório, não houve qualquer informação nova sobre a volta do espaço da Ouvidoria na Agência Brasil.

Maio
2014MONITORAMENTO E ANÁLISE DE
CONTEÚDO

TV BRASIL

ANÁLISE DAS QUATRO PRIMEIRAS EDIÇÕES DO *ESPAÇO PÚBLICO*

Espaço Público é um programa semanal de entrevistas da TV Brasil que estreou no dia 6 de maio. O programa vai ao ar, geralmente ao vivo, às 10h da noite das terças-feiras e tem uma hora e meia de duração. Na visão da Ouvidoria, o programa tem muitos méritos, especialmente por abrir amplo espaço para pessoas que têm o que dizer e que dispõem de pouco ou nenhum espaço nos veículos tradicionais.

Os telespectadores puderam ouvir o Ministro da Fazenda discorrer longamente sobre o desempenho da economia brasileira e contestar, com dados, artigo do *The Economist* intitulado “50 anos de preguiça no Brasil”. Guido Mantega mostrou que o Brasil vem crescendo muito mais que o país sede da publicação. Aldo Rebelo, ministro do Esporte, pôde falar sobre dados dos gastos da Copa que nunca são apresentados pela mídia tradicional. O presidente do Olodum, João Jorge Rodrigues, pôde dar uma verdadeira aula sobre a história da Abolição, a história do movimento negro e sobre história do Brasil. Outro ponto positivo é contar com a participação gravada, ou então por e-mail, de diversos especialistas e de pessoas do povo. Mas, os quatro primeiros programas apresentou algumas inadequações. Neste relatório vamos nos concentrar apenas nos desajustes detectados em relação às diretrizes estabelecidas para os conteúdos dos veículos da EBC. Muitas inadequações apontadas nos primeiros programas já foram superadas ou estão no rumo da superação, podendo ser creditadas, em parte, aos necessários ajustes de estreia.

O principal desajuste observado é em relação ao Manual de Jornalismo da EBC, que estabelece, entre outros pontos, que “O conteúdo jornalístico da EBC não visa a tutelar ou direcionar a formação da opinião pública”. Esta regra e a que diz que “O repórter não pode induzir respostas ou demonstrar parcialidade” não foram observadas nas edições analisadas.

Na Seção 2 do *Manual de Jornalismo da EBC*, encontramos a seguinte definição: “O conteúdo jornalístico da EBC não visa a tutelar ou direcionar a formação da opinião

pública”. Na Seção 3, capítulo 2, está estabelecido: “Quem entrevista deve se pautar pelo respeito, firmeza e objetividade. (...) O repórter não pode induzir respostas ou demonstrar parcialidade.” Como veremos mais adiante, em vários momentos, essas regras não foram observadas. Um dos problemas mais evidentes é o posicionamento explícito do âncora a favor ou contra o entrevistado e a indução de respostas. Nas edições analisadas ficou evidenciada a identificação com – e o apoio aos – pontos de vista de representantes do governo.

Com base nestas regras do Manual de Jornalismo da EBC, quando o entrevistado está falando e há um close no jornalista, este deve ficar observando de maneira neutra. Um leve meneio de cabeça pode denotar aprovação às opiniões do entrevistado. Trata-se de juízo de valor do âncora e este deve se portar como mediador, deixando que o próprio telespectador forme sua opinião. Se o jornalista se acha no direito de aprovar com a cabeça o que está dizendo o entrevistado, ele deve também se sentir no direito de reprovar, o que seria impensável. Querer induzir o telespectador a concordar com as opiniões que estão sendo emitidas – ou então discordar – com movimentos de cabeça ou com palavras, contraria o que está definido em regras do Manual. O telespectador que já tenha o mesmo posicionamento do âncora, que alguns chamam de “já convertido”, acha ótimo e vai com o programa até o final. Quem não tinha opinião sobre o assunto, ou em princípio concordava com as teses opostas, pode concluir que está tudo combinado, que não é uma entrevista para valer.

Em algumas oportunidades, o âncora, em vez de formular uma pergunta, faz um discurso detalhando sua opinião sobre o tema e em seguida pedindo a concordância do convidado. É evidente que tanto o âncora quanto os demais entrevistadores não devem ficar limitados a perguntar secamente. Para embasar uma pergunta, podem e, muitas vezes, devem, apresentar dados, informações. O que não é muito apropriado é defender um ponto de vista, uma tese. Houve casos em que o âncora defendeu com muita ênfase um ponto de vista que supostamente seria o mesmo do convidado e este, em sua fala, se colocou contrário a ela.

Por exemplo, na entrevista com João Jorge Rodrigues, presidente do Olodum, em vez de perguntar, o âncora fez um discurso, protestando de forma veemente contra o fato de 13 de maio não ser e nunca ter sido feriado nacional. Já o entrevistado, depois de historiar o que levou à abolição e quais foram as consequências para os negros, disse – ao contrário da posição do âncora – que a data nunca deveria ser comemorada nem

ser feriado. Se tivesse sido feita uma simples pergunta, não teria havido esse choque de opiniões.

Houve também, em alguns casos, a emissão de juízo de valor a respeito das perguntas pré-gravadas, quando caberia apenas dirigi-las ao entrevistado. Por exemplo, uma das que foram feitas ao ministro da Fazenda e que abria espaço para o ministro criticar a onda de pessimismo sobre a Economia, foi classificada como vindo “a calhar”. Outra, que expressava ponto de vista contrário, foi acompanhada do seguinte comentário: “Existe um tipo de pessimismo que nunca é vencido”. A manifestação do telespectador, que foi chamado a participar, foi desqualificada.

Um outro aspecto a ser considerado, além da exposição aberta do posicionamento, é a forma de o âncora se exprimir. As intervenções são feitas em geral com muita veemência, em tom muito elevado de voz. Em televisão, temos que ter cuidado porque estamos entrando na casa das pessoas e o mais adequado é sermos comedidos, como se estivéssemos pedindo licença. Pode ser o estilo do âncora mas, na visão da Ouvidoria, essa forma de se colocar prejudica inclusive o entendimento do que está sendo dito.

Dos seis telespectadores que entraram em contato com a Ouvidoria com opiniões sobre os primeiros programas, quatro foram enfáticos em aprovar o novo programa e dois em desaprovar. Exemplos: entre os que aprovaram está Ricardo Gomes de Carvalho (processo 868-TB-2014), que classifica o *Espaço Público* como “bom jornalismo”, sem os temas propostos “pelas más influências das elites retrógradas nacionais”. Arialdo Pacello (processo 897-TB-2014) refere-se à “entrevista histórica” com o ministro Guido Mantega, “pela pertinência das perguntas e pela lucidez, clareza, honestidade e precisão das respostas dadas pelo ministro”. Já Júlio César Ferreira Cirilo (processo 1005-TB-2014) diz, sobre a entrevista com Aldo Rebelo, que é “vergonhoso” o mediador fazer programa chapa-branca, exageradamente justificando [o ministro] ou desqualificando os posicionamentos contrários, “tentando preservar ou melhorar a imagem do governo federal”. Em relação à entrevista com Paulo Maluf, a telespectadora Márcia D'Angelo (processo 1091-TB-2014) aprovou a postura do âncora e reprovou o comportamento do deputado, questionando se um representante da ditadura deveria ser entrevistado por não ter nada a acrescentar. Considerando a entrevista “constrangedora”, disse que mudou de canal.

É preciso repensar a questão das frases de internautas que são inseridas no rodapé do vídeo, enquanto o convidado está falando. Muitas vezes, o entrevistado é criticado

e segue falando sobre outro assunto, sem ter conhecimento da crítica. Por exemplo, enquanto João Jorge, Conselheiro da EBC, presidente do Olodum e um dos expoentes do movimento negro, expunha suas ideias, foi inserida, entre outras, a seguinte frase no rodapé do vídeo: “A única instituição racista que eu conheço no Brasil é o movimento negro” (José Márcio Tavares). O movimento negro recebeu uma acusação séria e um de seus principais representantes prosseguiu falando de outro assunto, não sendo sequer informado da acusação. Outra frase: “Todo mundo tem discurso. Na prática está todo mundo agindo como opressor” (Raimundo Júnior).

Em outro programa, enquanto o ministro Aldo Rebelo respondia a uma pergunta, foi inserida no rodapé do vídeo a seguinte frase: “Não vi a menor demonstração do ministro em relação aos problemas colocados pelo povo” (Kaká Oliveira). A frase é genérica, pouco inteligível, assim como a seguinte: “Ministro, excelentes números estatísticos, mas os números sociais em relação aos benefícios são outros” (Amauri Barros). No programa cujo convidado foi o deputado Paulo Maluf, enquanto ele falava, apareciam no vídeo frases como “O Maluf é o político caricato! Se compromete a responder e não responde! Responde as perguntas, doutor.” (Vanessa Araújo). Outra: “Cuidado historiadores e humoristas, ele poderá “roubar” a profissão de vocês” (Lucas Magno). O questionamento nem é em relação às frases selecionadas. O que se questiona é a própria inserção dessas frases – o convidado não tem ideia do que os internautas estão dizendo dele.

As reportagens de apoio ao programa também têm apresentado problemas. O VT com o perfil do ministro Guido Mantega foi exageradamente elogioso. No VT sobre os gastos da Copa (entrevista com Aldo Rebelo), o enfoque foi praticamente o mesmo da mídia tradicional, sem mostrar a visão do Ministério do Esporte. Segundo Aldo Rebelo, “com todo o respeito, a matéria explica pouco”. O perfil do deputado Paulo Maluf também tinha várias incorreções: o off dizia que ele está com 83 anos, quando está com 82. Ele teria sido nomeado prefeito de São Paulo pelo presidente Costa e Silva. Na verdade, quem indicava os prefeitos de capitais eram os governadores de estado – no caso, foi Abreu Sodré. Segundo o VT, o deputado está na vida pública há 40 anos. São 47. Além de outras impropriedades.

Considerações de caráter técnico

Nos programas analisados, o âncora faz perguntas ao convidado, mas olhando para a câmera, como se estivesse entrevistando o telespectador. O mais apropriado é o âncora olhar para o convidado quando estiver formulando uma pergunta, olhar para

um dos entrevistadores quando estiver se dirigindo a ele e para a câmera quando estiver falando com o telespectador.

Nas passagens de bloco, o âncora diz que “infelizmente” temos que ir para o intervalo. Não se deve dizer que os anúncios, ou chamadas de outros programas da emissora sejam um peso, uma infelicidade. Tem havido também o uso de jargões do meio televisivo como, por exemplo, “vamos ouvir a sonora”. A alternativa é “vamos ouvir o que ele diz” ou “vamos acompanhar a entrevista”. Outro exemplo: “por favor, roda o VT”. Essa expressão é ainda menos apropriada porque, além de ser um jargão do meio, atualmente, com os avanços tecnológicos, o VT não roda mais. Uma opção é, por exemplo, “vamos à reportagem”. Ao anunciar um intervalo, o âncora usou outro jargão: “vamos dar um break”.

É preciso refazer as tarjas com os créditos ou mudar a fonte. Os caracteres aparecem desbotados. Além do mais, quando o âncora anuncia a possibilidade de participação pelas redes sociais, os endereços do *Facebook* e do *Twitter* apenas piscam na tela, sem um tempo minimamente suficiente para serem anotados por quem deseja participar.

O cenário do programa talvez deva ser refeito. Nada combina: a bancada, as cores fortes, o desenho acima da cabeça dos participantes, a iluminação que deixa os participantes chapados contra o fundo. Em termos de dimensões, o estúdio parece ser muito acanhado, impedindo tomadas frontais da câmera aberta.

Em várias oportunidades, quando o entrevistado está falando e o diretor de TV corta para o âncora, este, assim que se percebe no vídeo, em vez de continuar prestando atenção, vira-se, olha para a câmera e ajeita os óculos, a gravata ou o terno.

Tem havido cortes para a câmera aberta em momentos impróprios. Por exemplo, estava no ar a câmera fechada no deputado Paulo Maluf – quando o âncora tossiu e se abaixou dizendo 'disfarçadamente' para a entrevistadora a seu lado “eu vou falar uma coisa” (o áudio estava aberto), houve o corte para a câmera aberta, que mostrou toda essa cena. Houve outros cortes semelhantes. Quando o convidado está falando, o âncora sussurra alguma coisa 'disfarçadamente' para os entrevistadores e então é flagrado pela câmera aberta e com áudio também aberto.

A Ouvidoria se reuniu com a Diretoria de Jornalismo para apresentar o resultado da análise do programa. A Diretora Nereide Beirão concordou com diversos aspectos,

indicando, inclusive, que já havia se posicionado em relação a alguns dos aspectos apontados pela Ouvidoria. Uma das informações colhidas nesta reunião e que consideramos relevante tratar neste relatório diz respeito aos cortes inadequados de câmera. Esta parte do trabalho está diretamente relacionada à Direção de TV e, portanto, deverá ser tratada pela área no que for necessário para qualificar a atuação dos responsáveis diretos pela operação.

EXPOSIÇÃO EXCESSIVA DE MARCAS PODE PARECER *MERCHANDISING*

Um caso que chamou a atenção é relativo ao programa “No Mundo da Bola”, edição de 18/5. O âncora propôs aos telespectadores uma enquete – “O campeonato brasileiro deveria ser interrompido na sexta rodada?” – e informou que os participantes estariam concorrendo a um livro sobre futebol e a uma camisa oficial do Grêmio, de Porto Alegre. Tirando o fato de que nos arriscamos a perder a audiência dos torcedores do time rival, a camisa do Grêmio foi exibida frontalmente e o que mais se destacou no vídeo foi a logomarca do patrocinador do clube: o “Banrisul”. Em seguida, a camisa foi colocada sobre a bancada onde estão os debatedores e, ao invés de ficar exposto o nome do clube, o que ficou visível durante todo o debate foi o nome da instituição financeira (fotos).



Os responsáveis pelos programas veiculados pela TV Brasil precisam estar atentos em relação ao que estabelece a Lei 11.542, que institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública, o Estatuto Social da Empresa Brasil de Comunicação, aprovado pelo Decreto 6.689, de 11/12/2008, o Manual de Jornalismo da EBC e demais textos que regulam as atividades da empresa. Muitas vezes, um descuido no enquadramento, na seleção de imagens ou na escolha de entrevistados pode passar ao telespectador a impressão de que a TV Brasil está contrariando as

regras a que estamos todos submetidos, como demonstra a correspondência da telespectadora Simone Souza, embora sobre uma inserção que, mesmo sendo de apoio cultural, levantou a dúvida sobre sua pertinência (processo nº 589-TB-2014): “Sempre ouvi dizer que na TV Brasil não pode haver publicidade. Por que então vejo anúncios oferecendo cursos (pagos) da Escola de Cinema Darcy Ribeiro durante a programação? Ao final aparece como apoio, mas que tipo de apoio/parceria seria esta? Fiquei realmente curiosa. Aproveito para dizer que adoro a programação da TV Brasil.”

A Ouvidoria pesquisou, na intranet, a documentação referente às normas para publicidade nos veículos da EBC. O que hoje está em vigor é a Norma de Publicidade Comercial e Institucional para as Emissoras de Rádio e Televisão (NOR 502), datada de 15/06/2005, ainda com a logomarca da Radiobras.

Recomendamos, então, através dos Boletins, a elaboração de normas claras que regulem a questão da publicidade, e que se oriente os gestores a supervisionarem de forma mais atenta às ocorrências desse tipo.

Sobre a crítica à excessiva exposição da marca Banrisul no programa , a Diretora de Jornalismo enviou à Ouvidoria a seguinte contestação:

“Em relação ao texto sobre merchandising, gostaríamos de ponderar que o posicionamento defendido pela Ouvidoria não é o que está expresso no Manual de Jornalismo da EBC. O Manual, exatamente para destacar a orientação contrária à defendida pelos departamentos comerciais das empresas privadas, destaca que “os nomes das empresas, instituições, produtos e pessoas não devem ser omitidos”. Não é diferente do que está expresso nas diretrizes editoriais da BBC, publicadas no Boletim nº 6 da Ouvidoria, que diz: “precisamos ser capazes de refletir o mundo real e isto implica referências a produtos comerciais, organizações e serviços em nossa produção”. Não nos cabe o posicionamento de empresas jornalísticas que chegam a esconder o patrocinador de times, mudar nomes de times de vôlei, não informar locais onde está acontecendo algo, porque eles não estão pagando anúncios nas empresas. É omissão de informação e esta é uma das grandes vantagens do jornalismo público e que gerou muita discussão quando da elaboração do Manual de Jornalismo. Não é o departamento comercial que rege o nosso conteúdo, não precisamos transformar nossas matérias em “charadas” omitindo onde ou quem é responsável pelo fato noticiado. No caso da camisa do Grêmio, nem mesmo em uma visão de departamento

comercial, o posicionamento da camisa em cima da mesa pode ser considerado merchandising. Na foto pode ser visto que aparece a marca “anrisul”.

A Ouvidoria respeita a opinião da Diretora, mas insiste em que a EBC precisa estabelecer normas objetivas sobre o assunto. O texto da BBC sobre Integridade Editorial e Independência de Interesses Externos, publicado no Boletim da Ouvidoria e citado pela Diretora, diz o seguinte, na íntegra: “Precisamos ser capazes de refletir o mundo real e isto implica referências a produtos comerciais, organizações e serviços em nossa produção. **No entanto, devemos evitar qualquer destaque indevido, que dê a impressão de que estamos promovendo ou endossando produtos, organizações ou serviços**”.

BBC: [Editorial Integrity and Independence from External Interests](#)

AGÊNCIA BRASIL

TENDÊNCIA AO OFICIALISMO

Em relação à Agência Brasil, a Ouvidoria detectou a tendência de ressaltar, como se fosse o principal elemento da matéria, o fato de a informação ter origem em fonte oficial. Atribuir a fonte da informação a ministros, secretários, ministérios, órgãos públicos é uma prática recorrente, que tem sido verificada inclusive nos títulos das matérias. A tendência a acrescentar o nome de alguma autoridade nos títulos (por exemplo, quando se acrescenta um “diz ministro”) foi uma constante em maio, tem na Agência Brasil, o que pode comprometer a imagem da Agência como uma instituição noticiosa de interesse público não estatal, o que é crucial, inclusive, para estimular a capacidade crítica das pessoas. No momento em que se transfere a palavra e o conteúdo da notícia para um agente oficial, o jornalista praticamente se descompromete com o que está escrito, deixando implícita uma certa fragilidade sobre a credibilidade da informação, sobre a qual ele próprio se esquivava de afirmar.

Percorrendo os arquivos da Agência naquele mês, constatamos a tendência nas manchetes:

Segunda, 26:

[*Brasil precisa melhorar conexão aérea com outros países, diz Ministro do Turismo*](#)

Terça, 27:

[Ministro descarta risco de epidemia de dengue durante a Copa](#)

[Ideli: Copa não deve causar pânico em relação a casos de exploração sexual](#)

[Lobão: "com a graça de Deus", não haverá racionamento de energia como em 2001](#)

[Telecomunicações: Paulo Bernardo alerta sobre números apontados em pesquisas](#)

Quarta, 28:

[Copa: ministro aposta no bom-senso dos brasileiros para evitar imagem negativa](#)

[Janot diz que decisão sobre semiaberto gera insegurança jurídica](#)

[Tereza Campello critica projeto do Senado que altera o Bolsa Família](#)

Quinta, 29:

[Taxas de juros devem interromper ritmo de alta, diz Banco Central](#)

[Execução do PAC Saneamento em esgoto chega a 60,2%, informa ministério](#)

[Secretário diz que não há aumento de tráfico de pessoas por causa da Copa](#)

[Dividendos e renegociações são fontes de receitas iguais às outras, diz Augustin](#)

Sexta, 30:

[Seca afetou desempenho da agricultura no primeiro trimestre, diz Mantega](#)

[Cardozo diz que integração das forças de segurança é legado da Copa](#)

Sábado, 31:

[Moreira Franco: só mau tempo pode prejudicar aeroportos da Copa](#)

UMA NOTÍCIA ACANHADA

Em 21 de maio, a presença de Xuxa Meneghel na CCJ da Câmara provocou troca de desaforos entre os parlamentares. Xuxa veio até Brasília para presenciar a votação do projeto conhecido como Lei da Palmada. Durante a discussão do projeto, um deputado da chamada bancada evangélica, o pernambucano Pastor Eurico, do PSB, lembrou que “a conhecida rainha dos baixinhos, em 1982, provocou a maior violência contra as crianças em um filme pornô”.

O líder do PSB, deputado Beto Albuquerque, avaliou que Eurico se pronunciou de forma “intolerante, desrespeitosa e desnecessariamente agressiva”, lembrando que Xuxa estava ali na condição de convidada da Comissão. Os trabalhos foram suspensos em função do tumulto criado. Vários parlamentares manifestaram-se contra a intervenção do deputado pernambucano, inclusive a atual ministra Ideli Salvati, dos Direitos Humanos, e sua antecessora, Maria do Rosário, que estavam presentes. O episódio, que abalou a Comissão e provocou um racha na bancada evangélica, foi registrado com discrição pela Agência Brasil, meio que escondido na Editoria de Direitos Humanos.

O contrário em relação ao Portal, onde o assunto mereceu chamada. No entanto a Agência destacou, na página de abertura do site, a visita de Xuxa e de Ideli Salvati à central do Disque 100, que recebe denúncias de violações de direitos humanos. Essa preocupação em não valorizar o episódio da CCJ pode indicar ao leitor uma opção do editor pela notícia oficial em detrimento de um fato polêmico que teria maior repercussão. A opção por um registro oficial da passagem de Xuxa por Brasília vai contra o lema da EBC de criar e difundir conteúdos que levem a um aumento do espírito crítico do leitor.

Talvez estivesse ali uma boa oportunidade para se exercitar a capacidade de distinguir entre o espetáculo e a notícia. O fato tinha todos os elementos de um espetáculo, mas como dizia respeito a algo que incide diretamente sobre a vida das pessoas, o espetáculo ganha valor de notícia.

No Portal: [Presença de Xuxa na votação da Lei da Palmada provoca primeira mudança na CCJ](#)

Na Agência Brasil: [Xuxa e Ideli visitam a central de atendimento do Disque 100](#)

INVERSÃO DO EIXO DA NOTÍCIA

“Após se encontrar com representantes do movimento Bom Senso F.C., a presidenta Dilma Rousseff disse estar estarecida...”. Ou seja, pula-se o fato para valorizar seu efeito. Linhas abaixo, a primeira entrevista novamente destaca o “estarecimento”: “Ela está estarecida com a falta de compromisso dos clubes brasileiros em relação a salários. A presidente não imaginava que existissem (...) tantos clubes com salários atrasados”, afirmou Ruy Bueno Neto...” E o texto segue sempre ressaltando o “estarecimento” da Presidenta: “Dilma teve essa reação pois não conhecia, até o

momento, a situação. “Ela se mostrou estarecida com o que ouviu, porque de repente não tinha esse conhecimento...” A palavra “estarecida” aparece nada menos que quatro vezes ao longo da matéria. Os fatos de destaque, que seriam o encontro ou a união e mobilização dos atletas, deram lugar às reações da presidenta: “Além de comemorar o encontro com a presidenta e demonstrar otimismo com as discussões (...) os jogadores afirmaram que o único ponto discutido no encontro com Dilma foi a violência entre as torcidas. Segundo Alex “(...) ela realmente se mostra preocupada com a situação (...)”. A matéria parece ter sido uma entrevista com os jogadores sobre as impressões da presidenta. Neste caso, os fatos não entraram em campo.

A tendência à inversão do eixo da matéria também pode ser percebida na cobertura feita pela Agência do 17º Congresso da União da Juventude Socialista (UJS), que virou uma espécie de suporte para o discurso da presidenta sobre propostas e assuntos variados, desde reforma política, programas do governo na Educação e até a expectativa para a “Copa das Copas”. As perguntas clássicas “O que? Quando? Onde? Por que?” não chegaram a ser totalmente contempladas nas poucas linhas do parágrafo final da matéria.

Mas é preciso marcar que houve um realinhamento na abordagem de assuntos políticos, a partir do início oficial do período eleitoral, o que poderá ser visto nas análises do mês de junho, neste Relatório.

PORTAL EBC

No dia 18 de maio, o Portal da EBC publicou uma matéria cuja pauta era a comemoração dos 40 anos do Cubo de Rubick, o Cubo Mágico. A abordagem da matéria não foi exatamente o cubo, mas o *doodle* criado pelo Google para prestar homenagem à invenção do brinquedo. *Doodles* são versões divertidas do logotipo do Google. Uma forma de divulgação da marca, aproveitando as efemérides e comemorações de feriados, aniversários e a vida de artistas famosos, pioneiros e cientistas. Uma bela e divertida estratégia de marketing. A matéria nos chamou a atenção por tangenciar um tema que a Ouvidoria vinha acompanhando sobre propaganda de produtos e marcas nos veículos públicos.

Conversamos com os responsáveis pelo conteúdo do Portal – uma conversa que não esclareceu a pertinência de se tratar do tal Cubo Mágico a partir da iniciativa da

empresa Google. Aprofundamos a pesquisa e vimos que a divulgação dos *doodles* era uma prática do Portal, configurando-se quase que em uma editoria Google. Nos 30 dias anteriores, seis *doodles* foram publicados, acompanhados de textos sobre os próprios *doodles*. Ao todo, há 55 registros de matérias baseadas nos *doodles*, desde 20 de dezembro de 2012, a primeira quando os contos dos irmãos Grimm completaram 200 anos de lançamento. A matéria não foi sobre os irmãos Grimm, mas sobre o *doodle* do Google – os 200 anos dos irmãos Grimm eram apenas “o gancho”. A maioria dessas matérias foi publicada pelas editorias de Tecnologia (35) e de Cultura (15), mas também há matérias nas editorias de Esportes (3) e Cidadania (2). Do ponto de vista de negócios, que no fundo é do que se trata, a Google é com certeza um fenômeno empresarial.

Em 2013 a empresa faturou US\$ 16,9 bilhões e terminou o ano com um valor de mercado de US\$ 110,9 bilhões. Como ferramentas de busca, o Google, com aproximadamente 1,1 bilhão de visitas únicas por mês, responde por cerca de 50% do total mundial. No Brasil, o percentual é ainda maior: 90% das pesquisas são feitas pelo Google. Uma empresa desse porte não precisa de propaganda. No entanto, é isso o que acontece quando o Portal proporcionam amplos espaços à logomarca Google, travestida seja lá do que for. A pergunta é óbvia: que interesse jornalístico justifica a frequência de coberturas dos *doodles* do Google? E é preciso não esquecer a ligação entre o Google e a Wikipédia nas informações acessadas pelos *doodles*. E as ligações entre o Google e a Fundação Wikimedia, responsável pela Wikipédia, que vão além disso: o Google Matching Gifts (Doações Casadas do Google) figura entre os 10 maiores patrocinadores da Wikimedia.

Citar os *doodles* do Google faz com que as buscas pelo assunto que o *doodle* representa (o aniversário de Nelson Mandela, por exemplo) coloque a matéria feita pelo Portal (ou seja, a EBC) entre os primeiros resultados. Perguntamos ao responsável pelo Portal se a cobertura persistente dos *doodles* do Google seria, então, uma estratégia de negócios, já que não nos parece jornalismo de interesse público. A resposta foi que não se tratava de estratégia de negócios. Essa questão ainda não está suficientemente esclarecida e a Ouvidoria ainda percebe o assunto como divulgação excessiva de marca – o que não é recomendável à comunicação pública, conforme dita a Lei de criação da EBC.

Este e outros casos semelhantes em outros veículos levaram a Ouvidoria a insistir, através dos Boletins, na necessidade de elaboração de normas claras sobre publicidade e *merchandising* nos veículos públicos da EBC.

SISTEMA DE RÁDIOS

Em maio, o principal problema identificado em algumas das emissoras de rádio da EBC foi o que pode ser entendido como propaganda indevida, no caso das emissoras públicas, ou *merchandising*, como é comum nas emissoras privadas. A Ouvidoria verificou diversos casos, mas vamos nos reportar apenas ao caso mais grave, ocorrido na Rádio Nacional da Amazônia, em que o programa de entrevistas Nossa Terra se prestou a promover de forma explicitamente comercial uma empresa de serviços odontológicos. Um dos trechos lidos pelo apresentador: “A Uniodonto é a maior cooperativa odontológica do mundo e aqui em nosso país está presente em 1350 municípios”. O caso foi relatado com detalhes mais amplos em uma edição do *Boletim da Ouvidoria*, onde apontamos a necessidade de se criar e difundir normas claras sobre o que cabe ou não à comunicação pública no sentido de propaganda e publicidade, seguindo os preceitos legais. O assunto foi levado ao Coordenador Regional/Amazônia, Mário Sartorello, que respondeu prontamente:

Resposta da Gerência Regional/Amazônia

“Reconhecemos o equívoco na pauta e no enfoque da entrevista que foi veiculada no dia 09 de maio no programa Nossa Terra, da Rádio Nacional da Amazônia, sobre cooperativismo odontológico. Já conversamos com a equipe do referido programa e ressaltamos que pautas desta natureza não estão de acordo com a missão da emissora, nem da EBC, fato que foi prontamente aceito e reconhecido pela equipe do programa. Aproveitamos a oportunidade para acrescentar que o programa Nossa Terra completou 10 anos em abril deste ano e dentro do rol das comemorações estava a mudança no formato do programa, com novas vinhetas e quadros. Um desses quadros, que vai ao ar semanalmente, é sobre cooperativismo, que nasceu a partir de uma parceria com o Sistema OCB, do qual faz parte o SESCOOP - Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo. A equipe do SESCOOP nos envia toda semana sugestão de pauta e fonte. Especificamente nesta semana, a sugestão de pauta enviada pelo SESCOOP foi a Dra. Daniele Magalhães, presidente da Cooperativa Odontológica do Amazonas, no entanto, logo após a entrevista, foi feita uma análise pela própria equipe do programa que chegou à conclusão de que pautas com conteúdo parecido não seriam mais aceitas, por fugir da proposta do Nossa Terra. Na ocasião, o parceiro foi novamente orientado sobre o viés correto da proposta de parceria, que é o homem do campo. A partir daí, nas semanas seguintes, novos

quadros foram levados ao ar, sendo estes todos direcionados ao cooperativismo relacionado à agricultura familiar, que é o foco do programa.”

O cotidiano das pessoas, como sabemos, é permeado por marcas de produtos, de serviços, publicidade as mais diversas, e nem sempre é possível dar notícia de interesse público que não venha agregada à oportunidade que empresas percebem ao patrocinar os produtos e serviços. Mas a forma de abordar a pauta é que faz com que a reportagem destaque apenas o que é interesse público, esquivando-se do *merchandising*.

Foi o caso da notícia veiculada pela Radioagência, no dia 28 de maio, que informa: “*Brasília inaugura pontos de bicicletas públicas*”. A matéria ressaltou o que era relevante como prestação de serviços ao cidadão, sem dar qualquer destaque às empresas envolvidas, mesmo tendo citado os patrocinadores do serviço ao final – uma parceria entre o Governo do Distrito Federal com um banco privado, o Itaú, e a empresa pernambucana Serttel (Samba Transportes Sustentáveis). Mesmo tratando-se de uma iniciativa de marketing com forte presença de empresas, a matéria conseguiu ater-se ao que é de interesse público, respeitando os parâmetros da comunicação pública.

Nos meses subsequentes, a Ouvidoria vem acompanhando as transmissões dos programas e tem constatado a redução dos casos de propaganda implícita.

Recomendações da ouvidoria:

A partir da observação dos conteúdos destacados no mês de maio, seguem a título de contribuição as recomendações da Ouvidoria sobre os problemas apontados:

- Ao contratar profissionais de prestígio profissional, mas sem experiência seja em TV ou em qualquer dos outros veículos, é necessário um período de adaptação, treinamento, ambientação – principalmente a respeito dos princípios da comunicação pública – sem o que os riscos de insucesso são grandes, apesar das credenciais dos contratados.
- As equipes técnicas (principalmente envolvidas no trabalho de estúdio e switcher) devem estar alinhadas com os objetivos do produto que estão operando. E isso é uma questão de treinamento, supervisão e avaliação crítica do trabalho realizado. Os comentários sobre os cortes de câmera no programa

Espaço Público são de responsabilidade técnica, muito embora pudesse ser corrigido pela Direção do programa.

- A Ouvidoria insiste na necessidade de normatização sobre a exposição excessiva de marcas, produtos e pautas que tangenciam publicidade indevida; acrescentando que os gestores devem orientar as equipes envolvidas na produção de conteúdos sobre os procedimentos corretos, alinhados com o que se recomenda na Comunicação Pública.

Junho
2014MONITORAMENTO E ANÁLISE DE
CONTEÚDO

TV BRASIL

UM MÊS DIFÍCIL PARA A PROGRAMAÇÃO DA TV BRASIL

No mês de junho, a programação passou por sérios percalços. A exibição do documentário *Todos os Brasileiros do Mundo*, sobre a vida dos que vivem e ganham a vida no exterior – cerca de 3 milhões de brasileiros – provocou dois tipos de reação dos telespectadores. A primeira, através de manifestações em sites, foi de indignação logo após ter ido ao ar, no dia 14/6, às 19h30, o primeiro capítulo do documentário, de um total de seis, sobre travestis. Em um dos sites, o reclamante diz que “foram ao ar cenas de nudez, linguagem chula e prostituição em horário livre, infringindo a classificação indicativa do Ministério da Justiça”. Vários internautas registraram comentários apoiando o protesto e considerando a situação ainda mais grave por se tratar de uma emissora pública. Ao examinar o episódio, surge a pergunta: a Programação, que certamente examina o material que adquire, não atentou para o fato de que o conteúdo não estava adequado ao horário? O próprio título do capítulo – Gostoso pela própria natureza – já dava uma pista de que o conteúdo exigia atenção (foto). A reclamante Adriana Flora Galanternick (processo 1280-TB-2014) também questiona: “Será que não assistem aos programas enviados por produtoras independentes?” Um representante do Ministério da Justiça entrou em contato com a EBC para solicitar uma cópia do capítulo para exame.

No sábado seguinte, no horário em que deveria ir ao ar o segundo capítulo, foi exibido um comunicado, em *lettering* sem áudio, assinado pela Direção da EBC, informando que “a direção de Conteúdo e Programação da TV Brasil decidiu reprogramar a exibição da série *Todos os Brasileiros do Mundo* para outro horário, que será lançado oportunamente”. Acrescentava a nota que a TV Brasil “reforçou os mecanismos internos para que nossa grade sempre esteja de acordo com o estabelecido pela classificação indicativa sugerida pelo Ministério da Justiça”. E pedia desculpas pelos eventuais inconvenientes com o episódio mostrado na semana anterior. E então surgiu o segundo tipo de reclamação: o de telespectadores revoltados com o erro de programação e com a não comunicação do horário em que o documentário voltará a ser exibido. A Diretoria de Conteúdo e Programação informa que a série será reexibida

do dia 7/7 ao dia 12/7 (segunda a sábado) sempre às 23h30. Mas essa informação, que deveria ser pública, veiculada nos intervalos dos programas, só é repassada a quem se comunica com a Ouvidoria.

Temos aí dois problemas: o primeiro deles é o recorrente desconhecimento de que o público merece ser informado quando há mudanças na grade; e o segundo, que merece redobrada atenção, é a questão dos conteúdos adquiridos pela emissora pública. O episódio sobre a série *Todos os Brasileiros do Mundo* provocou indignação e recurso à Justiça apenas porque a inadequação era explícita, a começar pelo título do episódio. No entanto, problemas semelhantes ocorreram em outros produtos adquiridos pela EBC, sem que houvesse reclamação e por isso não foram foco de atenção, como no relato abaixo.

CONTRATAÇÃO DE PRODUTOS PRECISA DE CUIDADOS

A equipe da Diretoria de Produção - Dipro responsável pela produção do novo programa da Ouvidoria – ainda sem data para estrear – solicitou ao acervo um dos episódios da série *Vida de Estagiário* para fazer uma matéria que reproduziria uma espécie de pesquisa qualitativa, já que a série deverá retornar à TV Brasil em nova temporada. E qual não foi a surpresa: aparte o uso de palavrões e do assédio moral a que o personagem é submetido – mote principal da história - o episódio reproduz estereótipos sexuais e uma narrativa inadequada para o horário em que foi exibido, às 18h30, correndo o risco de submeter a TV Brasil a novo constrangimento, como no caso relatado acima.

A Ouvidoria chama a atenção para este caso justamente porque, segundo informações da equipe, uma nova temporada da série está para ser exibida na TV Brasil. O programa também é exibido no canal por assinatura Warner e em pouco ou nada difere do tipo de humor dos canais abertos comerciais – referência preconceituosa às mulheres, gays, atualização de estereótipos e preconceitos – o que nos faz perguntar sobre as justificativas para que o programa faça parte da grade da TV Brasil, além e apontar para a necessidade de uma análise mais rigorosa dos produtos que são contratados para a grade de programação da TV pública.

Seguem abaixo alguns trechos e imagens do episódio da série *Vida de Estagiário*:



07:22 – “Eu vou querer esse mesmo, com três velocidades, tamanho médio. Mas vem cá...você acha que é suficiente para uma pessoa. (abre o prospecto de uma sex shop e arregala os olhos) Oopa... É esse mesmo, pode confirmar o pedido.



07:43 – Personagem gay, sobre uma campanha publicitária que deverá fazer sobre laxante: “Laxante e sofisticação vai ser um desafio. Mas me lembra sabe o que? Campanha dos supositórios Dum Dum... um tempinho atrás...lembra que luxo aquela minha ideia?

Personagem hétero com ar de ironia: “Mas nesse caso você sabia tudo do assunto”.



09:19 – O chefe para a equipe de criação: “Bando de jumentos pega, é bom vocês botarem a cabecinha pra funcionar, hein... E que vocês sejam tão eficientes quanto nosso produto aí. Só espero que o resultado não seja uma merda!”



11:40 – Publicitário reclamando da mulher que cobrou prazos de entrega dos trabalhos: “Taí uma que precisava de um belo de um...laxante”



25:41 – O estagiário havia comprado um presente para um casamento em que iria com a namorada e os pais dela. Mas houve troca de pacotes na agência de publicidade onde o estagiário trabalha (cena comum a humorísticos de algumas TVs comerciais). No carro, a caminho do casamento, o pai da namorada percebe que a caixa do presente está vibrando e abre o pacote surpreso: era o vibrador que a secretária havia encomendado.

PROGRAMAÇÃO INFANTIL EXIGE MAIS CUIDADOS

O quadro “O que é o que é” faz parte do programa infantil *O Teco Teco* e é inspirado em brincadeiras infantis. Trata-se de uma ótima ideia, mas na visão da Ouvidoria é preciso atenção em relação ao tipo de pergunta a ser formulada. A telespectadora Adriana Rosa (processo 667-TB-2014) enviou mensagem à Ouvidoria informando que seu filho estava assistindo ao programa e teve que se deparar com uma “pergunta de gosto duvidoso” e que propicia interpretação de duplo sentido: “A pergunta era a seguinte: ‘Qual país tem uma capital que se chupa?’ e a resposta, ‘É o Peru’” (fotos).



No entender da Diretoria de Programação – Dipro –, a entonação na locução é padrão para todas as adivinhas e o desenvolvimento do conteúdo do programa conta com uma equipe especializada para a faixa etária. Segundo a Dipro, “Dentro do contexto do programa e da série, o texto completo parece estar adequado”. E esclarece que o texto com a locução é o seguinte: “O que é o que é? Um país que se come, que tem uma capital que se chupa? Já sabe que país é esse? É o Peru, nosso vizinho, e sua capital, Lima. Come-se peru e chupa-se lima!”

Mesmo com a locução completa, entende a Ouvidoria que o texto admite interpretação maliciosa. Em favor do programa, o fato de tratar-se de um caso isolado. Certamente, os criadores não tiveram essa intenção, mas o que importa é a leitura que possa ser feita pelo telespectador, como foi a da reclamante. É preciso atenção, especialmente em programas voltados para o público infantil.

A NOVELA QUE NÃO TEM FIM

No mês junho – um assunto recorrente – a Ouvidoria recebeu várias reclamações de telespectadores em relação a alterações da grade de programação sem a necessária comunicação prévia. Muitos dizem que, ao ligar a TV no horário de um programa, deparam-se, algumas vezes, com outro completamente diferente. De todas as manifestações, uma delas chamou mais a atenção pela indignação dos telespectadores. Vários deles entraram em contato com a Ouvidoria para dizer que a temporada da série *Amar em Tempos Sombrios*, exibida de segunda a quinta-feira, às 23h30, saiu do ar repentinamente, no meio, sem um final, e foi substituída por outra, sem nenhuma explicação.

Sônia Maria Vieira (processo 1135-TB-2014) disse que acompanhava a série, mas que ontem [segunda-feira, dia 2 de junho] no horário “começa pela enésima vez o Conde de Monte Cristo.” E acrescenta: “Fiquei indignada com a mudança, sem nenhum

comunicado, isso é falta de consideração e respeito com o telespectador. Como telespectadora, exijo respeito e consideração ou não assisto mais nada nesta emissora”. Marlene Elias Ferreira (processo 1173-TV-2014) diz que “O telespectador fica confuso, pensando se deve ou não se decidir por uma minissérie na TV Brasil se não tem a certeza de que vai vê-la por completo.” Eliana Lemos Moreira (processo 1143-TB-2014) fala, referindo-se à série que foi tirada do ar, em “atitude de total desrespeito ao telespectador”.

Diante destas e de outras manifestações sobre a mudança, no meio da série, sem ter sido exibido o capítulo final, entramos em contato com a Programação, que nos enviou a seguinte resposta padrão: “Em resposta à sua mensagem, a Gerência Executiva de Programação da TV Brasil informa que a temporada de *Amar em Tempos Sombrios* terminou na quinta-feira, dia 29/05. Foram exibidos todos os 32 episódios da série.” A resposta refere-se a dois capítulos iniciais, que faziam um resumo da primeira temporada, e a 30 capítulos que seriam os da segunda temporada.

The screenshot shows the RTVE.es website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like 'Noticias', 'TV', 'Radio', 'Deportes', 'El Tiempo', and 'Infantil'. Below this, there is a search bar and a main banner for the series 'AMAR EN TIEMPOS REVUELTOS'. The banner includes a navigation menu with options like 'PORTADA', 'DIRECTO', 'LA SERIE', 'PERSONAJES', 'CAPÍTULOS COMPLETOS', 'FORO', 'MÁS SERIES', and 'TEMPORADA 2012'. Below the banner, there is a section titled 'Todas las temporadas completas' with four thumbnails representing different seasons. A red arrow points to the 2nd season thumbnail. To the right, there is a section titled 'Exclusivo en RTVE.es' with a video player showing a scene from the series.

Tentamos assistir ao capítulo de número 30 para verificar a razão das reclamações dos telespectadores, uma vez que a área assegurava que era o capítulo final desta

temporada, mas não foi possível. O sistema de arquivamento da programação que utilizamos só disponibiliza os programas exibidos nos últimos 30 dias. Pesquisamos então no site da TV Espanha, a primeira emissora a exibir as temporadas da série. Fomos surpreendidos com o fato de a segunda temporada da série, conforme pode ser constatado na página copiada abaixo, é formada por nada menos que 221 episódios. O que nos ocorreu inicialmente é que a Programação tivesse feito uma condensação, uma reedição para apenas 30 episódios. Mas não foi o que ocorreu. O capítulo número 30, exibido pela TV Brasil, é exatamente o capítulo de número 30 exibido pela TV Espanha. Basta verificar as sinopses das páginas de ambas as emissoras.

Diante desta constatação, faz-se necessário buscar alguns esclarecimentos: a EBC comprou os 221 episódios da segunda temporada da série? Se comprou, porque exibiu apenas 30 episódios, deixando a história sem final? Ou a EBC comprou apenas 30 episódios de uma série de 221? Se o fez, qual foi a razão? Por que dissemos aos reclamantes que tínhamos exibido “todos os 32 episódios da série” se a série é composta de 201 episódios. São questões fundamentais para as quais não tivemos resposta, nos deixando em situação indefensável junto ao público da TV Brasil.

PARA ALÉM DOS PROBLEMAS, O PÚBLICO ELOGIA A TV BRASIL

Vários programas da TV Brasil têm sido alvo de manifestações elogiosas dos telespectadores. No mês de junho foram 30 elogios, alguns deles à programação em geral. Um número razoável, principalmente levando-se em consideração que este é o mês de Copa do Mundo, que concentra as atenções gerais.

Entre as manifestações de aprovação, está a de Chirleno Marques (processo 1123-TV-2014), que diz, em sua mensagem: “Sou de Paulista-PE e estou curtindo Salgueiro x Asa de Arapiraca [jogo do Campeonato Brasileiro da Série C]. A TV Brasil dá um show”. Cristóvão Luiz Gardelin diz que parabeniza a emissora pela transmissão da Série C. Este tipo de manifestação está sendo aqui divulgado porque pode ser um alento para os profissionais da emissora.

Um telespectador, que pede para não divulgarmos seu nome (processo 1127-TB-2014) diz que tem um filho que apresenta todos os sintomas da Síndrome de Asperger relatados por mães e especialistas em debate promovido pela TV Brasil entre 10 e 12h do dia 31/5/2014. Acrescenta o telespectador: “Gostaria de dar os parabéns pela matéria apresentada e dizer que este tipo de vídeo apresentado pelo programa *Papo*

de Mãe deveria ser obrigatório para todos aqueles profissionais que trabalham na área de educação”. Ele explica que não autoriza a divulgação de seu nome para não expor o filho.

Seguem-se mais alguns exemplos de telespectadores que aprovam a programação da TV Brasil. Rubens Luiz Monteiro, de Guapimirim-RJ (processo 1154-TB-2014) entrou em contato com a Ouvidoria para externar seu “mais sincero reconhecimento pela qualidade da quase totalidade dos programas exibidos pela emissora do sistema EBC”. Lio Cesar Franciozi (processo 1179-TB-2014) referiu-se à apresentação de música caipira acompanhada de orquestra dizendo que “o que já era fantástico ficou ainda mais envolvente”. E conclui: “Parabenizo esta emissora por apresentar tantas coisas maravilhosas”.

O programa *Samba na Gamboa*, apresentado por Diogo Nogueira, também tem recebido diversas manifestações favoráveis. Vários telespectadores e telespectadoras entram em contato com a Ouvidoria querendo saber o que devem fazer para participar do programa. Outros enviam elogios, como é o caso de Beatris Rubio (processo 1201-TB-2014) que diz ter descoberto o *Samba* por acaso e o considerou “uma delícia de programa, descontraído (...) – fica o incentivo de uma humilde telespectadora”.

O programa *Partituras* também tem recebido manifestações apreciativas. João Augusto de Oliveira Freire (processo 1213-TB-2014) enviou a seguinte mensagem: “Quero apenas elogiar o programa, especialmente o de hoje, que apresentou o Trio Capitu. Havia muito tempo que não assistia a uma apresentação de tão alta qualidade. A música pode, sim, vir de dentro das pessoas e nos causar um legítimo “alumbramento”. Obrigado!”

O que apresentamos foi apenas uma pequena mostra das manifestações de aprovação aos programas da TV Brasil. Não devemos, no entanto, deixar de considerar as reclamações e críticas e não podemos ignorar os problemas. Trabalhar sobre o que não está bom é o caminho para aprimorar cada vez mais os nossos produtos.

Recomendações da ouvidoria: A partir da observação dos conteúdos destacados no mês de maio, seguem a título de contribuição as recomendações da Ouvidoria sobre os problemas apontados:

- É urgente e necessário que as áreas responsáveis pela aquisição de conteúdos façam uma verificação prévia criteriosa dos produtos antes de decidir pela exibição nos veículos públicos.
- A Ouvidoria vem há tempos chamando a atenção para a necessidade de se comunicar ao telespectador qualquer mudança que venha a ocorrer na programação da TV Brasil. Levando-se em consideração o fato de que não é tecnicamente correta a inconstância dos horários e dos programas na grade, comunicar quando alguma circunstância obriga a isso não deve ser algo tão difícil.
- Quanto à novela que não tem final, não há o que recomendar, porque a Ouvidoria não teve informação sobre o que aconteceu.

AGÊNCIA BRASIL

Em relação à cobertura da greve dos metroviários da cidade de São Paulo, chegou à Ouvidoria a demanda da paulistana Renata V. M. (Processo 247-AB-2014), que reclamou da “cobertura viciada e com viés discriminatório aos movimentos sociais”. Fomos verificar: a Agência Brasil publicou 39 matérias de 15/05 a 16/06, abrangendo o período da campanha salarial da categoria até a decisão do Ministério do Trabalho de multar a Companhia do Metrô pela demissão de grevistas. De acordo com a leitora, a chamada de uma das matérias, “Greve dos metroviários volta a causar transtorno aos paulistanos”, publicada no segundo dia da paralisação (06/06), “reproduz a lógica da mídia comercial na cobertura do movimento dos trabalhadores. O conteúdo mantém este foco. Não se buscou nenhuma fonte do sindicato ou dos trabalhadores”.

A matéria, que começou com a observação de que “a cidade de São Paulo vive um verdadeiro caos hoje”, apresentou um resumo do funcionamento reduzido nas diversas linhas do Metrô, reproduziu informações da Companhia do Metrô sobre a movimentação dos grevistas, manifestantes e policiais em duas estações, relatou as ações tomadas pelas autoridades para reforçar as modalidades alternativas de transporte e citou dados da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET) sobre o congestionamento no trânsito.

Em resposta à demanda, a Diretoria de Jornalismo da Agência Brasil informou: "Gostaríamos de registrar que durante a greve dos metroviários em São Paulo, a Agência Brasil publicou diversas matérias sobre a paralisação da categoria. Foram publicados textos com as reivindicações do movimento, as negociações com a empresa, decisões judiciais e demissão dos grevistas. Neste caso, a agência também produziu material sobre os impactos da greve na cidade, levando em conta que milhares de moradores dependem do transporte na capital paulista". Os links de alguns dos textos foram fornecidos.

Um levantamento da cobertura confirma os argumentos da Diretoria de Jornalismo. Ao contrário do que afirmou a leitora, de que a cobertura de apresentou um viés discriminatório, desconsiderando a posição do sindicato e os grevistas, 19 das 39 matérias (49% - quase a metade) citaram as reivindicações e os argumentos da categoria e dos manifestantes que a apoiaram.

A ênfase nos transtornos é um dos aspectos apontados pelos críticos que acusam a mídia de “criminalizar” os movimentos sociais. Na opinião de Leopoldo Volanin, professor de história da Rede Pública do Estado do Paraná, a tendência da grande mídia é de tratar os movimentos sociais como “irresponsáveis que atentam contra as leis do mercado e trazem prejuízos para a economia e a ordem pública”. Sobre a greve dos metroviários, o levantamento encontrou 9 matérias (23%) com referências aos transtornos que a greve provocou. Os altos índices de lentidão de trânsito na zona central da cidade foram mencionados em 5 dessas matérias.

A ênfase nos transtornos foi o tema dominante nos depoimentos dos populares citados nas reportagens. A Agência Brasil entrevistou ao todo dez passageiros cujos deslocamentos diários foram afetados pela paralisação durante os cinco dias da greve propriamente dita (05 a 09 de junho). Todos relataram as dificuldades que enfrentaram nos percursos de ida e volta de casa para o trabalho ou para a escola. Nenhum deles opinou sobre a causa dos grevistas. Possivelmente, porque os repórteres não lhe tenham perguntado. Nenhum outro cidadão foi consultado fora dos dias da paralisação. Ficou, portanto, o retrato de um público cuja atitude em relação à greve é de usuários incomodados com as consequências que o movimento causou ao sistema de transporte da cidade.

Outro aspecto que também costuma ser associado à “criminalização” recebeu mais atenção e neste ponto a reclamação da demandante pode ter mais fundamento. Segundo o autor citado acima: “Substitui-se a notícia das razões das manifestações pelos confrontos com a polícia. Conhece-se um movimento a partir do confronto”. Em 15 (38%) das matérias publicadas pela Agência houve referências aos tumultos que aconteceram durante a greve, particularmente no início e no fim do movimento, e à demissão de grevistas, presumivelmente em consequência da sua participação nestes tumultos.

Quando examinamos as fontes das quais originaram as informações sobre os tumultos, foi encontrada a seguinte distribuição:

Metroviários e dirigentes do Sindicato dos Metroviários: 4 vezes; autoridades do governo federal: 4 vezes (incluindo declarações da presidenta Dilma, do ministro da Secretaria-Geral da Presidência da República, do superintendente do Ministério do Trabalho em São Paulo e de um dos desembargadores do Tribunal Regional do Trabalho que considerou a greve abusiva); e autoridades do governo estadual: 7 vezes (incluindo declarações do governador e do secretário de Transportes

Metropolitanos e notas da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos, da Companhia do Metrô e da PM). Como se vê, os participantes da greve foram ouvidos, porém foram ouvidos menos que fontes oficiais: 27% contra 73%.

CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NA COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Crítério de noticiabilidade – ou valor-notícia – é um valor subjetivo que determina a importância que um fato tem para ser noticiado. Pode-se considerar diversos aspectos como sendo de importância, dentro de critérios técnicos consagrados no jornalismo. Os chamados “critérios de noticiabilidade” são comuns à maioria dos veículos de comunicação, mas o profissional, por experiência ou intuição, poderá considerar um fato relevante para se tornar notícia. No entanto, o jornalista que tomou a decisão sempre terá que ser capaz de definir o critério de importância que atribuiu ao fato, dentro de argumentos jornalísticos - o interesse público é o principal deles, tanto no campo público como no privado. Os argumentos para a decisão da pauta deverão ser suficientes para sustentar a notícia perante o editor, e, em última instância, perante os consumidores da notícia. Neste contexto, uma pergunta orientadora poderá ajudar o jornalista a perceber se o principal foco da pauta é mesmo o interesse público, ou se a notícia poderá sofrer desvios no percurso da comunicação. A partir do critério de noticiabilidade e valor-notícia, a Ouvidoria propõe um exercício de análise sobre a seguinte matéria que ocupou, mesmo que de forma randômica, o espaço dedicado a manchetes na Agência Brasil:

[Mantega confirma que vai anunciar medidas de incentivo à indústria amanhã](#)

O ministro da Fazenda, Guido Mantega, confirmou hoje (17) que medidas serão anunciadas amanhã durante Fórum Nacional da Indústria. O encontro está previsto para ocorrer no Palácio do Planalto, às 15h. Mantega não antecipou que tipo de incentivo pode ser apresentado ao setor industrial. “Nós ainda estamos elaborando as medidas. Falo com vocês amanhã [sobre as medidas]”, disse. Diante da insistência dos jornalistas que fazem a cobertura diária no Ministério da Fazenda para que as mudanças fossem anunciadas, o ministro respondeu bem-humorado: “Posso falar com vocês hoje às 16h30 [durante o jogo entre Brasil e México]”. Ele não quis fazer nenhum prognóstico sobre o resultado da partida que abre a segunda rodada da Copa do Mundo, em Fortaleza, às 16h, pelo Grupo A no Castelão, em Fortaleza. Mantega deve assistir ao jogo no Ministério da Fazenda, em Brasília. O encontro com empresários, amanhã, em Brasília, será realizado dois dias depois da Confederação Nacional da Indústria (CNI) anunciar que a confiança do empresário industrial caiu

para o nível mais baixo, em mais de quatro anos. Segundo levantamento divulgado pela CNI, o Índice de Confiança do Empresário Industrial registrou 47,5 pontos em junho. Com o resultado deste mês, o indicador está no mesmo nível de janeiro de 2009, auge da crise financeira internacional. De acordo com a CNI, a desconfiança só não é menor do que a registrada em janeiro de 1999, quando o país enfrentava a crise cambial provocada pela desvalorização do real. Naquele mês, o índice chegou a 46,5 pontos.

Diante de todas as negativas do Ministro, podemos considerar que não havia em suas declarações algo que pudesse ser considerado como valor-notícia. Ainda assim, podemos argumentar, a favor da pauta, que a declaração do ministro, afirmando que “Nós ainda estamos elaborando as medidas”, oferece um dado novo, o que também é um critério de valoração da notícia.

O título da matéria saiu exatamente da interpretação desta frase, pelo menos conforme se vê no texto da matéria, porque não há referência alguma sobre ter sido feita uma pergunta que levasse à referida “confirmação”. Então, cabe aqui a clássica pergunta orientadora: o que vamos dizer; para quem; como e por que (objetivo)? Na comunicação pública, uma forma de se medir o “desvio de percurso” é observar o que historicamente se tem feito na mídia privada. Não que tenhamos sempre que divergir, mas quando o assunto não tem grande peso de noticiabilidade é bom observar o comportamento dos veículos que historicamente trabalham pela perspectiva comercial, muitas vezes relegando o valor-notícia a segundo plano.

Os principais jornais deram a mesma notícia e alguns reproduziram o texto da Agência Brasil. Nos dois últimos parágrafos, o texto da matéria destaca a pesquisa sobre o Índice de Confiança do Empresário Industrial, indicando que o empresariado não está confiante. A matéria não esclarece sobre a metodologia ou métrica da pesquisa, cujo título já denota um certo subjetivismo. Como se mede a confiança e por que o governo deve adotar “medidas de incentivo” para solucionar isso - perguntaria o leitor comum, forma clássica de o jornalista alinhar o prumo de sua comunicação. E mais: para quem estamos falando e com que objetivo?

Jornalistas que já passaram por veículos de empresas privadas sabem que é comum a imprensa ser usada para “mandar recados” ao governo em nome de interesses privados; que é hábito insistir e comprometer autoridades com pontos de vista ou decisões que esperam ver confirmadas - os casos mais ostensivos, que são muitos, já

fazem parte do acervo de conhecimento e bibliografia do Jornalismo, dispensando mais comentários.

A ênfase com que o assunto foi divulgado na grande imprensa, somada ao baixo nível de noticiabilidade, mais o grau de relevância restrito a um público específico apontam para a necessidade de a mídia pública pensar em uma forma própria de abordar os fatos da economia. Na comunicação pública, as perguntas são um importante indicador.

EQUILÍBRIO NA COBERTURA DA FASE PRÉ-ELEITORAL

A Agência Brasil está atuando de forma equilibrada e correta no que diz respeito à cobertura dos acontecimentos nesta fase pré-eleitoral. O noticiário sobre os resultados das convenções partidárias e/ou a indicação de candidatos à presidência não favorece esta ou aquela sigla, como prova a cobertura da indicação do candidato considerado “nanico”, e que mereceu referência na primeira página da ABr de hoje: “PSDC escolhe José Maria Eymael para disputar a Presidência”.

O candidato foi tratado de forma equânime pela repórter da Agência, sem nenhum tipo de especulação sobre suas reais possibilidades eleitorais. A matéria inclusive destaca vários pontos da campanha do PSDC. No quadro Saiba Mais, que relaciona outras matérias ligadas às eleições, outra demonstração de imparcialidade quando trata do assunto: PTC oficializa apoio à candidatura de Aécio Neves.

Igual comportamento foi adotado na cobertura do lançamento da candidatura Eduardo Campos, onde a agência fala, inclusive, em “clima de festa”, registrado em foto. Essa atitude de isenção e imparcialidade deve ser mantida, para reafirmar o caráter de independência que distingue o jornalismo da empresa pública.

No entanto, no mês de julho houve um pequeno desajuste que pode ser atribuído a um fato que tem merecido a atenção da Ouvidoria – a qualidade do texto dos títulos, conforme pode ser visto na seção do mês de julho deste relatório.

PORTAL EBC

A Ouvidoria recebeu manifestação do Conselheiro Takashi Tome: “Olá. Gostaria de saber por que é que, ao efetuar uma pesquisa no portal, as matérias não vêm em ordem cronológica. Gostaria de saber também como faço para vê-las em ordem cronológica inversa (mais recentes primeiro)”.

Resposta da Sucom:

“A exemplo de outros mecanismos de busca na internet, a Busca EBC oferece resultados organizados a partir de um algoritmo que busca avaliar relevância perante as palavras-chave inseridas pelo visitante. Ainda que a proximidade de datas seja um fator de ganho de relevância no critério de organização dos conteúdos listados, a ordem cronológica não está disponível. Caso o visitante deseje, pode delimitar os resultados por data, opção disponível acionando o botão “Qualquer data”, o qual abre uma janela em que é possível definir a pesquisa delimitada ao último dia, há uma semana, há um mês, há um ano ou em período definido pelo usuário. É fato que o funcionamento do mecanismo precisa de aprimoramento. Não há porém, prazo seguro para essas melhorias. Críticas como a apresentada e integrante do Conselho Curador, contribuem para definir recursos que podem vir a ser desenvolvidos.”

Observação da Ouvidoria:

A Ouvidoria gostaria de endossar a solicitação do integrante do Conselho Curador, Takashi Tome. Na própria Ouvidoria, sentimos falta de um critério mais prático para definir as pesquisas no Portal. E, sem a pretensão de alterar os conceitos do sistema adotado, não poderíamos deixar de emitir nossa opinião favorável a uma ordem cronológica inversa – as mais recentes em primeiro lugar, como diz o Conselheiro. E esta é também uma demanda dos jornalistas que trabalham na EBC. Ao considerar que as palavras-chaves inseridas pelo visitante podem determinar a relevância na organização dos conteúdos pesquisados, o sistema atual cria uma possibilidade de equívoco não intencional. A Ouvidoria não entende o motivo de uma demanda que vem de diversos usuários não sensibilizar a Sucom para rever seus argumentos, por mais competentes que sejam.

SISTEMA DE RÁDIOS

NOVAMENTE O VIÉS COMERCIAL NA PAUTA

Sob a chamada “Empresas investem em segurança de dados e contra ataques hackers”, o programa *Revista Brasil*, veiculado na Rádio Nacional de Brasília, no dia 25 de junho, entrevista um consultor de segurança digital. O programa segue a tendência já detectada em maio, de falta de delimitação entre o assunto da pauta e o viés comercial. Na chamada pelo portal da rádio, o ouvinte é induzido a pensar que a entrevista vai dar dicas e falar sobre os cuidados para obter segurança dos dados digitais e outros assuntos relacionados à internet. Mas não é o que acontece. A chamada diz que “Empresas do setor privado, preocupadas com suas imagens, têm investido em se proteger contra os ataques de hackers e os furtos de dados online. Por causa da Copa do Mundo, quando os olhos estão voltados ao Brasil, estes cuidados foram redobrados com intensificação da procura por serviços de segurança da informação (...)”.

Ao escutar o programa é que se percebe que é mais do que informação. O entrevistado fala sobre os cuidados de proteção dos ativos digitais do Brasil, enfatiza que atua mais para o público empresarial, mas que as pessoas tem que saber que é importante a proteção de informações, senhas, acessos porque há muitos casos de fraudes eletrônicas. Em seguida, o entrevistador dá a deixa para a divulgação da empresa: “para conhecer a empresa que o senhor está à frente, qual o encaminhamento, doutor?” E o entrevistado responde informando o site da empresa e a entrevista segue adiante até o encerramento, quando, novamente o apresentador/entrevistador finaliza: “ele que está à frente desta empresa que oferece aí as soluções de consultoria para evitar a ação daqueles que atacam as redes de dados do nosso país”. Esta Ouvidoria registra que a entrevista no programa teve abordagem indevida e ressalta mais uma vez a importância de normas de conduta e capacitação profissional para evitar um problema que vem se tornando recorrente.

Julho
2014MONITORAMENTO E ANÁLISE DE
CONTEÚDO

TV BRASIL

A BOA NOTÍCIA É SEMPRE UM ÓTIMO SINAL

O telespectador Diogo da Silva Oliveira, do Rio de Janeiro, encaminhou mensagem à Ouvidoria no dia 4/07 (proc. 1332-TB-2014) reclamando sobre ausência de sinal em alta definição na transmissão da TV Brasil e desabafou: “quando poderemos voltar a assistir aos programas da TV Brasil em alta definição aqui no Rio? De repente, perdemos a possibilidade de acompanhar a boa programação de vocês com excelente qualidade técnica de som e imagem. Pode parecer bobagem, mas mesmo assim quis expressar minha opinião. Grato pela atenção”. A mensagem dele chegou na sexta-feira, e antes mesmo que a Ouvidoria desse conhecimento à Susup o problema foi resolvido. Para nossa surpresa, o telespectador escreveu à Ouvidoria para dar a boa notícia – o mais comum é escreverem para reclamar de problemas e raramente nos dão retorno sobre a solução. O entusiasmo com que Diogo comemora o pronto atendimento e a gentileza de nos comunicar deve servir de estímulo a todos os que trabalham para garantir da qualidade da imagem da TV Brasil – inclusive a Ouvidoria, que avisa quando os problemas acontecem. Na segunda mensagem, o telespectador queria apenas agradecer (proc. 1343-TB-2014):

"Gostaria apenas de agradecer a todos da EBC, equipe da Ouvidoria e ao setor técnico da emissora pelo rápido reestabelecimento do sinal em alta definição no canal 41 (2.1 virtual) da TV Brasil-RJ. Ao chegar em casa e ligar na emissora por volta das 17 horas desta quinta-feira (03-07-2014), pude assistir ao "Sem Censura" com ótima qualidade de imagem em HD, além do (sempre) ótimo conteúdo. Espero que possamos contar sempre com essa qualidade. OBRIGADO!!!"

TV BRASIL SEM ÁUDIO

O programa “Brasilianas.org”, apresentado às segundas-feiras pelo jornalista Luís Nassif, ficou sem áudio durante um bloco inteiro na edição do dia 14/07, pelo menos em várias regiões do DF, conforme rápido levantamento feito pela Ouvidoria. O áudio sumiu no primeiro intervalo, às 20h22, e permaneceu assim até o segundo intervalo, às 20h42, totalizando 20 minutos – um tempo longo o suficiente para que providências

fossem tomadas, o que em geral ocorre nos primeiros minutos do problema. O que terá acontecido?

SEM CENSURA: RECLAMAÇÕES SOBRE O MESMO PROBLEMA

A transcrição das reclamações registradas nos processos abaixo tem por objetivo chamar a atenção para um assunto recorrente e que desta vez ganhou repercussão nas redes sociais – a forma como a apresentadora do programa *Sem Censura* trata os convidados que discordam de sua opinião.

O professor da UFF Marcos Alvito (processo 1324-TB-2014) relatou o tratamento descortês que recebeu no programa e teve a solidariedade de seus seguidores nas redes sociais. A Ouvidoria analisou os programas citados pelos entrevistados e constatou que as reclamações têm fundamento- e esta não é a primeira vez que reclamam. Aliás, o assunto já foi tema de relatório de Ouvidoria por mais de uma vez, com base em reclamações semelhantes. A Ouvidoria considera que situações desfavoráveis como essa – e que certamente são replicadas e ampliadas nas redes sociais – prejudicam fortemente a imagem da TV Brasil e deveriam ser fruto de preocupação por parte dos responsáveis pelo programa. A descrição de uma telespectadora que em 2013 reclamou à Ouvidoria (processo 2680-TB-2013) dá a dimensão exata do problema:

“Não sou jornalista, embora meu filho seja e de quem já recebi várias informações técnicas e acadêmicas acerca da profissão. Embora não seja jornalista, tenho formação superior e experiência de vida que me dão lugar a esta crítica que faço à apresentadora D. Leda Nagle, mais especificamente à sua atuação no referido programa. Venho alimentando meu desapontamento com a atuação da jornalista. Não são dois ou vinte programas que quase me fizeram sentar frente ao computador para enviar essa crítica. Como vivemos dias de indignação mais profunda, penso que hoje foi o meu dia do grito que começa assim: é de forma explícita que Leda Nagle expõe sua intolerância com certos entrevistados, assim como sua maior ou menor admiração pelo assunto trazido por convidados; dá mimos aos que lhe são simpáticos e palavras ácidas aos que não lhe são tão afetos assim, em flagrante demonstração que a técnica jornalística para ela talvez faça do programa uma conversa de comadres, quando na verdade ele ocupa o primeiro lugar em qualidade e quantidade de entrevistados de grande interesse popular, e mais: diariamente! Interrompe, opina, fala de si, desconfia e desafia, ou seja, comporta-se de forma que a revela como mal-educada, como foi o caso de hoje, dia 09/07/2013. (...) Importuna, intolerante e

grosseira seriam os três adjetivos que hoje rotulam D. Leda Nagle, apresentadora de um excepcional programa que, sem censura, está aberto a críticas como esta que agora fiz. Maria Augusta Barbosa.”

Nos quadros abaixo, as mensagens do professor entrevistado e da escritora que também já passou por desconfortos no programa e que se manifestou à Ouvidoria em solidariedade ao professor. O programa *Sem Censura* tem um público fiel e merece atenção em seus pontos frágeis para que esteja de acordo com os princípios da comunicação pública, ampliando sua possibilidade de audiência.

Processo 1324-TB-2014: “Sou Marcos Alvito. Fui convidado a participar do Programa *Sem Censura* do dia 2 de julho de 2014, para falar do livro “A Rainha de Chuteiras - um ano de futebol na Inglaterra”. Esperei pacientemente a minha vez de ser entrevistado. Resolvi fazer uma observação, todavia, para discordar da opinião da apresentadora. Embora eu o estivesse fazendo de forma educada, tive a minha fala cortada abruptamente e de forma rude ela comentou que eu estava fazendo um "discurso político" e que iria poder continuar depois do intervalo. Depois do intervalo ela deu a palavra a outra pessoa. Ao final, me entrevistou por um breve tempo, se dirigiu a mim com aspereza e, enquanto eu respondia fez questão de marcar seu desprezo retocando a maquiagem à frente de todos.”

Processo 1338-TB-2014: “Lamentável o que aconteceu com o professor Marcos Alvito no último dia 02/07 no programa *Sem Censura*, da Leda Nagle, quando foi falar sobre seu livro "A Rainha de Chuteiras". A entrevistadora foi agressiva e se esmerava em discordar grosseiramente do entrevistado, não o deixando falar. O mesmo aconteceu comigo, quando fui ao programa no dia 08/09/2011, falar do meu livro "Simonal - quem não tem swing morre com a boca cheia de formiga". Já achamos normal os jornalistas que nos entrevistam não ler (nem a orelha) de nossas obras. Até aí, vá lá, toleramos (embora seja uma aberração). Mas a sra. Leda Nagle sair com a máxima "não li e não gostei" e ainda tratar mal seu convidado é algo bizarro. De dar nojo. Trata-se de algo cada vez mais rotineiro no programa eterno desta entrevistadora.”

UM MUTIRÃO PELA QUALIDADE

A edição de 22 de julho do *Repórter Brasil* (tarde) começou primorosa. No entanto, no segundo bloco, uma falha técnica comprometeu o trabalho e apontou para uma urgência: a necessidade de se verificar a origem dos problemas que estão afetando a transmissão do telejornal e que precisam de atenção por parte dos coordenadores,

supervisores, editores. A apresentadora, no segundo bloco, ficou 5" (o que em televisão é quase uma eternidade) parada e muda esperando por algo que certamente estaria ocorrendo na switcher, já que a imagem no telão atrás dela não era a da matéria que seria apresentada, sendo trocada em seguida. O texto da cabeça, lido pela apresentadora, era uma repetição do texto de abertura da matéria e, ao final, um corte brusco fez parecer que a matéria não havia terminado. Os telejornais são os principais produtos da TV Brasil e os que têm por princípio a condição de melhor realizar o que a EBC define como missão. A Ouvidoria recomenda que se faça um mutirão de qualidade em torno dos telejornais, trabalhando-se pela capacitação dos novos empregados, pela atualização profissional dos antigos, promovendo cursos e outros eventos que ajudem a qualificar cada vez mais esses produtos.

AGÊNCIA BRASIL

Um título mais ou menos atraente, ou mais criativo, pode induzir o leitor a ler ou não o texto de uma matéria. O título existe para chamar a atenção do maior número possível de leitores. Mas, no caso de uma agência como a Agência Brasil, que faz jornalismo público e busca a imparcialidade, há casos em que se deve abrir mão da originalidade ou de qualquer artifício que possa atrair mais leitura para determinada matéria em proveito de outra, que trata do mesmo assunto. É o caso, por exemplo, da cobertura eleitoral, especialmente do noticiário sobre os pleitos estaduais.

A Agência e o Portal optaram por trazer informações sobre as eleições para os governadores, com o número de eleitores, os candidatos e um breve perfil econômico, cultural e alguns dos desafios que os governadores eleitos terão pela frente.

No dia 28 de julho, segunda-feira, foram veiculadas matérias sobre os sete estados da região Norte. No dia 29 de julho foi a vez dos nove estados da região Nordeste. No dia 30 de julho, as matérias foram sobre as eleições no DF e os três estados da região Centro-Oeste. No dia 31 de julho, as matérias foram sobre as eleições para a região Sudeste. No dia 01 de agosto, fechando a série, a abordagem foi para os três da região Sul.

A Ouvidoria chama a atenção para o cuidado com a questão dos títulos, que não devem parecer estar privilegiando determinado Estado ou região. A decisão de padronizar os títulos, fornecendo basicamente o número de eleitores e quantos

candidatos estão na disputa, pode ser monótona ou considerada insuficiente. No entanto nos pareceu acertada dada as circunstâncias. Talvez este seja o único caminho possível para esse tipo de cobertura que deve tratar de forma igualitária os colégios eleitorais, independentemente do seu tamanho, e relacionar em seguida o número de eleitores, o que serve para indicar a maior ou menor dimensão eleitoral de cada Estado.

Mas houve exceções, quebrando esse paradigma estabelecido pela própria agência. No conteúdo produzido para a região Norte, um título que destoia é o que se refere ao Estado de Roraima.

Roraima - [Desafio de candidatos é tirar PIB de Roraima da última colocação entre estados](#)

No conteúdo produzido para a região Nordeste, diferem do padrão os títulos das matérias para a eleição dos estados da Bahia, do Ceará e de Pernambuco.

Bahia - [Na Bahia, desafio do futuro governador é gerir maior economia do Nordeste](#)

Ceará - [Próximo governador do Ceará administrará economia em ascensão e PIB de R\\$ 105 bi](#)

Pernambuco - [Futuro governador de Pernambuco terá desafio de melhorar indicadores sociais](#)

Os títulos das matérias ou exaltam a economia, caso da Bahia (no caso, aceitável, pois se trata de uma constatação) ou aparentam um otimismo com o PIB em ascensão no Ceará. Já em Pernambuco, a matéria ressalta antes os problemas do futuro governador, entre eles a melhoria da renda familiar e os problemas na área da Saúde e Educação. Ou seja, especula sobre o futuro. E parece contraditória com a informação, constante do texto, de que o PIB do estado cresceu acima do PIB nacional.

A advertência sobre a eleição em Pernambuco fica ainda mais estranha se comparada com o título escolhido para o pleito alagoano, que segue o padrão geral:

Alagoas - [Candidatos a governo de Alagoas disputam preferência de 1,9 milhão de eleitores](#)

A matéria sobre esse estado traz, já no primeiro parágrafo, a informação de que "o futuro governador de Alagoas terá pela frente o desafio de administrar o estado com o maior índice de violência do país, com 64 homicídios para cada 100 mil habitantes, enquanto que a média nacional é 29 por 100 mil habitantes, segundo dados do Mapa da Violência. O futuro governador terá de encarar o pior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do país, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)."

Para esse tipo de cobertura eleitoral, uma vez definido um padrão para os títulos, ele deve ser estendido aos demais conteúdos da mesma natureza, evitando os dados que poderão levar à percepção de que o jornalista, a partir da seleção da informação, está evidenciando um juízo de valor.

Mas cabe ressaltar que a Agência Brasil e o Portal da EBC estão prestando com qualidade o serviço prometido sobre a cobertura do processo eleitoral de 2014, destinando igual espaço para todos os candidatos. Na repercussão das sabatinas realizadas por veículos, portais ou entidades como a CNI, tem dado igual espaço para distintas candidaturas. Com uma importante prestação de serviços, a Agência e o Portal têm produzido vários conteúdos com informações do TSE sobre o pleito, matérias sobre voto biométrico, funcionamento da urna eletrônica e dados do eleitorado (número de eleitores, escolaridade, gênero e faixas etárias).

PRISÃO DE ATIVISTAS ENVOLVENDO SERVIDORA DA EBC

Até o final da tarde do dia 15/07 a Agência Brasil tinha publicado 12 matérias sobre as prisões dos ativistas sem citar o nome de Joseane Freitas, funcionária da EBC que também foi presa. O nome dela finalmente foi divulgado em uma matéria publicada às 18h42 sobre uma manifestação contra as prisões em frente do Tribunal de Justiça do Rio.

As razões para a publicação foram apresentadas no final dessa e de outra matéria publicada mais tarde: "A Agência Brasil está noticiando as prisões dos manifestantes desde o último final de semana. O nome da funcionária não foi divulgado nas matérias anteriores seguindo normas do Manual de Jornalismo da EBC, que recomenda a preservação da identidade de pessoas consideradas suspeitas de um crime. Diante da divulgação do nome da funcionária por outros órgãos, como o Sindicato dos Jornalistas do Município do Rio de Janeiro, e com autorização da família, a agência passou a divulgar a identidade da funcionária. A EBC está acompanhando o caso

envolvendo Joseane Freitas”. No entanto, os nomes de alguns dos outros ativistas presos, particularmente da advogada Eloysa Samy Santiago e da ativista Elisa Quadros Sanzi (a “Sininho”), já haviam sido divulgados em matérias anteriores, no contexto de declarações feitas pela polícia ou pelos advogados encarregados de defendê-las. Os presos na Operação Firewall estão sendo acusados pela Delegacia de Repressão a Crimes de Informática da Polícia Civil do Rio de formação de quadrilha para praticar atos de violência nas manifestações desde junho do ano passado, mas as provas necessárias para indiciá-los por esses crimes ainda estavam sendo colhidas – uma flagrante arbitrariedade por parte do Estado, denunciada por diversas entidades de defesa dos direitos humanos.

O jornalismo costumava valer-se de seu poder de publicizar os fatos, inclusive citando os nomes das vítimas do arbítrio, para ajudar a proteger seus direitos. As normas do Manual devem ser respeitadas, mas não devemos esquecer que todas as regras são passíveis de exceção, considerando-se o contexto. No entanto, a Ouvidoria entende que é muito difícil seguir por um caminho contrário ao que toda a mídia está acostumada a fazer e que vem fazendo neste e em outros casos.

O SENTIDO DAS PALAVRAS NA NARRATIVA JORNALÍSTICA

A notícia impactante do dia 17/07 foi a explosão do avião da Malaysia Airlines com 298 passageiros, quando sobrevoava a Ucrânia. A primeira informação que circulou nos principais sites de notícias do Brasil e do mundo foi a de que o avião havia explodido no ar, e as imagens já circulavam na internet. A repercussão imediata veio do presidente da Ucrânia, Petro Poroshenko, afirmando que o avião teria sido alvo de um “ataque terrorista”. Uma declaração que traz implícito o peso do contexto político na região. O Governo da Ucrânia acusa Moscou de apoiar e armar os rebeldes separatistas, o que é negado pelo presidente russo, Vladimir Putin. O conflito entre tropas oficiais e separatistas pró-russos já contabilizava mais de 400 mortos no leste da Ucrânia, causando tensão entre a Rússia e as potências do Ocidente.

No Portal da EBC, a declaração do presidente ucraniano foi relatada da seguinte forma: [“Governo ucraniano admite que avião desaparecido pode ter sido abatido”](#). O verbo “admitir”, na língua portuguesa, é empregado no sentido de “assumir”, “confessar” e se aplica a frases de sentido negativo, implicando em responsabilidade daquele que “assume”. O emprego do verbo estaria correto se, antes, o presidente ucraniano houvesse negado a hipótese de atentado; aí sim caberia “admitir” como tendo retrocedido no que dissera antes. Parece apenas uma questão de retórica, mas

é um pouco mais que isso. A matéria ficou no ar tempo suficiente para provocar a impressão, entre os que acompanhavam a notícia, de que o avião teria sido atingido por um míssil ucraniano. As matérias seguintes, embora corretas do ponto de vista da informação, não deixavam transparecer a dimensão do fato na narrativa. Quanto a se referir a um “avião desaparecido”, pode ter sido um lapso de atenção, já que havia a informação de que o avião havia “desaparecido dos radares” – isso explica, embora não justifique.

JORNALISMO NÃO PODE SER AVALISTA DE INTENÇÕES

O jornalista não pode se deixar seduzir por promessas – nem de projetos que garantem que... , nem de autoridades que afirmam que... Os fatos, a memória, a investigação dos acontecimentos, os dados concretos é que são a garantia da boa informação. E mesmo assim ainda corre-se o risco de errar. Como então se pode garantir, contra todas as evidências, que a decisão da PM de dobrar o efetivo em uma das regiões mais violentas do Rio vai dar “tranquilidade aos moradores”? Na matéria da Agência Brasil que no título diz que “PM dobra efetivo no Complexo do Alemão para dar tranquilidade aos moradores”, a reportagem poderia apenas informar sobre a decisão da PM, e então acompanhar os fatos para ver no que a promessa iria dar. Até porque será muito difícil promover a anunciada tranquilidade quando a própria matéria diz que o comércio local permanece fechado; 11 escolas estão sem aulas, e que neste domingo duas pessoas morreram e um policial ficou ferido em tiroteio, certamente no histórico “confronto entre policiais e traficantes”.

Creditar a tranquilidade das comunidades à decisão da PM é fazer acreditar que o problema é apenas de polícia. E as últimas notícias sobre a atuação de policiais não têm sido das mais tranquilizadoras. O que temos visto pela imprensa é que o nome Unidade de Polícia Pacificadora – UPP, tem-se mostrado uma estratégia de marketing que já esgotou seu prazo de validade, suplantada pela atuação de uma polícia que não apresenta diferenças substanciais em relação à polícia simplesmente repressora da qual se pretendia que as UPPs fossem o oposto. Matérias publicadas pela Agência Brasil mostram que a realidade nas favelas onde foram instaladas as UPPs continua marcada pela violência. É preciso que o jornalista tenha distanciamento crítico sobre as verdades prontas que recebe. Jornalismo investigativo também é questionar o que parece óbvio.

MONITORAMENTO E GESTÃO DA INFORMAÇÃO: COPA DO MUNDO E MANIFESTAÇÕES

Uma pesquisa sobre a cobertura da Agência Brasil na Copa do Mundo, no período de 12/06 a 13/07, revela os seguintes resultados referentes a matérias disponíveis em arquivo:

Matérias sobre a Copa: 1061

Matérias com referências a protestos e/ou manifestações: 217

Matérias com referências a protestos e/ou manifestações com confrontos: 34

Uma verificação constata, por exemplo, que há matérias com referências aos protestos/manifestações que são comentários de autoridades, especialistas e organizações empresariais ou não governamentais sobre a natureza e os impactos destes eventos, reações à prisão de participantes, etc. Mas o conteúdo da maioria das reportagens corresponde a relatos sobre os eventos.

Portanto, podemos afirmar que 20% da cobertura enfocaram este aspecto da Copa, e que deste percentual de reportagens, 16% trataram de protestos/manifestações que envolveram confrontos com policiais. No que diz respeito à abrangência geográfica da cobertura das manifestações/protestos, a Agência divulgou informações de todas as cidades sedes da Copa, com a maior concentração no Rio de Janeiro, seguida por São Paulo e Belo Horizonte. Na abordagem dos confrontos, Belo Horizonte ficou em primeiro lugar, seguida por Rio de Janeiro e São Paulo. Em comparação com a cobertura feita pelo site da Folha de S. Paulo, sobre o qual foi possível levantar dados para o mesmo período, verificamos que a Folha de S. Paulo publicou um total de 3435 matérias sobre a Copa, das quais 195 (6%) faziam referência às manifestações/protestos; deste percentual, 32% trataram de confrontos com policiais. Daí se conclui que houve um destaque maior das manifestações/protestos na cobertura da Agência Brasil. Dentre as matérias voltadas para este tema, porém, os relatos de confrontos com policiais foram maior na cobertura da Folha de S. Paulo.

SISTEMA DE RÁDIOS

ESTRATÉGIA DE RECEPÇÃO: DO *TEMA LIVRE* AO PROGRAMA *ALÔ DAISY*

O rádio tem uma forma especial de apresentar seus conteúdos, diferenciando-se positivamente de outras mídias. No chamado jornalismo hard news, por exemplo, uma necessária redundância no texto faz com que o ouvinte entenda a notícia a qualquer momento em que ligue o rádio ou mude de estação, mesmo que pegue a informação já em andamento. A palavra redundância, embora no uso comum carregue o sentido de indesejável repetição, no texto radiofônico organiza-se apenas como retomada da mesma informação, dita de outra forma, para encaminhar o dado novo. Nos programas de entretenimento, a coloquialidade dos comunicadores faz com que os ouvintes se sintam parte de uma conversa espontânea, natural. Talvez por isso o rádio passe incólume pelas múltiplas e rápidas transformações tecnológicas da contemporaneidade, sendo ainda considerado estratégico em qualquer projeto de comunicação.

A Ouvidoria experimentou exercitar a audição comum, a exemplo do que faria qualquer ouvinte; em geral, analisamos produções gravadas, deslocadas do contexto natural de transmissão. Na falta de um aparelho de rádio – este sim já quase em extinção – acessamos a Rádio Nacional do Rio de Janeiro via internet, por volta das 10h15, e sintonizamos o *Tema Livre*, programa de debates de segunda a sexta, às 10h04, que se propõe a “trocar em miúdos os principais temas da atualidade”, como indica a chamada na página da rádio no Portal. A audição do programa foi que nos estimulou a esse exercício de análise.

Não ouvimos o começo do programa, onde as apresentações do tema e dos convidados certamente foram feitas. Aguardamos essas informações durante o tempo restante, mas não foi possível identificar exatamente o assunto principal do debate e quem eram os debatedores. Os participantes, inclusive o apresentador, chamavam-se apenas pelo primeiro nome. O debate acalorado entrava por diversos aspectos de diversos assuntos. Em um primeiro momento, tivemos a impressão de que se tratava de propaganda eleitoral fora de prazo, mas em seguida a contestação de um dos convidados deixou perceber que ali havia opiniões contrárias, embora não de forma facilmente identificável. As intervenções do apresentador confundiam-se com o debate. Em momento nenhum se levou em consideração um fato comum ao rádio: o ouvinte que por acaso passa por aquela estação e que, se gostar, resolve ficar. Ao

final do programa, as considerações finais tomaram um tempo excessivo e a apresentação rápida dos convidados não permitiu a referência e agradecimentos a todos.

10:55: *“Gostaria que cada um fizesse sua observação final, em um minuto, começando com o Ricardo Pop. (Ricardo Pop faz suas considerações)*

10:57: *Falou Ricardo! Muito obrigado por sua participação. Esse foi o Ricardo Pop, Coordenador Geral de Novas Mídias e Outras Linguagens de Participação, da Secretaria Geral da Presidência da República e responsável pelo Participa.br, ambiente on-line de participação do governo federal. Agora o Adriano de Angelis, por favor, a sua despedida. (Adriano de Angelis faz suas considerações)*

10:59: *Tá acabando o meu tempo aqui, Adriano. Muito obrigado, meu irmão. Este é Adriano de Angelis, Articulador de Redes de Inovação Audiovisual e Coordenador do Colégio Audiovisual do Distrito Federal. Tema Livre fica por aqui. Um grande abraço pra você e um ótimo fim de semana. Segunda-feira estamos de volta, às dez e cinco, até lá.*

Na hipótese de um ouvinte que tenha acessado a transmissão após os quatro primeiros minutos, não foi possível saber quem era a pessoa a quem tratavam, no debate, apenas por Vinícius. Depois conferimos a gravação e vimos que na abertura ele fora apresentado como Vinícius Braz Rocha, animador de rede, convidado a participar no estúdio.

O vazamento de ruídos no estúdio também foi notado – cochichos do próprio locutor, provavelmente com alguém da técnica ou com o convidado, som de chamada de telefone ao fundo. Pode-se pensar na hipótese de que os ruídos ambientes tenham tido a intenção de realçar a participação do público ou entrevistados por telefone, ou algo semelhante; no entanto, para o ouvinte, a impressão é incômoda, principalmente quando o locutor cochicha com alguém. Fica parecendo uma transmissão descuidada. O lado positivo disso é a constatação de que os equipamentos dos estúdios da rádio não são apenas modernos e bonitos, mas têm grande potência de captação de áudio.

Continuando nossa audição, acompanhamos uma edição do jornalístico *Nacional Informa*, manchetes rápidas dos principais assuntos do dia. Depois uma chamada: “vem aí mais uma temporada de *Contos no Rádio*. Grandes autores dos dias atuais em peças originais de radioteatro.” Em um curto esquete, semelhante a uma peça

publicitária em estilo antigo, o texto fez referência ao jornal de concursos e empregos Folha Dirigida. Não entendemos o sentido da peça. Se eventualmente o texto remontava a algum período ou autor do passado (a primeira edição da Folha Dirigida data de 1985), isso deveria ser referido em algum momento da chamada, do contrário torna-se incompreensível para grande parte do público. Seria um apoio cultural do Grupo Folha Dirigida à atração que vai estreiar? Provavelmente sim; já que a Ouvidoria observou a repetição do mesmo esquete em cinco momentos da programação ao longo do dia. Caso seja mesmo isso, o apoio deveria ser explicitado em texto próprio, como de praxe. Segue a transcrição:

(Mulher) Márcia! Marcinha! Márcia! Vamos brincar? Cadê você?

(Homem) Não tem ninguém aqui, criatura. E não vai chegar ninguém, não tá vendo? As ruas estão vazias. Alguma coisa de fantástico está acontecendo e nós somos testemunhas disso. Talvez as únicas.

(Mulher) O seu mal, Mariano, é que você não encara a vida de frente. Você tá empurrando o nosso noivado com a barriga. Quer vencer no cansaço. Mas eu não caso, ouviu? Não caso sem seu nome sair na Folha Dirigida.

(Homem) Você quer dar um tempo?

(Mulher) Eu quero dar um prazo!

Na sequência, ouvimos o programa *Alô Daisy*, que nos surpreendeu pelo roteiro, pelo ritmo e pela forma como a apresentadora se referia a temas polêmicos, demonstrando empatia com o que provavelmente seria a opinião dos ouvintes, sem fazer proselitismo de qualquer natureza. Até mesmo a seção “fofocas”, que poderia tangenciar o enaltecimento de celebridades, primou pela referência a aspectos humanos e singelos da vida de pessoas famosas. Aquela edição do programa cumpriu bem o seu papel, sendo informativo, com entrada de repórteres ao vivo, e de entretenimento, conduzido de forma agradável pela apresentadora, com segurança na comunicação, e sem se distanciar da forma coloquial, simples e amena.

Mas alguns aspectos precisam ser pontuados: em diversos momentos os vazamentos de áudio de conversas e de telefone no estúdio – como igualmente ocorreu no programa *Tema Livre* - dão a impressão de descuido e tornam a audição incômoda. O cansaço aparente na voz da apresentadora também é um ponto a se trabalhar; se este é um programa tradicional das rádios da EBC, deve-se ter com ele os cuidados

necessários para que amplie sua audiência e se consolide junto a faixas diversas de ouvintes. Esses cuidados incluem serviço de fonoaudiologia – e não apenas para a apresentadora, mas também para repórteres em geral; maior atenção técnica no estúdio e com os conteúdos apresentados.

Quanto ao roteiro, uma ressalva: em determinado momento, a apresentadora convida uma cozinheira a dar uma receita, ditando e depois repetindo longamente os ingredientes e modo de preparo de um prato. O quadro destoa do restante do programa, criando um afrouxamento no ritmo. Ao final, a apresentadora indica que os ouvintes que não conseguissem copiar a receita poderiam escrever “uma cartinha”, que seria respondida. A referência a escrever uma carta é muito simpática, mas deveria ser adicional à indicação de que a receita poderia ser encontrada na página do programa na internet – isso no caso de se considerar alguma pertinência em ditar uma receita pelo rádio. No geral, o programa é leve, agradável e talvez tenha uma audiência que justifique estar no ar há mais de 40 anos, merecendo investimento em suas fragilidades. Um bom exemplo, neste caso, é a trajetória de Hebe Camargo, que morreu aos 83 anos no auge do sucesso em sua carreira. O sucesso não é apenas uma questão de talento pessoal; é antes uma estratégia que requer um certo investimento.

ELOGIOS PARA AS RÁDIOS TAMBÉM CHEGAM À OUVIDORIA

Os ouvintes do sistema de rádios da EBC manifestam a aprovação ao trabalho desenvolvido pelos profissionais que fazem as oito emissoras da empresa. O ouvinte Ruy Bezerra Ciarlini (processo 21-MA-2014), de localidade não informada, enviou a seguinte mensagem: “Venho elogiar o excelente programa Todas as Vozes que estreou na Rádio MEC AM do Rio de Janeiro, com o excelente Marco Aurélio. O Amaury Santos também é muito bom, mas o novo programa está demais! Parabéns pela iniciativa”. Mas ele também declara sua dúvida em relação à migração das rádios AM para FM e indaga: “Teremos duas Rádios MEC? Como ouço ambas em diferentes momentos do dia, não gostaria de perder nenhuma delas. Quando ocorrerá essa migração aqui no Rio de Janeiro? Grato pela atenção e a qualidade do trabalho que vocês vêm desenvolvendo (...)”.

A ouvinte Maria de Fátima (processo 26-MA-2014) de Duque de Caxias/RJ, também enviou mensagem parabenizando o programa: “sou professora da Rede Municipal de Duque de Caxias – RJ. Estou em recesso escolar e, portanto, tive a oportunidade de ouvir nestas manhãs de junho o programa “Todas as Vozes” onde o apresentador

(Marco Aurélio?) demonstra muita lucidez para conduzir os temas importantes, interessantes e atuais”.

Entre os nove que elogiaram está a ouvinte Tânia de Rezende Cozzi (processo 27-MA-2014), do Rio de Janeiro/RJ que entrou em contato com a Ouvidoria para dizer que ficou emocionada com a referência da rádio ao seu pai: “Um agradecimento emocionado ao Marco Aurélio sobre o programa de hoje falando sobre "As Vozes do Rádio" e, especialmente à referência ao meu pai – Oduvaldo Cozzi. Em nome da família, um abraço”.

E o ouvinte colombiano Rafael Rodriguez, de Bogotá (processo 126-OC-2014), elogia e envia o relatório de recepção para solicitar o cartão QSL. Alberto Costa de Almeida, de localidade não informada (processo 85-MF-2014) faz elogios e solicita uma informação: “parabéns pelo ótimo trabalho realizado frente às rádios públicas e TVs públicas. Melhorou muito, porém gostaria de saber por que não está disponibilizando mais os podcasts dos programas já veiculados (Som Infinito) na rádio MEC FM? Muito obrigado, aguardo contato”.

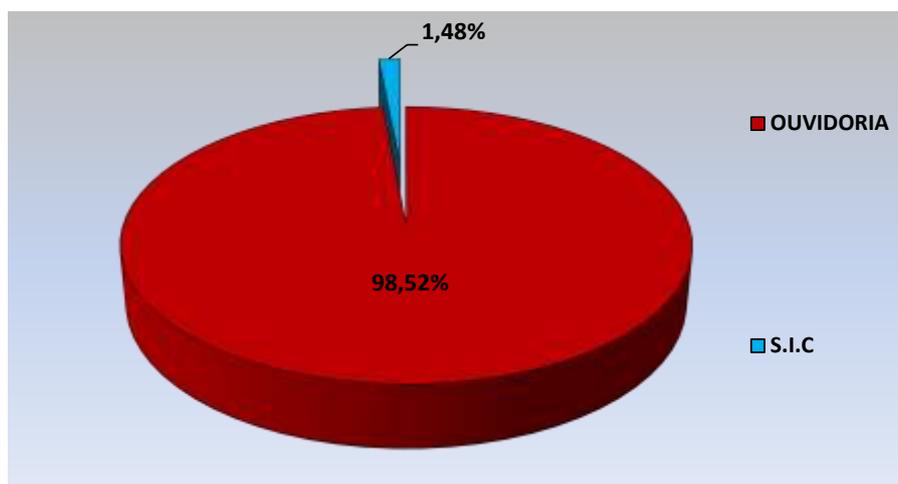
Luís Carlos Borges de Lima (processo 50-RJ-2014), do Rio de Janeiro/RJ manda abraços ao apresentador e elogios ao programa “Puxa o Fole”. Marcelo Gomes de Mattos, (processo 57-RJ-2014), de Santa Cecília do Sul/RS parabeniza “o grande Rubem Confete, pelo programa”. E garante: “O programa está show!”



QUANTITATIVO DE ATENDIMENTO NO TRIMESTRE

A Ouvidoria da EBC contabilizou durante os meses de maio, junho e julho 2.019 atendimentos, são 1.989 referentes ao atendimento da Ouvidoria e 30 do Serviço de Atendimento ao Cidadão – SIC.

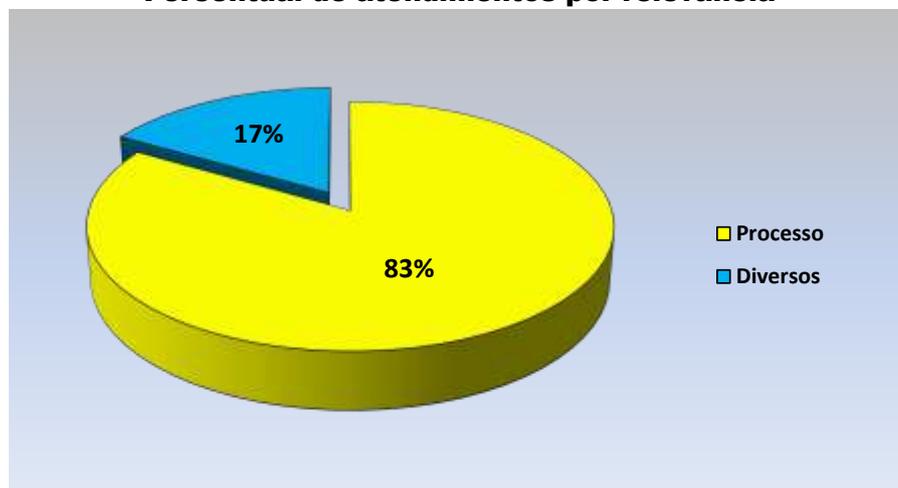
Percentual de atendimentos no período



FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Dos 1.989 atendimentos relacionados à Ouvidoria, 1.659 (83%) geraram processos por terem assuntos relacionados aos veículos da EBC. As 330 manifestações (17%) foram respondidas aos usuários sem abertura de processo, são classificadas como “Diversos” por não se referirem a assuntos pertinentes à EBC.

Percentual de atendimentos por relevância



FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

As 1.989 manifestações que geraram processos distribuem-se entre os veículos conforme demonstrado abaixo:

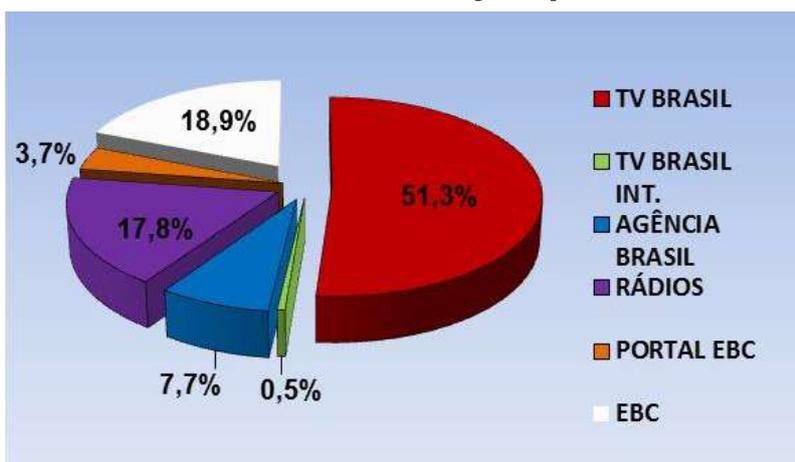
Manifestações por veículo

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	851	51,3%
EBC	314	18,9%
RÁDIOS	295	17,8%
AGÊNCIA BRASIL	128	7,7%
PORTAL EBC	62	3,7%
TV BRASIL INTERN.	9	0,5%
TOTAL	1659	100%

FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

No gráfico abaixo, o percentual de manifestações de acordo com a distribuição entre os veículos:

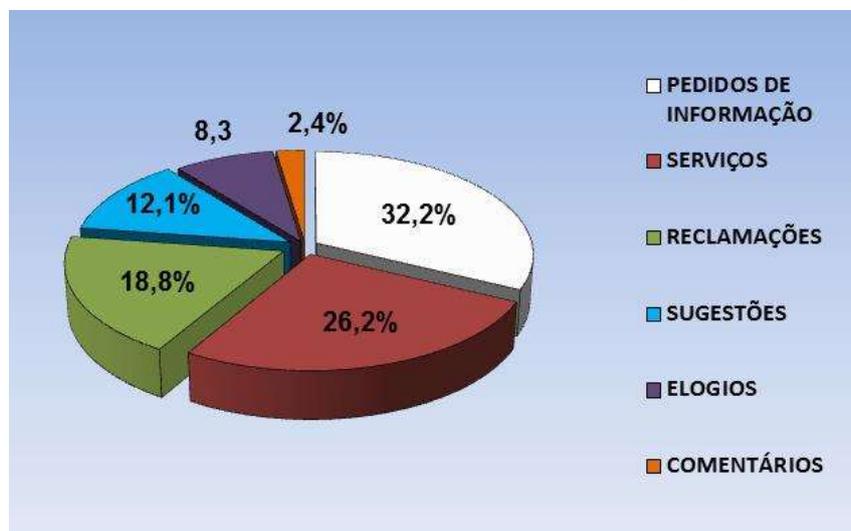
Percentual de manifestações por veículo



FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Os elogios, sugestões, comentários, pedidos de informação e serviços totalizam 81,2% dos atendimentos no mês, contra 18,8% das reclamações.

Percentual das manifestações por categorias



FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

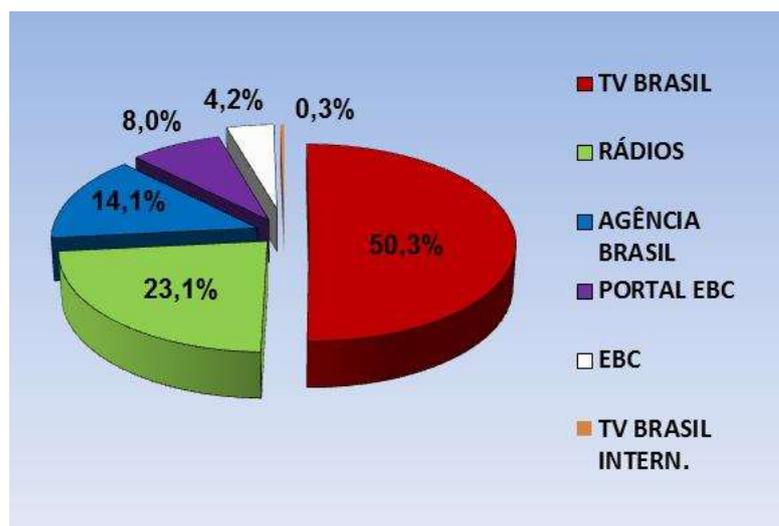
Reclamações

Na tabela, o quantitativo e o percentual das manifestações registradas como “reclamação”, e a mesma informação no gráfico, para visualização mais imediata:

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	157	50,3%
RÁDIOS	72	23,1%
AGÊNCIA BRASIL	44	14,1%
PORTAL EBC	25	8,0%
EBC	13	4,2%
TV BRASIL INTERN.	1	0,3%
TOTAL	312	100%

FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Percentual de reclamações por veículo



FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

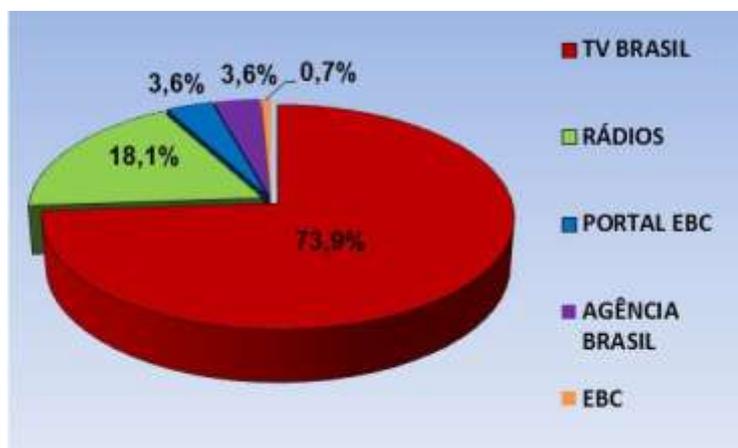
Elogios

Na tabela, o quantitativo e o percentual das manifestações registradas como “elogio”, e a mesma informação no gráfico, para visualização mais imediata:

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	102	73,9%
RÁDIOS	25	18,1%
PORTAL EBC	5	3,6%
AGÊNCIA BRASIL	5	3,6%
EBC	1	0,7%
TV BRASIL INTERN.	0	0,0%
TOTAL	138	100%

FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Percentual de elogios por veículo



FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

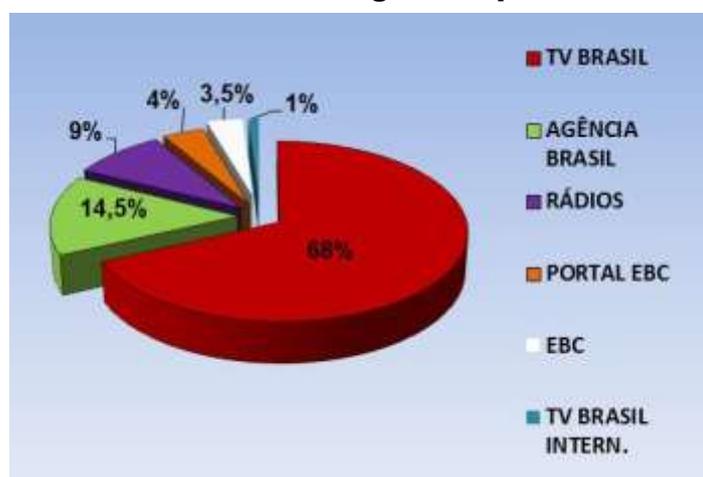
Sugestões

Na tabela, o quantitativo e o percentual das manifestações registradas como “sugestões”, e a mesma informação no gráfico, para visualização mais imediata:

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	136	68,0%
AGÊNCIA BRASIL	29	14,5%
RÁDIOS	18	9,0%
PORTAL EBC	8	4,0%
EBC	7	3,5%
TV BRASIL INTERN.	2	1,0%
TOTAL	200	100%

FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Percentual de sugestões por veículo



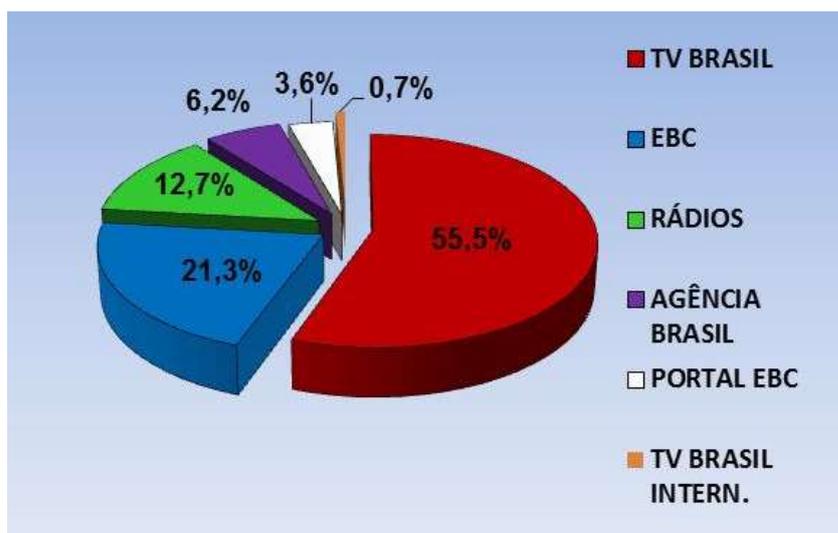
FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Pedidos de Informação

Na tabela, o quantitativo e o percentual das manifestações registradas como “pedidos de informação”, e a mesma informação no gráfico, para visualização mais imediata:

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	297	55,5%
EBC	114	21,3%
RÁDIOS	68	12,7%
AGÊNCIA BRASIL	33	6,2%
PORTAL EBC	19	3,6%
TV BRASIL INTERN.	4	0,7%
TOTAL	535	100%

FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Percentual de pedidos de informação por veículo

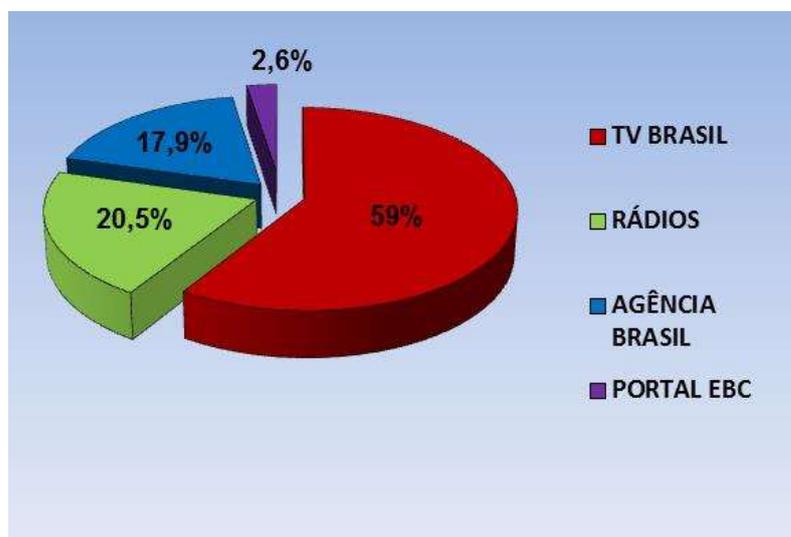
FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Comentários

Na tabela, o quantitativo e o percentual das manifestações registradas como “comentários”, e a mesma informação no gráfico, para visualização mais imediata:

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	23	59,0%
RÁDIOS	8	20,5%
AGÊNCIA BRASIL	7	17,9%
PORTAL EBC	1	2,6%
EBC	0	0,0%
TV BRASIL INTERN.	0	0,0%
TOTAL	39	100%

FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Percentual de comentários por veículo

FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

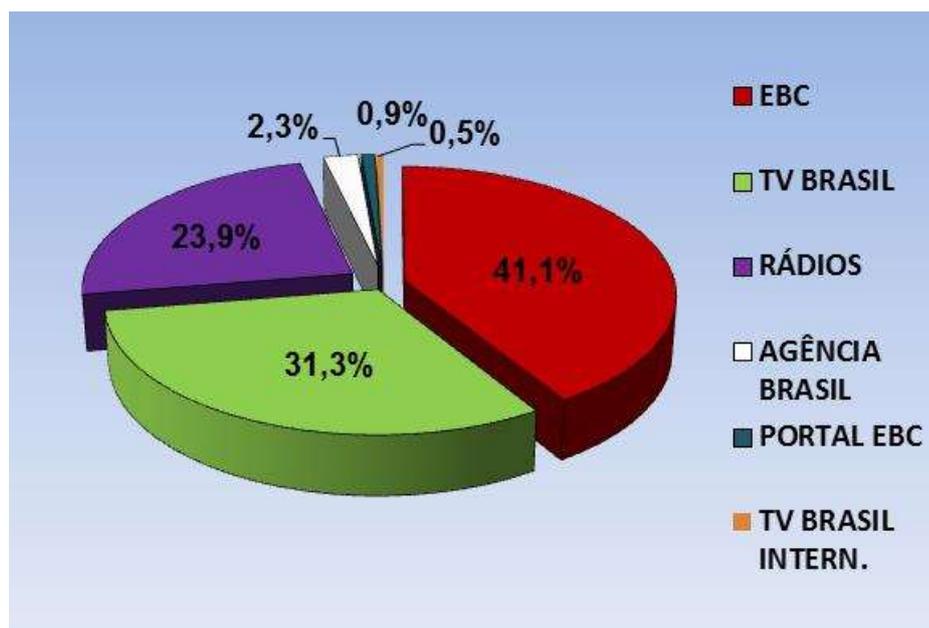
Serviços

Na tabela, o quantitativo e o percentual das manifestações registradas como “serviços”, e a mesma informação no gráfico, para visualização mais imediata:

VEÍCULO	QUANT	%
EBC	179	41,1%
TV BRASIL	136	31,3%
RÁDIOS	104	23,9%
AGÊNCIA BRASIL	10	2,3%
PORTAL EBC	4	0,9%
TV BRASIL INTERN.	2	0,5%
TOTAL	435	100%

FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Percentual de serviços por veículo



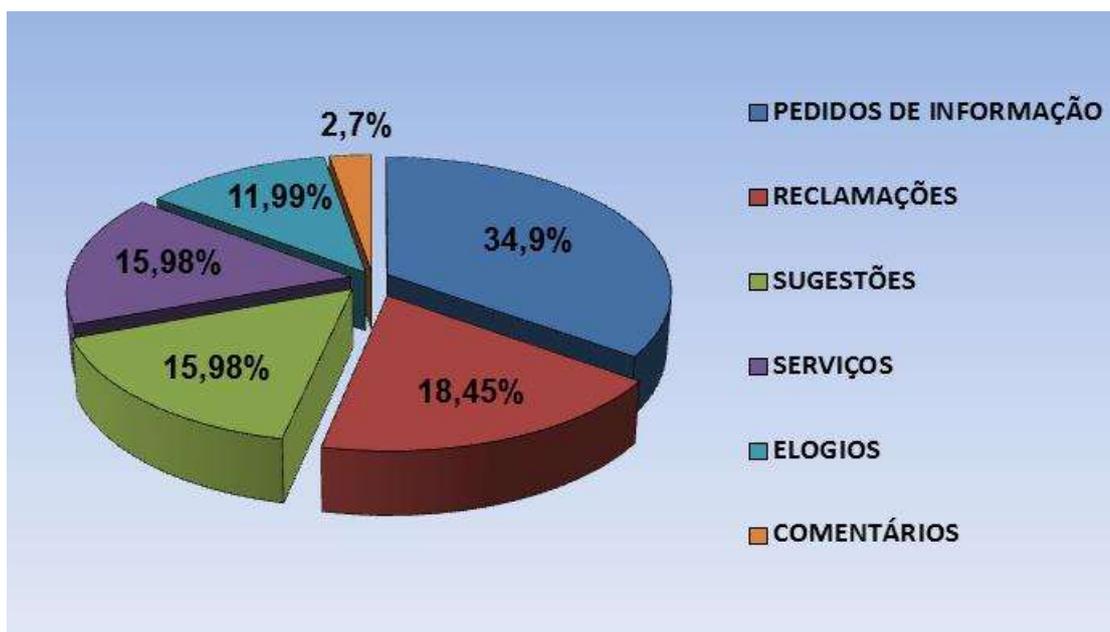
FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

QUANTITATIVO DE ATENDIMENTOS POR VEÍCULO

TV Brasil

A Ouvidoria recebeu 851 manifestações direcionadas à TV Brasil. Destas, o maior número é de pedidos de informação (297). Foram 157 reclamações, 136 serviços, 136 sugestões, 102 elogios e 23 comentários. O gráfico a seguir mostra a distribuição dos tipos de manifestações.

Percentual por tipos de manifestações

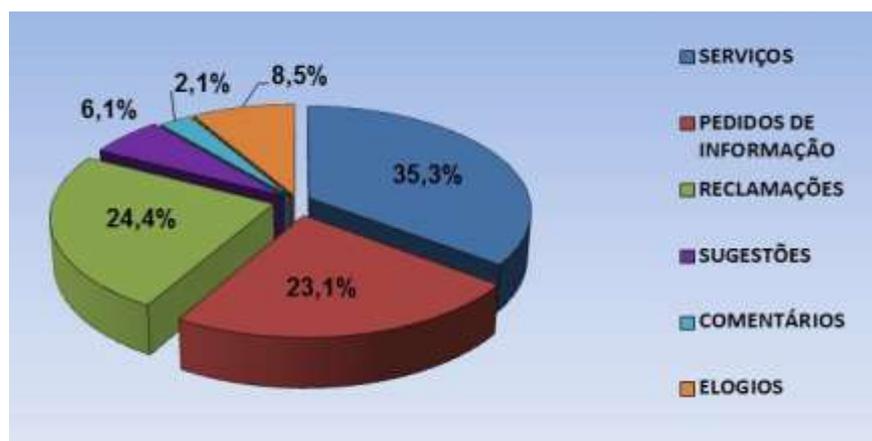


FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Sistema de Rádios

A Ouvidoria recebeu 295 manifestações dirigidas às rádios. A maior parte das demandas foi por serviços (104). Em seguida vêm as reclamações (72), pedidos de informação (68), elogios (25), sugestão (18) e comentários (8). O gráfico a seguir mostra a distribuição dos tipos de manifestações.

Percentual por tipos de manifestações



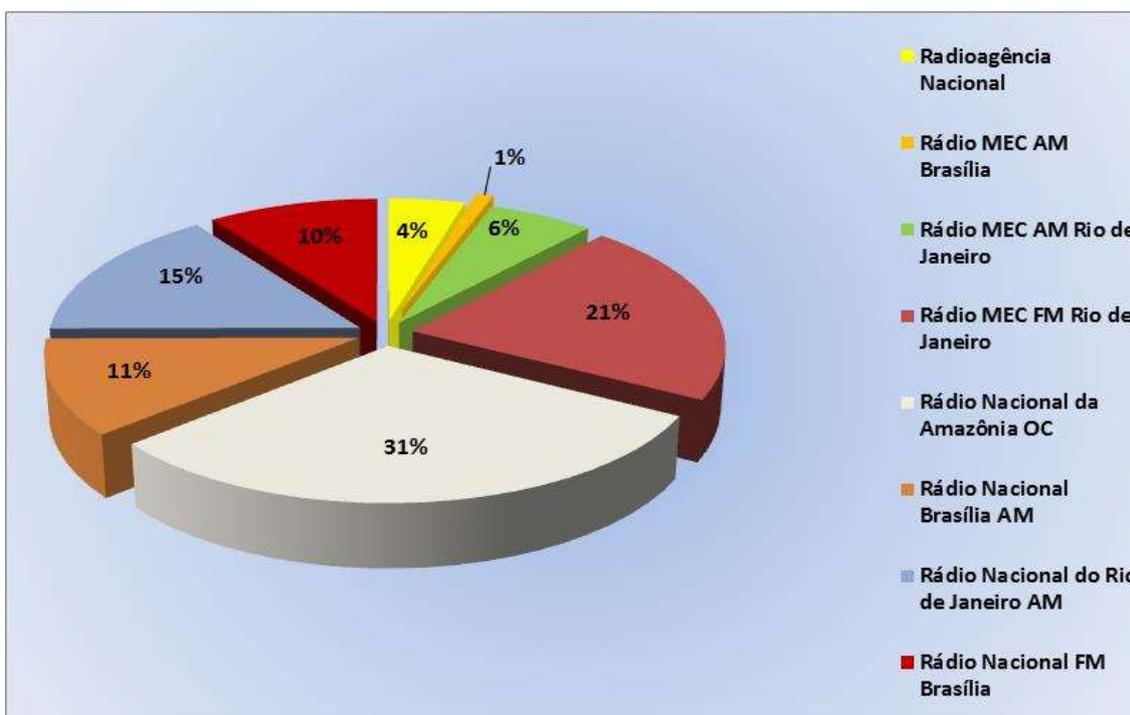
FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

VEÍCULO	Reclam.	Elogio	Suges.	Coment.	Serviço	Pedido	TOTAL	%
Radioagência Nacional	7	1	2	0	0	3	13	4%
Rádio MEC AM Brasília	2	0	1	0	0	0	3	1%
Rádio MEC AM Rio de Janeiro	3	7	1	2	1	4	18	6%
Rádio MEC FM Rio de Janeiro	25	3	4	0	6	25	63	21%
Rádio Nacional da Amazônia OC	8	4	3	0	70	6	91	31%
Rádio Nacional Brasília AM	10	1	3	0	11	8	33	11%
Rádio Nacional do Rio de Janeiro AM	8	8	4	5	9	11	45	15%
Rádio Nacional FM Brasília	9	1	0	1	7	11	29	10%
Rádio Nacional do Alto Solimões	0	0	0	0	0	0	0	0%
TOTAL	72	25	18	8	104	68	295	100%

FONTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

A rádio com maior quantidade de demandas é a Nacional da Amazônia OC (31%) seguida pela MEC FM Rio de Janeiro (21%), Nacional do Rio de Janeiro AM (15%), Nacional Brasília AM (11%), Nacional FM Brasília (10%), MEC AM Rio de Janeiro (6%), Radioagência Nacional (4%), MEC AM Brasília (1%). Não há registro de para Nacional do Alto Solimões. O gráfico a seguir apresenta a distribuição dos processos nas diferentes rádios da EBC.

Percentual de manifestações por rádio

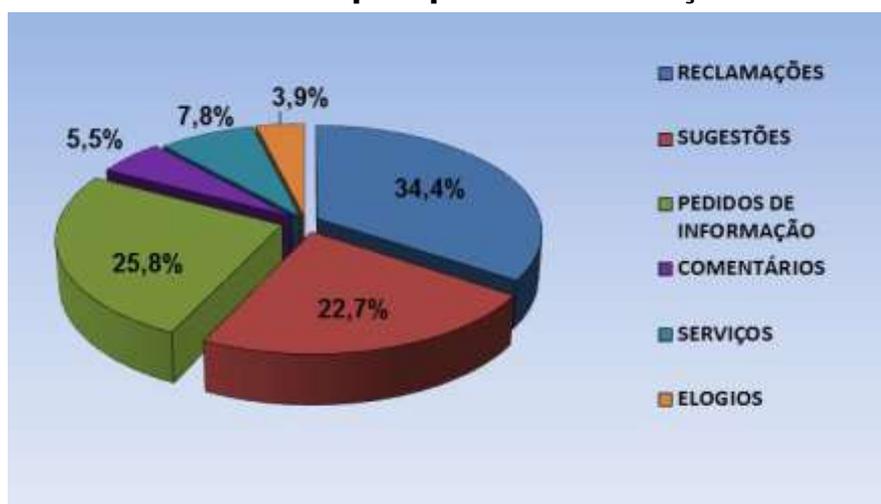


FORNTE: NAMBI – OUVIDORIA/EBC

Agência Brasil

A Ouvidoria recebeu 128 manifestações referentes à Agência Brasil. Deste quantitativo, 44 manifestações foram por reclamações, 33 pedidos de informação, 29 sugestões, 10 serviços, 9 sugestões, 7 comentários e 5 elogio. O gráfico a seguir resume a distribuição dos tipos de manifestações.

Percentual por tipos de manifestações

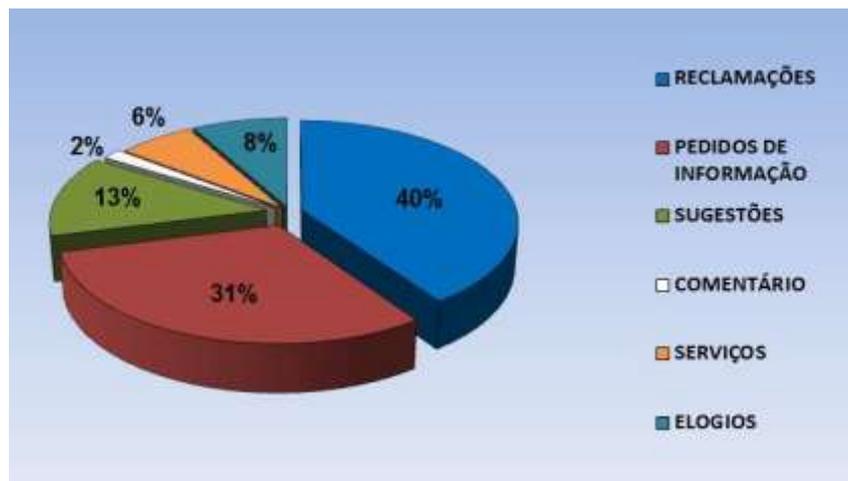


FORNTE: NAMBI– OUVIDORIA/EBC

Portal da EBC

A Ouvidoria recebeu 62 manifestações direcionadas ao Portal da EBC. Destas, o maior número é de reclamações (25). Foram 19 pedidos de informação, 8 sugestões, 5 elogios, 4 serviços e 1 comentário. O gráfico a seguir mostra a distribuição dos tipos de manifestações.

Percentual por tipos de manifestações

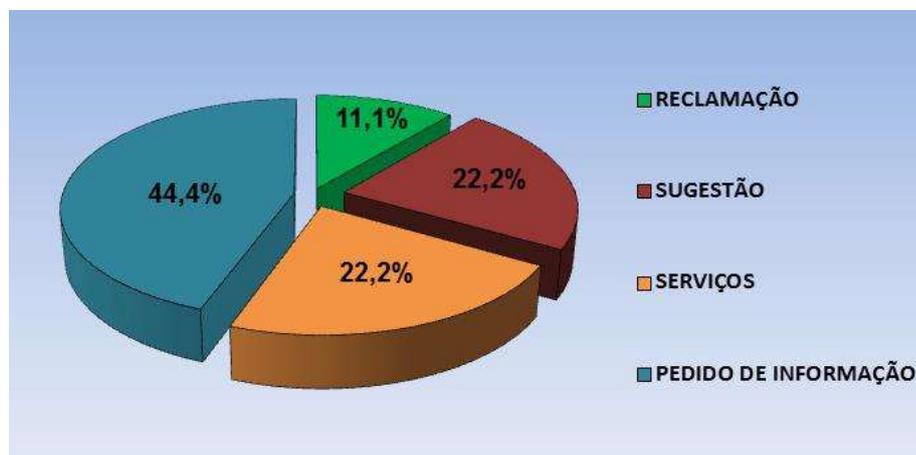


FONTE: NAMBI- OUVIDORIA/EBC

TV Brasil Internacional

A Ouvidoria recebeu 9 manifestações referentes à TV Brasil Internacional. Deste quantitativo, 4 manifestação foi por pedido de informação, 2 sugestões, 2 serviços e 1 reclamação. Não houve registro de elogio e comentário. O gráfico a seguir resume a distribuição dos tipos de manifestações.

Percentual por tipos de manifestações

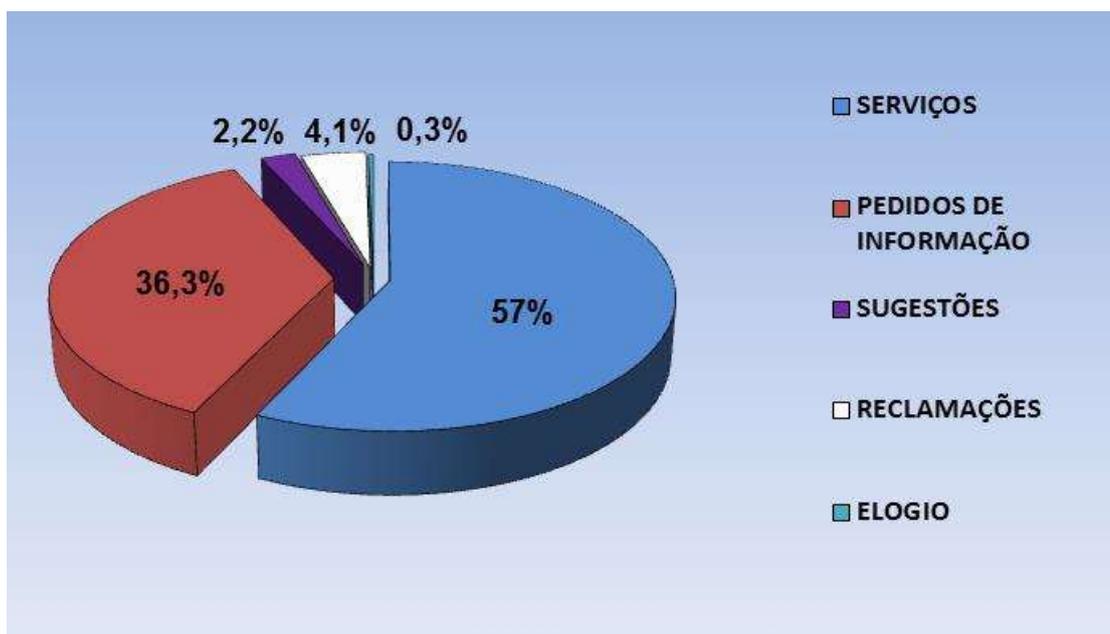


FONTE: NAMBI- OUVIDORIA/EBC

Empresa Brasil de Comunicação-EBC

A Ouvidoria recebeu 314 manifestações referentes à Empresa Brasil de Comunicação – EBC, que seriam adequadamente direcionados a um atendimento do tipo 0800 ou “fale conosco”; não são atendimentos característicos de Ouvidoria. Deste quantitativo, 179 manifestações foram por serviços, 114 pedidos de informações, 13 reclamações, 7 sugestão e 1 elogio. Não houve registro de comentários. O gráfico a seguir resume a distribuição dos tipos de manifestações.

Percentual por tipos de manifestações



FONTE: NAMBI- OUVIDORIA/EBC

Pendências no Atendimento

Os processos registrados nas categorias Elogio, Sugestão, Comentário e Serviços não dependem de um retorno da área para serem encerrados. A Ouvidoria envia uma resposta-padrão agradecendo ao usuário pela mensagem e informa que a manifestação foi enviada para o setor responsável, encerrando o procedimento. Os processos registrados como Pedidos de informação e Reclamações têm um tratamento diferenciado e dependem do retorno da área responsável para que sejam encerrados. O prazo de resposta das áreas para as manifestações é de 05 dias úteis, de acordo com a Norma 104 da Ouvidoria/EBC.

As tabelas a seguir relacionam período de maio, junho e julho os processos pendentes de resposta e aqueles que foram respondidos fora do prazo.

Veículos	Processos sem resposta no trimestre
TV Brasil	38
TV Brasil Intern.	1
Agência	3
Rádio	11
Portal	2
TOTAL	55

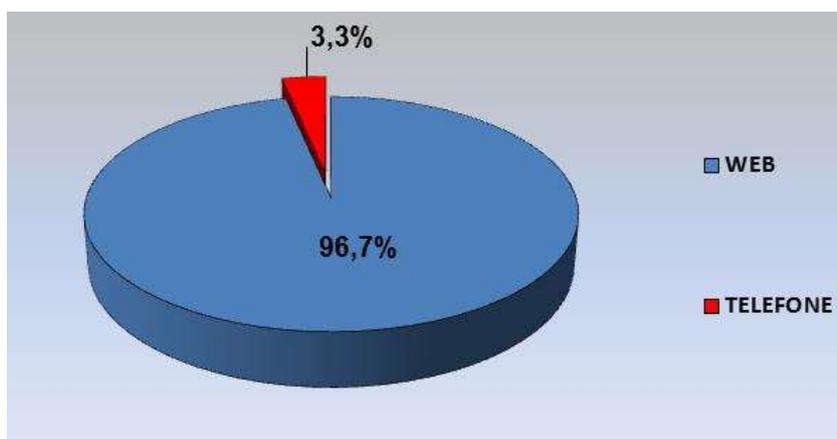
Veículos	Processos respondidos fora do prazo - 5 dias úteis
TV Brasil	27
TV Brasil Intern.	0
Agência	26
Rádio	15
Portal	3
TOTAL	71



SERVIÇO DE INFORMAÇÃO AO CIDADÃO – SIC

O SIC registrou 30 pedidos de informação nos meses de maio, junho e julho. Foram recebidos 29 via *web* (e-SIC) e 1 via telefone.

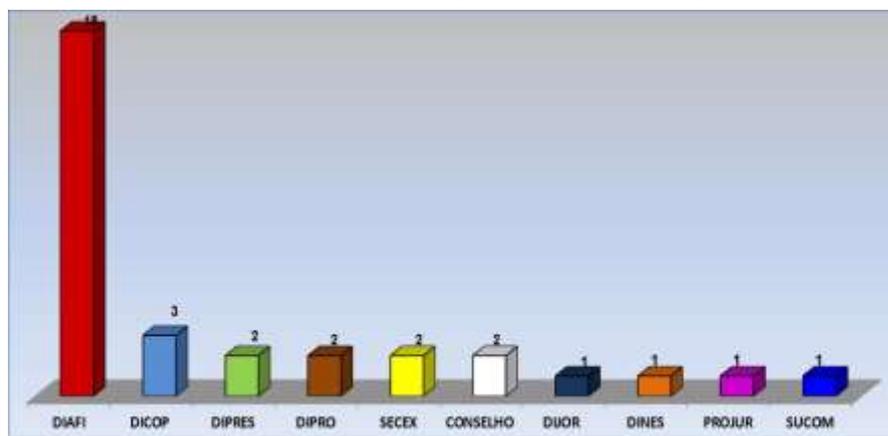
Pedidos de Informações por Meio de Acesso



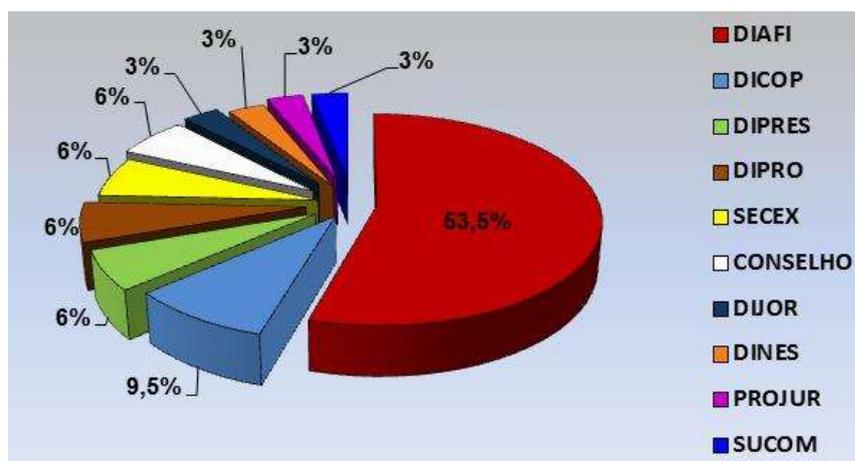
FONTE: E-SIC – OUVIDORIA/EBC

Os pedidos de informações registrados no trimestre são apresentados a seguir por área de competência, em dados absolutos e percentuais. Alguns pedidos foram enviados para diferentes áreas.

Pedido de informação por área de competência



FONTE: E-SIC – OUVIDORIA/EBC

Pedido de informação por área de competência

FONTES: E-SIC – OUVIDORIA/EBC

O prazo médio de resposta aos pedidos de informação do SIC/EBC nos meses de maio, junho e julho foi de 6,75 dias, em conformidade com o que estabelece a Norma 104 da Ouvidoria/EBC e a Portaria Presidente - 185–A/2012 de 24/05/2012, que estabelecem 5 dias úteis para resposta. A Lei de Acesso à Informação Nº 12.527 de 07 de Novembro de 2011 estabelece o prazo de 20 dias, prorrogáveis por mais 10 dias.

Dos 30 pedidos de informação registrados durante o referido período, 11 foram respondidos fora do prazo definido pela Norma 104 da Ouvidoria/EBC e a Portaria Presidente - 185–A/2012 de 24/05/2012.

Em maio, junho e julho foram registrados 9 recursos, distribuídos conforme a seguir: em maio, 4 recursos (dois em 1ª instância e dois em 2ª instância); em junho, 2 recursos, todos em 1ª instância; e em julho foram 3 recursos, um em 1ª instância, um em 2ª instância e um em 3ª instância, com recurso à Controladoria Geral da União – CGU.

As tabelas a seguir expõem os processos por assunto, área encaminhada, data de abertura e data de resposta.

Legenda					
	No Prazo		Fora do Prazo		Pendente

MAIO

Atendimentos SIC						
Protocolo	Informação Solicitada	Área Responsável	Encaminhada	Encerrado	Dias	Prazo de resposta
99936000049201482	Gostaria de saber os valores recebidos dos salários de todos os Diretores da EBC no período de Dezembro de 2009 até Junho de 2012. Obrigado.	DIAFI	05/05/2014	13/05/2014	6	
99936000051201451	Solicito cópia do relatório de auditoria nº 08/2013, bem como dos documentos a ele relacionados. Solicito o envio por meio de cópias scaneadas.	AUDIN	14/05/2014	20/05/2014	4	
99936000052201404	Solicito informações acerca da forma de contratação e valores de remuneração dos apresentadores e comentaristas dos telejornais da TV Brasil - veículo de comunicação da EBC. Procurei os valores de remuneração na lista de empregados da empresa, mas não encontrei. Fui informado que eles são contratados como prestadores de serviço. Gostaria de ter acesso detalhado aos contratos firmados com tais profissionais e respectivos valores de remuneração. Atualmente, aparecem no telejornal os apresentadores Guilherme Menezes, Katiuscia Néri, Luciana Nascimento, Carla Ramos e Gustavo Minari. Como comentaristas, temos Emir Sader e Luis Nassif	DIAFI	16/05/2014	27/05/2014	7	
99936000053201441	Quanto foi repassado de verba para a EBC em 2013?	DIAFI	20/05/2014	27/05/2014	5	
99936000054201495	Quero saber quantas produtoras independente produziram videos para EBC em 2013? quais são elas e qual valor investido por produtoras?	DICOP DIAFI	20/05/2014	21/05/2014	1	
99936000055201430	Solicito que me mostrem o balanço patrimonial e orçamentário dos anos 2012 e 2013 da EBC. Eu havia feito esta solicitação à própria instituição, mas até agora não obtive retorno. Meu objetivo é acompanhar o desempenho da EBC, pois ela está vinculada à Presidência da República pela Secretaria de Comunicação Social. Quero exercer meu direito de cidadã. Agradeço a atenção e o bom atendimento	DIAFI	21/05/2014	03/06/2014	9	
99936000056201484	Solicito relatório com a receita anual total da EBC desde 2007 até 21 de Maio de 2014. Por gentileza, gostaria de além dos totais anuais, receber as receitas discriminadas com origem e valor.	DIAFI	21/05/2014	28/05/2014	5	
99936.000057201429	Sou candidata aprovada no concurso da EBC para o cargo de nível superior da área de Acervo e Pesquisa e gostaria de confirmar meu endereço, pois na época do concurso estava morando em outro estado. Já enviei meus dados por email, em 2013, mas preciso da confirmação. Meu endereço atual é Rua Rosa Antunes, 180 casa 17 - Vargem Pequena - Rio de Janeiro - Cep 22783-225 telefones para contato (21) 3596-6536 e (21) 98372-1819.	DIAFI	23/05/2014	30/05/2014	5	

Atendimentos SIC (Cont.)						
Protocolo	Informação Solicitada	Área Responsável	Encaminhada	Encerrado	Dias	Prazo de resposta
99936000058201473	Não sei se você teria como me ajudar ou pelo menos me informar a respeito do último concurso da EBC? Gostaria de saber a partir de quando a EBC vai chamar os aprovados do último concurso realizado no Rio de Janeiro para a função de Auxiliar Operacional. Pois tenho informação que a TV BRASIL do Rio de Janeiro contratou 10 prestadores de serviço temporário de uma empresa particular para a função de Auxiliar Operacional e os aprovados quando iram se chamados. Aguardo resposta se possível.	DIAFI	26/05/2014	30/05/2014	4	
99936000059201418	Gostaria de ter acesso, se houver, aos instrumentos de gestão arquivística da Empresa Brasil de Comunicação, tais como: Plano de Classificação e Tabela de Temporalidade de Documentos de Arquivo, onde conste os critérios para avaliação (prazo de guarda e destinação final) de documentos em suportes especiais (imagens estáticas e dinâmicas, vídeos, áudios, etc.)	DICOP DIAFI	27/05/2014	02/06/2014	4	
99936000060201442	A EBC pretende aumentar o quadro de contadores? Quantos contadores está previsto ser chamado no concurso de 2013? Vocês têm perspectiva de chamar o cadastro reserva? Existe contador terceirizado?	DIAFI	29/05/2014	02/06/2014	2	

JUNHO

Atendimentos SIC						
Protocolo	Informação Solicitada	Área Responsável	Encaminhada	Encerrado	Dias	Prazo de resposta
99936000062201431	"Dados sobre ocupantes das FCC de livre provimento, em 3 diferentes períodos, bem como dados acerca das pessoas jurídicas prestadoras de serviços à Rádio Nacional AM RJ, além de dados relativos aos responsáveis e executores dos programas da grade da rádio."1 - em outubro/2006 quais eram os ocupantes das antigas funções comissionadas (FCC) – gerenciais e de assessoramento - herdadas da Radiobras e ocupadas por pessoal de livre provimento na Rádio Nacional AM RJ? 2.1 informar nome completo, CPF e atividades desempenhadas por cada um de seus ocupantes; 2 em dezembro/2011 quais eram os ocupantes das antigas funções comissionadas (FCC) – gerenciais e de assessoramento - herdadas da Radiobras e ocupadas por pessoal de livre provimento na Rádio Nacional AM RJ? 2.1 informar nome completo, CPF e atividades desempenhadas por cada um de seus ocupantes; 3 em dezembro/2013 quais eram os ocupantes das antigas funções comissionadas (FCC) – gerenciais e de assessoramento - herdadas da Radiobras e ocupadas por pessoal de livre provimento na Rádio Nacional AM RJ? 3.1 informar nome completo, CPF e atividades desempenhadas por cada um de seus ocupantes; 4 - em maio/2014 quais eram as pessoas jurídicas prestadoras de serviços à Rádio Nacional AM RJ? 4.1 relacionar o nome completo e cpf dos empregados vinculados às pessoas jurídicas em questão e que atividades desempenhavam na Rádio Nacional AM RJ? 4.2 informar o valor dos contratos celebrados com as PJs em questão.	DIAFI	09/06/2014	24/06/2014	10	
99936000063201486	Sou estudante de jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e estou fazendo uma pesquisa sobre o impacto dos recursos da Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública nas emissoras. Mas existem alguns dados que estou com dificuldade de encontrar, como por exemplo os do processo movido pelo Sinditelebrasil e que vinha impedindo a distribuição desses recursos. Eu vi que no final do ano passado vocês conseguiram a liberação de uma parte, no entanto li uma entrevista do Nelson Breve em que me pareceu que os recursos estavam totalmente liberados. Vocês poderiam me enviar informações sobre como está o processo ou o número dele para que eu possa consultá-lo? Outra coisa, vocês tem informações sobre a regulamentação do artigo 32 da Lei nº 11.652 de 7 de abril de 2008? Se tiverem essas informações vocês irão me ajudar bastante, acredito que essa pesquisa irá contribuir bastante para evidenciar a importância desses recursos para a comunicação pública. Grata. Bruna Andrade	PROJUR	10/06/2014	11/06/2014	10	
99936000064201421	SOLICITEI NO DIA 06/06/2014 O ENVIO DA PÁGINA 47 DOS CLASSIFICADOS DO JORNAL O POVO (FORTALEZA-CE) IMPRESSO EM 04/06/2014. ESSA PÁGINA CONTÉM A PUBLICAÇÃO DE UM AVISO DE LICITAÇÃO. NECESSITAMOS IMPRIMI-LA PARA ACOSTAR AOS AUTOS DO PROCESSO LICITATÓRIO. OCORREU QUE NO SISTEMA PPL A PUBLICAÇÃO VEIO ILEGÍVEL. O LINK CONTIDO NO SISTEMA QUE NOS LEVA A VERSÃO DIGITAL DO JORNAL NÃO PERMITE A IMPRESSÃO PORQUE É NECESSÁRIO SER ASSINANTE PARA FAZER A TRANSAÇÃO. POR ISSO SOLICITAMOS NO E-MAIL ebcconfirmacao@gmail.com O ENVIO DA PÁGINA. QUEM NOS ATENDEU E PASSOU ESSE ENDEREÇO FOI O FUNCIONÁRIO VITOR. NÃO SABEMOS SE FOI ELE, MAS O FUNCIONÁRIO QUE RESPONDEU AO E-MAIL MANDOU UM "PRINT SCREEN" DO SITE DO JORNAL. RESPONDEMOS QUE NÃO PODERÍAMOS ACEITAR A FORMA ENVIADA E QUE FOSSE ENVIADO O PDF DA PÁGINA. DEPOIS DISSO NÃO RECEBEMOS QUALQUER POSIÇÃO. DIA 09/09/2014 LIGAMOS PARA A EBC E FALAMOS COM UMA FUNCIONÁRI QUE SE COMPROMETEU A ATENDER A SOLICITAÇÃO. NO ENTANTO, NÃO OBTIVEMOS RESPOSTA.	DINES	13/06/2014	16/06/2014	1	
99936000065201475	Divulgação de informações / Sou diretor geral da WebTV DC46, com sede na cidade de Guaratinguetá/SP. A DC46 é uma TV pela internet e de acesso livre, nosso público inclui pessoas de vários países, por isso temos o interesse em receber e poder divulgar informações que possam ajudar e orientar nossos telenautas. Sem qualquer fim lucrativo e visando a veracidade das informações, solicito a autorização para o uso delas, seja de forma direta ou pelo canais do youtube, os links são: https://www.youtube.com/user/TVNBR https://www.youtube.com/user/ebcnarede Já temos autorização para exibir, sem qualquer fim lucrativo, vídeos do Ministério das Comunicações - TV Minicom, Ministério do Turismo e TV Câmara dos Deputados em nossa grade de programação. Agradeço a atenção! Att, http://www.dc46.com.br "DC46 - A sua TV pela internet"	SUCOM	16/06/2014	20/06/2014	3	

Atendimentos SIC (cont.)						
Protocolo	Informação Solicitada	Área Responsável	Encaminhada	Encerrado	Dias	Prazo de resposta
99936000070201488	Orçamentos da EBC e da TV Brasil. Programação da TV Brasil / Com base na Lei de Acesso à Informação, venho solicitar, por favor, as seguintes informações:1) Quais os orçamentos da EBC e da TV Brasil para 2014, incluindo os grupos de despesas Pessoal e Encargos Sociais, Custeio, Investimento e Reserva de Contingência?2) Quais são os programas incluídos na grade de programação da TV Brasil no exercício de 2014 que se originam de contratos com empresas/produtoras nacionais? 3) Quais são os programas incluídos na grade de programação da TV Brasil no exercício de 2014 que se originam de contratos com empresas/produtoras internacionais?4) Quais são os valores de cada um dos contratos referentes aos itens 2 e 3? 5) Quais os nomes/razões sociais das empresas que firmaram cada um dos contratos nacionais e internacionais mencionados nos itens 2, 3 e 4?	DIAFI DIPRO DICOP DIJOR	23/06/2014	18/07/2014	19	
99936000071201422	Presença de Mulheres Negras na TV Brasil / Tendo em vista que um dos valores da TV Brasil é fortalecer a diversidade, gostaria de saber a porcentagem de mulheres negras que trabalham na emissora e seus respectivos cargos."	DIAFI	25/06/2014	08/07/2014	9	
99936000073201411	Concurso - Cargo Programação Brasília / Gostaria de saber quantos serão convocados para o cargo de Programação em Brasília, referente ao concurso do ano passado. Fiquei na 28ª posição. Tenho chance.	DIAFI	26/06/2014	03/07/2014	5	
99936000061201497	"Protocolo nº 998/DIPRES/EBC (Pedido de Reconsideração sobre o enquadramento), Gentileza informar o andamento do Pedido e qual o prazo previsto para atendimento"	DIPRES	06/06/2014	13/06/2014	5	

Atendimentos SIC (Cont.)						
Protocolo	Informação Solicitada	Área Responsável	Encaminhada	Encerrado	Dias	Prazo de resposta
99936000066201410	Processo EBC, nº 2703, de 21/8/2013, de assunto: Retorno ao serviço do anistiado Antônio Claret Guerra. Especial gentileza de informar o andamento do Processo, já que foi solicitada prorrogação do prazo de posse para o dia 01/10/2014	DIPRES	16/06/2014	24/06/2014	5	
99936000067201464	Solicito a listagem de empregados cedidos pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) a outras instituições públicas	DIAFI	16/06/2014	24/06/2014	5	
99936000072201477	Conteúdo das atas produzidas pelo Conselho de Administração da EBC desde sua criação pela Lei nº 11.652/2008 até junho de 2014. Solicito acesso às atas das reuniões do Conselho de Administração da Empresa Brasil de Comunicação produzidas desde sua criação pela Lei nº 11.652/2008 até o mês de junho de 2014.	SECEX	26/06/2014	02/07/2014	4	

JULHO

Atendimentos SIC						
Protocolo	Informação Solicitada	Área Responsável	Encaminhada	Encerrado	Dias	Prazo de resposta
99936000076201455	Acesso a decisões tomadas pelo Conselho de Administração / Solicito acesso às atas do Conselho de Administração da EBC referentes a reuniões realizadas por essa instância nas quais tenha havido deliberação a respeito de 1) dispensa de licitação para contratações por parte da EBC; 2) contratação de prestadores de serviços terceirizados por parte da EBC; 3) demissão de funcionários da EBC ou rompimento de contrato de terceirizados; 4) nomeação de diretores da EBC; e 5) condução da linha editorial dos veículos da EBC; Solicito acesso às atas das reuniões do Conselho de Administração da Empresa Brasil de Comunicação produzidas desde sua criação pela Lei nº 11.652/2008 até o mês de junho de 2014.	SECEX	09/07/2014	28/07/2014	13	🕒
99936000077201408	Solicitação do edital e termo de referencia, do pregão eletrônico de Número 53/2011 EBC, referente ao processo número 002719/2010 cujo o objeto e a avaliação de preços de mercado de imóveis da união.	DIAFI	11/07/2014	17/07/2014	4	✅
99936000081201468	"Total de técnicos terceirizados na vaga de TCO/Transmissão. Gostaria de saber a quantidade de terceirizados no cargo de técnico em operações transmissão em Brasília-DF."	DIAFI	28/07/2014	05/08/2014	6	🕒
99936000082201411	"CELETISTAS COM MAIS DE 70 ANOS NA ATIVA. 1 - Solicito a relação de todos os empregados públicos celetistas COM MAIS DE 70 ANOS NA ATIVA. 2 - Está sendo aplicado o disposto no art 41 da CONSTITUIÇÃO FEDERAL, sobre desligamento aos 70 anos ou está havendo a manutenção do empregados público até os 80, 90, ou mesmo 120 anos de idade, ad absurdum?"	DIAFI	28/07/2014	05/08/2014	6	🕒
99936000083201457	"Informações sobre terceirizados Gostaria de saber se os terceirizados da Acerp permanecem nos quadros da EBC, qual a posição da empresa sobre a utilização de mão de obra terceirizada e se os contratos com a Acerp foram renovados em 2014. Gostaria de saber ainda, quantos funcionários da Acerp ocupam o cargo de Analista de Acervo e Pesquisa no Rio de Janeiro"	DIAFI	30/07/2014			❌
99936000072201477	As atas em questão são documentos públicos e devem ser fornecidos. O objeto do pedido está claramente delimitado: acesso às atas produzidas pelo Conselho de Administração da EBC desde sua criação. Esses documentos contém informações públicas de relevância para a sociedade e devem ser fornecidos pela empresa. Solicito revisão da resposta para que a lei seja cumprida.	SECEX	02/07/2014	07/07/2014	3	✅
99936000072201477	Todas as atas produzidas pelo Conselho de Administração da EBC são documentos públicos. Peço acesso a esses documentos, que contém informações de interesse para toda a sociedade financiadora da EBC.	SECEX	09/07/2014	14/07/2014	3	✅
99936000072201477	CGU à EBC: "1. Cumprimentando-a cordialmente, refiro-me ao pedido de acesso à informação nº 99936.000072/2014-77, no âmbito do qual cidadão pede acesso às atas das reuniões do Conselho de Administração da Empresa Brasil de Comunicação, produzidas desde sua criação, pela Lei nº 11.652/2008, até junho de 2014.2. Havendo o processo subido à CGU por força do art. 23 do Decreto nº 7.724/12, manifesto a necessidade de colhermos esclarecimentos adicionais a fim de dar prosseguimento a sua instrução. Reitera-se solicitação de encaminhamento, à CGU, dos seguintes documentos e informações: - Quantas atas referentes às deliberações do Conselho Administrativo da EBC, conforme o § 13 do artigo 14 do Decreto nº 6.689/08, foram lavradas desde a criação da referida empresa até junho/14?. Volume dessa documentação?. Está disponível em formato digital?. Existem informações que abarcam alguma hipótese legal de sigilo? Em caso afirmativo, especifique o tipo de sigilo.. Em caso de existência de hipótese legal de sigilo, seria possível fazer a ocultação das informações alvaguardadas para a sua posterior entrega ao cidadão?3. Peço a gentileza de que esta comunicação seja respondida em até 7 (sete) dias contados do seu recebimento, preferencialmente pelo e-mail jorge.lima@cgu.gov.br , a fim de dar tratamento adequado à questão em apreço e garantir a celeridade insta aos processos administrativos de acesso à informação.4. Caso o órgão decida pela entrega da informação ao cidadão, peço que encaminhe cópia da	SECEX	24/07/2014	01/08/2014	6	🕒