



**OUVIDORIA DA EBC  
RELATÓRIO TRIMESTRAL  
MAIO/JUNHO/JULHO  
2012**

Brasília, 15 de Agosto de 2012

## Sumário

1. APRESENTAÇÃO .....	5
2. DEMONSTRATIVO ESTATÍSTICO .....	6
2.1. Serviço de Atendimento ao Usuário – SAU .....	12
2.1.1. Reclamações .....	17
2.1.2. Elogios .....	19
2.1.3. Sugestões .....	21
2.1.4. Pedido de Informação .....	22
2.1.5. Comentários .....	23
2.2. Serviço de Informação ao Cidadão – SIC .....	24
2.3. Pesquisa de Satisfação .....	27
3. ATENDIMENTO AO CIDADÃO – CENÁRIOS QUANTITATIVOS E QUALITATIVOS .....	33
3.1. Serviço de Atendimento ao Usuário - SAU .....	33
3.1.1. TV BRASIL .....	33
3.1.1.1. Abordagem quantitativa .....	33
3.1.1.2. Abordagem qualitativa .....	38
3.1.1.2.1. Percepção dos telespectadores .....	40
3.1.1.2.2. Percepção da Ouvidoria .....	44
3.1.1.3. Programa da Ouvidoria/TV Brasil – ‘O Público na TV’ .....	56
3.1.2. EMISSORAS DE RÁDIO .....	59
3.1.2.1. Abordagem quantitativa .....	59
3.1.2.2. Abordagem qualitativa .....	62
3.1.2.2.1. Percepção dos Ouvintes .....	62
3.1.2.2.2. Percepção da Ouvidoria .....	72
3.1.2.3. Programa da Ouvidoria / Emissoras de Rádio EBC – ‘Rádio em Debate’ .....	75

3.1.3.	AGÊNCIA BRASIL DE NOTÍCIAS.....	78
3.1.3.1.	Abordagem quantitativa .....	78
3.1.3.2.	Abordagem qualitativa .....	82
3.1.3.2.1.	Percepção dos leitores .....	82
3.1.3.2.2.	Percepções da Ouvidoria.....	88
3.1.3.3.	Colunas da Ouvidoria .....	94
3.2.	Serviço de Atendimento ao Cidadão – SIC .....	103
3.2.1.	Abordagem quantitativa.....	103

## **Índice de Figuras**

Figura 1 - Atendimento ao Cidadão.....	6
Figura 2 - % Atendimento ao Cidadão .....	6
Figura 3 – Atendimentos SAU.....	7
Figura 4 - % Atendimentos SAU .....	8
Figura 5 - Atendimento ao Cidadão e Pendências .....	8
Figura 6 - Pendências.....	9
Figura 7 - % Pendências X Manifestações.....	11
Figura 8 - Manifestações por Veículo.....	12
Figura 9 - % Manifestações por Veículo.....	13
Figura 10 - Tipos de Manifestações .....	14
Figura 11 - Tipos de Manifestação - Trimestral .....	15
Figura 12 - Comportamento das Manifestações.....	15
Figura 13 - % Reclamações por Veículo .....	17
Figura 14 - % Elogios por Veículo.....	19
Figura 15 - % Sugestões por Veículo.....	21
Figura 16 - % Pedidos de Informação por Veículo .....	22
Figura 17 - % Comentários por Veículo .....	23
Figura 18 - Pedidos de Informações por Meio de Acesso .....	24
Figura 19 - % Pedidos de Informações por Meio de Acesso .....	24
Figura 20 - Pedido de Informação por Área de Competência.....	25
Figura 21 - % Pedido de Informação por Área de Competência.....	25
Figura 22 - % Pesquisa de Satisfação - Atendimento.....	28
Figura 23 - Pesquisa de Satisfação - Atendimento.....	28
Figura 24 - % Pesquisa de Satisfação - Tempo .....	29
Figura 25 - Pesquisa de Satisfação - Tempo .....	30
Figura 26 - % Pesquisa de Satisfação - Demanda Atendida .....	31
Figura 27 - Pesquisa de Satisfação - Demanda Atendida .....	31
Figura 28 - Filtro de procura: Rio + 20 – 421 matérias e 79 fotos.....	89
Figura 29 - Filtro de procura: Rio+20 - 968 matérias e 1000 fotos.....	90
Figura 30 - Filtro de procura: Rio + 20 (de 13 a 22/06) – 150 matérias e 62 fotos.....	90
Figura 31 - Filtro de procura: Rio+20 (de 13 a 22/06) – 348 matérias e 969 fotos.....	91

## **1. APRESENTAÇÃO**

O relatório trimestral referente aos meses de maio, junho e julho de 2012 da Ouvidoria da EBC é o resultado das manifestações registradas pela equipe técnica da Ouvidoria e do tratamento dispensado pelos ouvidores adjuntos no período de 01/05/2012 a 31/07/2012, a partir das manifestações encaminhadas à Ouvidoria pelos internautas, telespectadores, ouvintes e leitores dos veículos de comunicação da EBC, pelo Serviço de Atendimento ao Usuário - SAU, e a partir dos pedidos de informação dos cidadãos encaminhados por meio do Serviço de Atendimento ao Cidadão – SIC.

O relatório registra as manifestações e ressalta os aspectos de grande relevância, apresenta um demonstrativo estatístico das manifestações, dos pedidos de informações recebidos, os encaminhamentos dado pelos ouvidores adjuntos, e uma pesquisa de satisfação dos usuários sobre o atendimento da Ouvidoria. O mesmo traz ainda a percepção do público sobre os conteúdos, a partir dos aspectos mais frequentemente demandados para cada veículo - Rádio, TV, Portal EBC e Agência de Notícias.

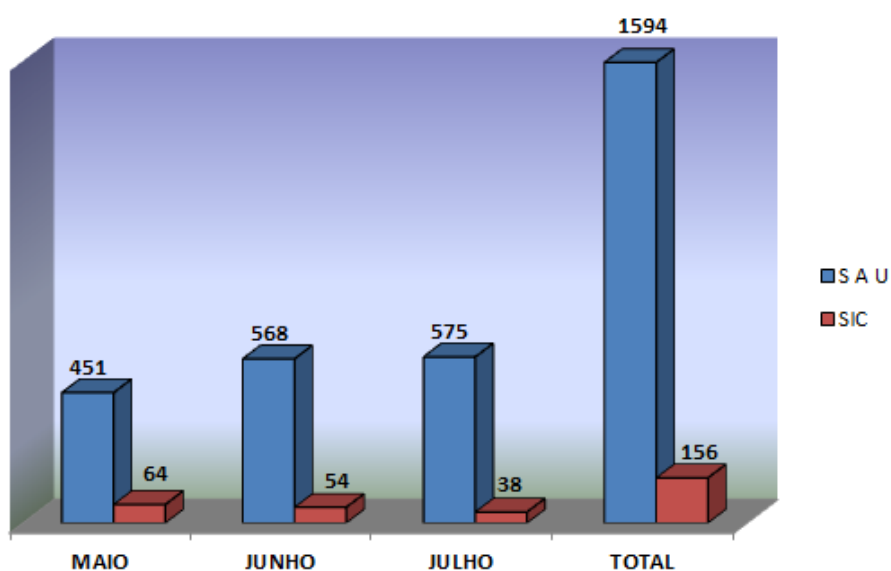
Apresenta também a percepção da Ouvidoria em relação aos veículos de comunicação da EBC, no sentido de contribuir com as áreas para a qualificação dos serviços prestados pela empresa. Essa análise é uma das competências da Ouvidoria conforme artigo 20 da Lei 11.652 de 07 de abril de 2008, que instituiu a Empresa Brasil de Comunicação.

Por fim, faz um breve relato dos programas e colunas desenvolvidos pela Ouvidoria, especialmente aqueles que foram pautados por manifestações enviadas pelos usuários dos sistemas públicos de comunicação.

## 2. DEMONSTRATIVO ESTATÍSTICO

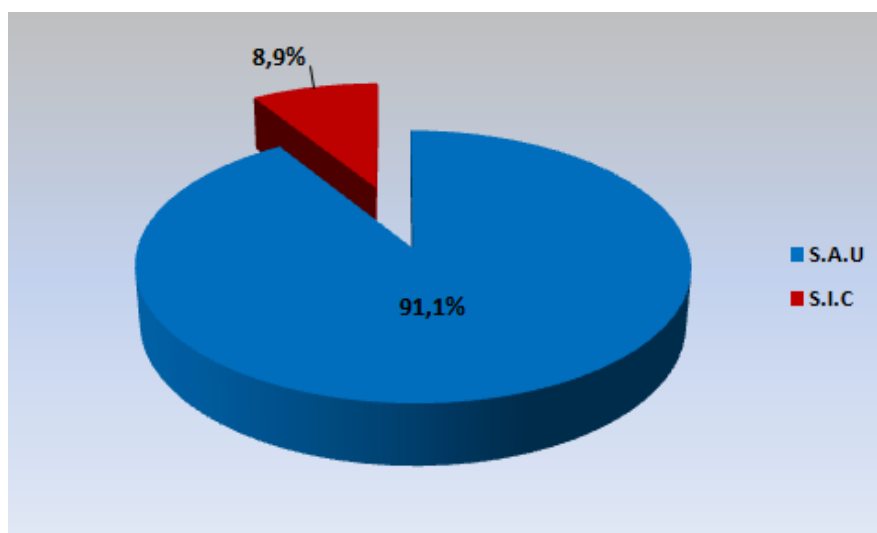
O Atendimento ao Cidadão da Ouvidoria da EBC - Serviço de Atendimento ao Usuário - SAU e Serviço de Informação ao Cidadão – SIC, nos meses de maio, junho e julho totalizou 1750 atendimentos, sendo 1594 no SAU e 156 no SIC.

**Figura 1 - Atendimento ao Cidadão**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

**Figura 2 - % Atendimento ao Cidadão**



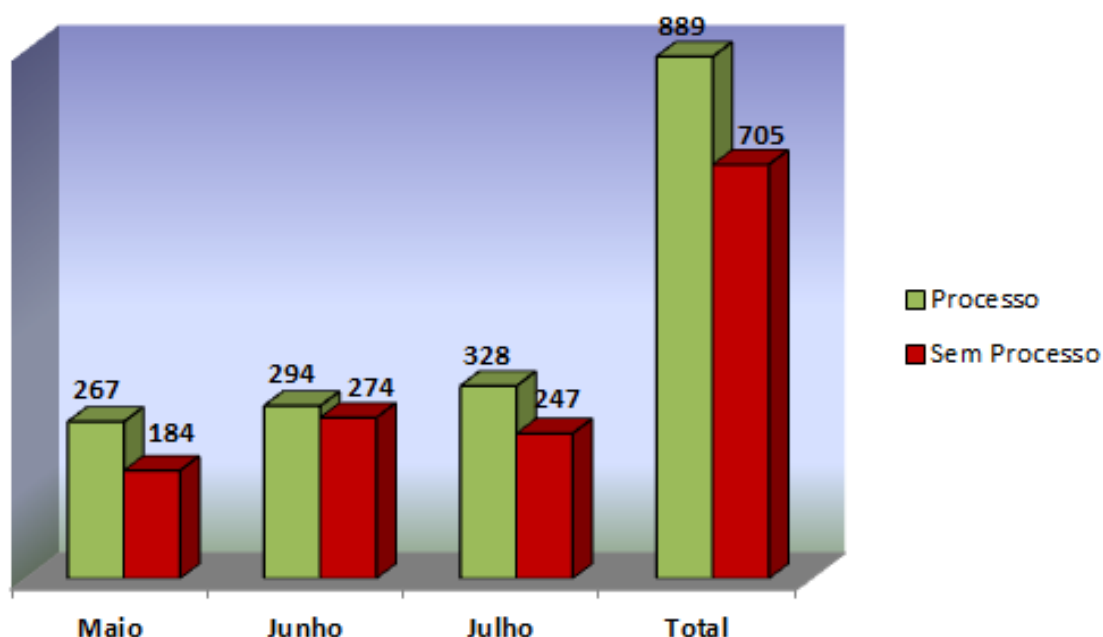
FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

Assim como registrado na Figura 2, o Serviço de Atendimento ao Cidadão da EBC, nesse trimestre, mesmo com a inovação do SIC em maio, concentra o maior número de atendimento por meio do Serviço de Atendimento ao Usuário - SAU com 91,1% das manifestações, enquanto 8,9% dos pedidos de informação foram via o Serviço de Atendimento ao Cidadão – SIC.

Os somatórios totais dos atendimentos realizados pela Ouvidoria e apresentados no relatório mensal de maio e de junho estão sendo retificados neste relatório, tendo em vista um ajuste necessário na contabilização dos atendimentos efetuados com processo e sem processo. No mês de maio o número apresentado foi de 405 atendimentos, o dado correto é de 451, em junho foram apresentados 526 atendimentos, mas o número correto é de 568 atendimentos realizados.

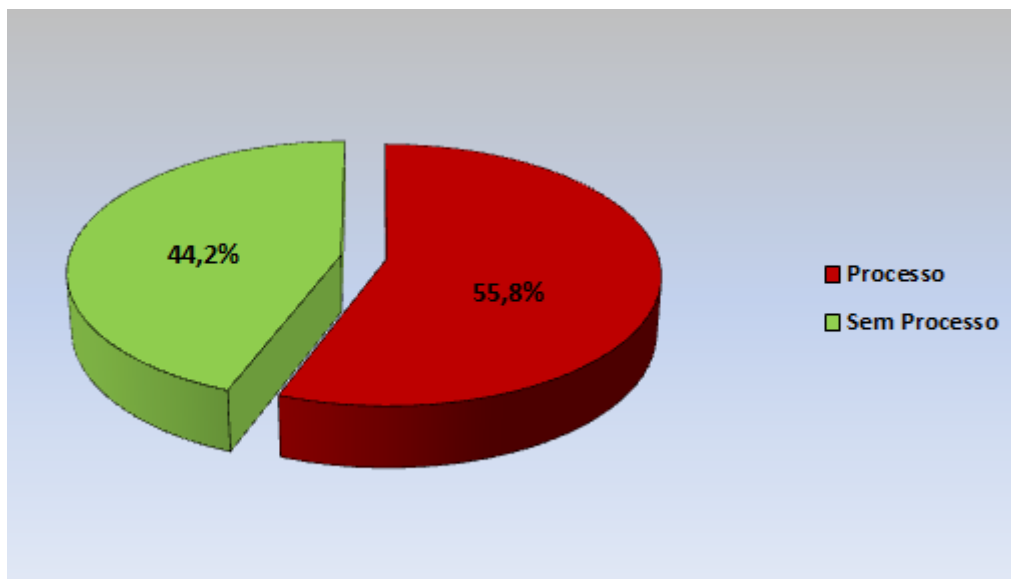
Desta forma, o atendimento ao cidadão da EBC contabilizou no trimestre por meio do SAU, 1594 atendimentos realizados, sendo 889 (55,8%) com abertura de processos por estarem relacionadas aos conteúdos dos veículos e as atividades da EBC. As outras 705 manifestações (44,2%) foram respondidas aos usuários sem abertura de processo interno, por não serem referentes às atividades da EBC.

**Figura 3 – Atendimentos SAU**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

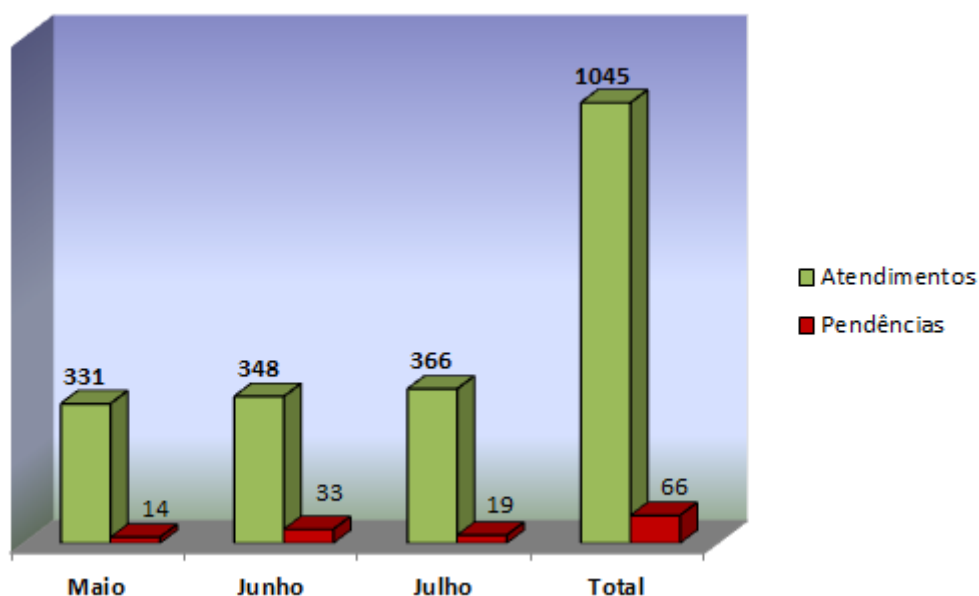
**Figura 4 - % Atendimentos SAU**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

O total de manifestações e pedidos de informações dos cidadãos registrados por meio de abertura de processo até o encerramento desse relatório foi de 1045 atendimentos, sendo 889 do SAU e 156 do SIC.

**Figura 5 - Atendimento ao Cidadão e Pendências**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

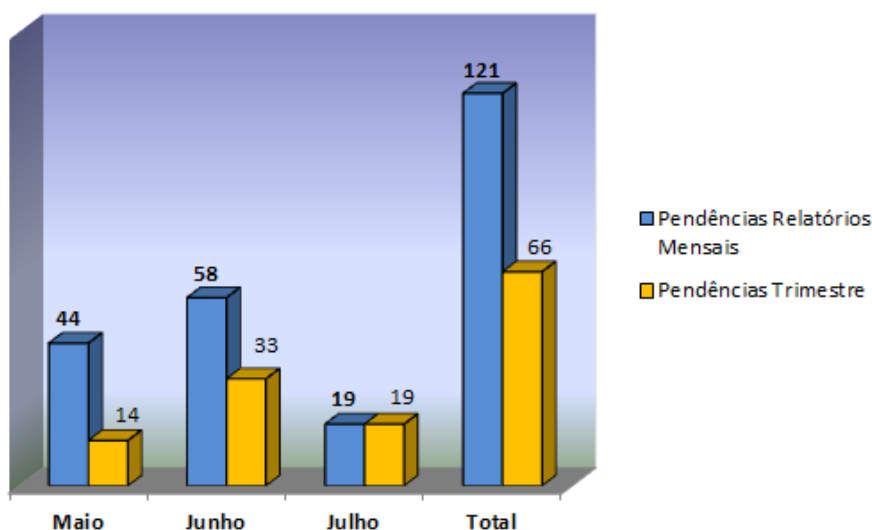


Os processos pendentes até a finalização do relatório trimestral são todos provenientes do SAU. Atualmente 66 processos ainda estão pendentes junto às áreas de competência e representam 7,42% das manifestações recebidas pelo SAU. Vale ressaltar que o prazo de resposta das áreas para as manifestações e pedidos de informações é de 05 dias, de acordo com a Norma 104 da Ouvidoria/EBC e a Portaria Presidente - 185-A/2012 de 24/05/2012.

O SIC apresentou pendências até o final dos meses de maio (20) e junho (8), entretanto no decorrer de julho foram realizadas as correções necessárias para o atendimento dos prazos previstos pela Lei 12.527 de 18/11/2011 – Lei de Acesso à Informação – LAI e pela Portaria Presidente - 185-A/2012 de 24/05/2012. Ao final desse trimestre, o SIC não apresenta pendências e tem mantido o prazo de resposta dos pedidos de informação com média de 4,5 dias.

Os relatórios mensais registraram o total de pendências do atendimento ao cidadão, contabilizando em maio 44, em junho 58 e em julho 19 pendências. A Figura 6 faz um paralelo entre pendências/mês registradas nos relatórios mensais e as pendências do trimestre ainda em aberto até o dia 31.07.2012. No decorrer do trimestre foram solucionadas 45,6% destas, ou seja, das 121 pendências registradas nos relatórios mensais, 66 ainda continuam em aberto.

**Figura 6 - Pendências**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

O Serviço de Atendimento ao Usuário – SAU, no que diz respeito às pendências, além do registro quantitativo destas, também avaliou os dados de janeiro a julho, para melhor compreender as tendências e dificuldades do atendimento referente a cada veículo de comunicação da EBC.

A análise das pendências no período possibilitará às diferentes áreas uma melhor compreensão das causas dos atrasos, de forma a melhor orientar a tomada de decisão para adoção de medidas de correção à celeridade no atendimento.

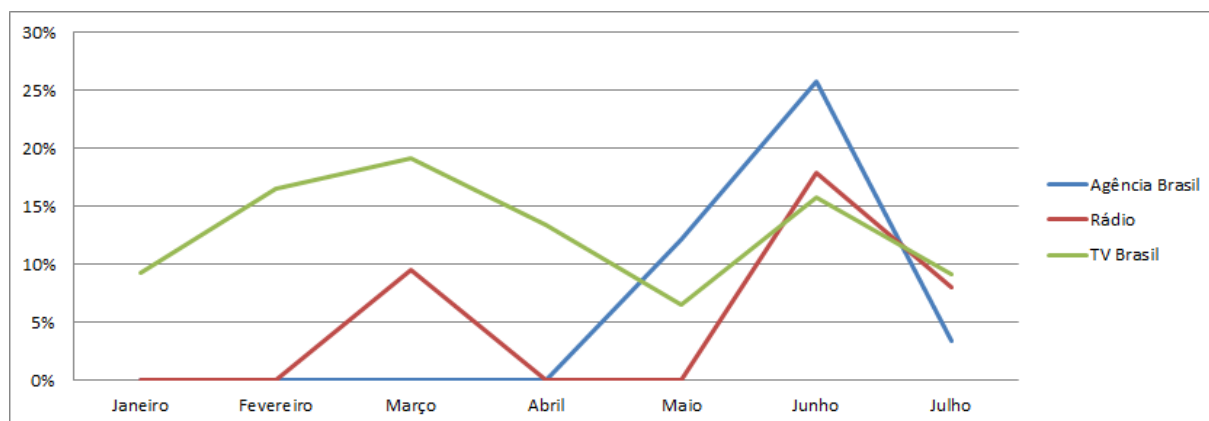
As tabelas a seguir registram o quantitativo das manifestações e das pendências dos veículos, assim como a correlação proporcional dos mesmos a cada mês. A tabela foi gerada com base nos dados do NAMBI do dia 03/08/2012.

	MANIFESTAÇÕES						
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL
Agência Brasil	22	26	34	24	41	31	29
Rádio	7	10	21	11	10	28	25
TV Brasil	162	133	68	179	216	235	220
<b>TOTAL</b>	<b>191</b>	<b>169</b>	<b>123</b>	<b>214</b>	<b>267</b>	<b>294</b>	<b>274</b>

	PENDÊNCIAS						
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL
Agência Brasil	0	0	0	0	5	8	1
Rádio	0	0	2	0	0	5	2
TV Brasil	15	22	13	24	14	37	20
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>22</b>	<b>15</b>	<b>24</b>	<b>19</b>	<b>50</b>	<b>23</b>

	% DE PENDÊNCIAS						
	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL
Agência Brasil	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,20%	25,81%	3,45%
Rádio	0,00%	0,00%	9,52%	0,00%	0,00%	17,86%	8,00%
TV Brasil	9,26%	16,54%	19,12%	13,41%	6,48%	15,74%	9,09%

**Figura 7 - % Pendências X Manifestações**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUIDORIA/EBC

Na Figura 7 é demonstrado o comportamento das pendências por veículo de comunicação, onde se observa que a TV Brasil desde janeiro de 2012 apresentou o maior nível de pendências no período. A televisão é a líder das manifestações dos usuários em relação aos veículos de comunicação da EBC. No período recebeu uma média/mês de 173 manifestações que correspondem a 76,3 % do total de manifestações. Esse dado é uma informação importante, que deve ser levado em consideração pela gestão da TV Brasil na adoção de medidas de correção para a melhoria quanto à celeridade das respostas aos usuários.

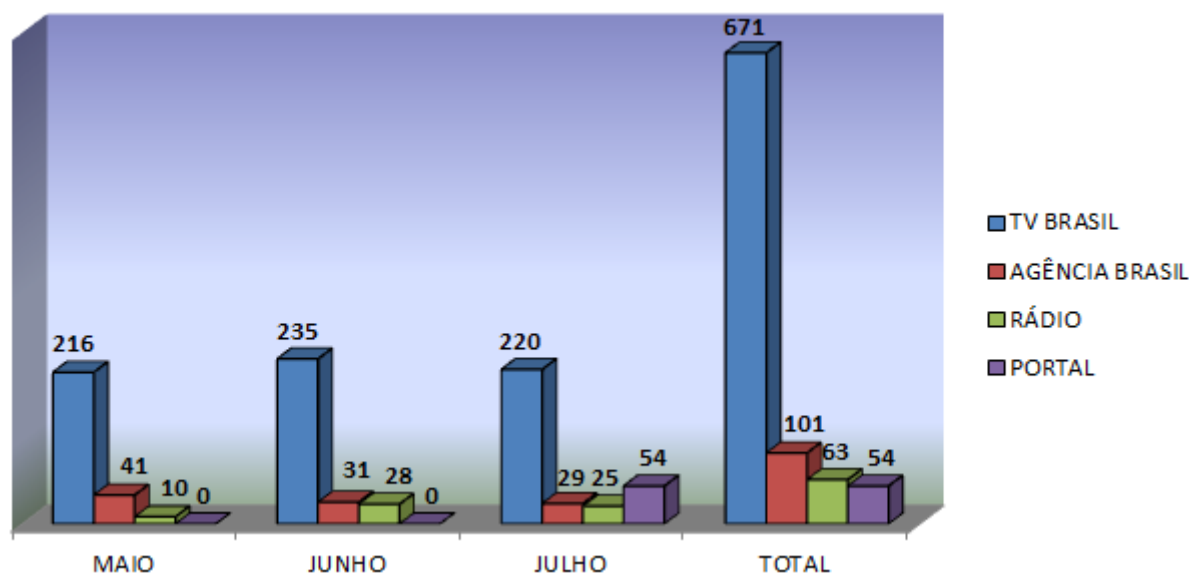
A Agência Brasil, em relação às pendências apresentou um excelente desempenho até maio, tendo encerrado os meses anteriores sem nenhuma pendência. A partir desse mês apresentou dificuldades com relação ao cumprimento dos prazos de resposta. A média/mês da Agência Brasil foi de 29 manifestações.

A Rádio é o veículo que apresentou o menor número de manifestações no período (112), com a média de 16 manifestações por mês. Referente às pendências, há dois meses de pico nos atrasos de respostas, março e junho.

## 2.1. Serviço de Atendimento ao Usuário – SAU

O Serviço de Atendimento ao Usuário - SAU registrou nos meses de maio, junho e julho 889 manifestações direcionadas aos veículos e distribuídas no trimestre conforme Figura 8:

**Figura 8 - Manifestações por Veículo**



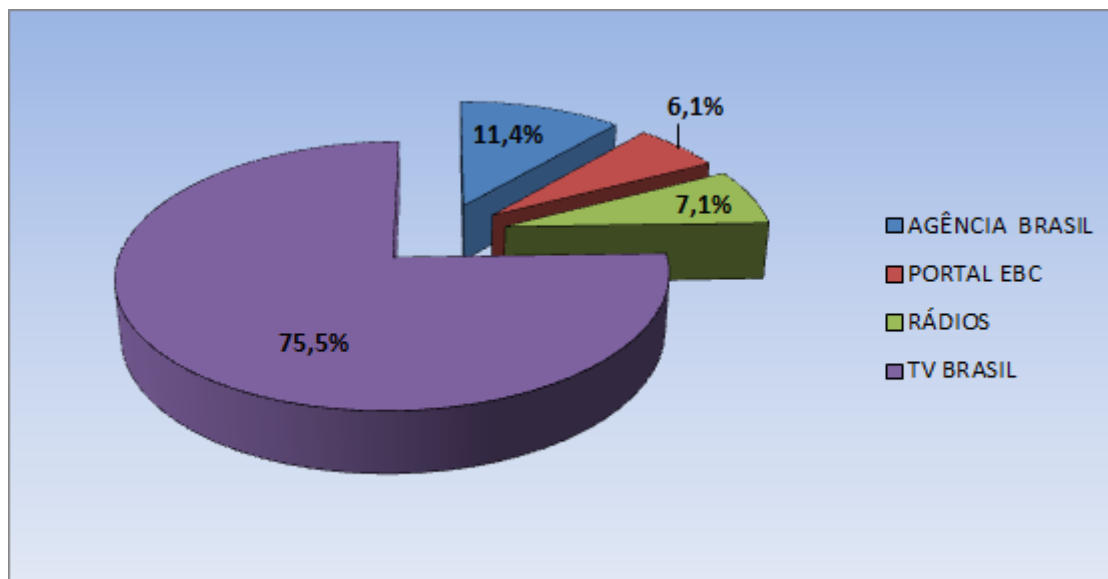
FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

A TV Brasil é o veículo de comunicação da EBC que lidera o número de manifestações dos usuários no trimestre, seguida da Agência Brasil, da Rádio, e do Portal, que a partir de julho se configurou como mais um meio de comunicação à disposição do usuário.

O novo portal foi lançado no dia 16/07 em uma “versão beta”, como uma forma de avisar aos visitantes de que a página está em fase de testes e melhorias. Era esperada do público em geral a comunicação de falhas na fase beta do Portal, sendo muito importante essa colaboração no sentido de agregar qualidade ao que é oferecido à sociedade e possibilitar a construção colaborativa da plataforma.

De acordo com a Figura 9 observa-se, dentre as manifestações por veículo no trimestre, o mais demandado pelos usuários foi a TV Brasil com 75,5% das manifestações, seguida pela Agência Brasil com 11,4%, pelas emissoras de Rádios com 7,1% e pelo Portal com 6,1% das manifestações.

**Figura 9 - % Manifestações por Veículo**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

As manifestações dos usuários referentes aos veículos da EBC são indicadores do grau de participação ativa desses na qualificação dos serviços de comunicação pública prestados pela empresa à sociedade.

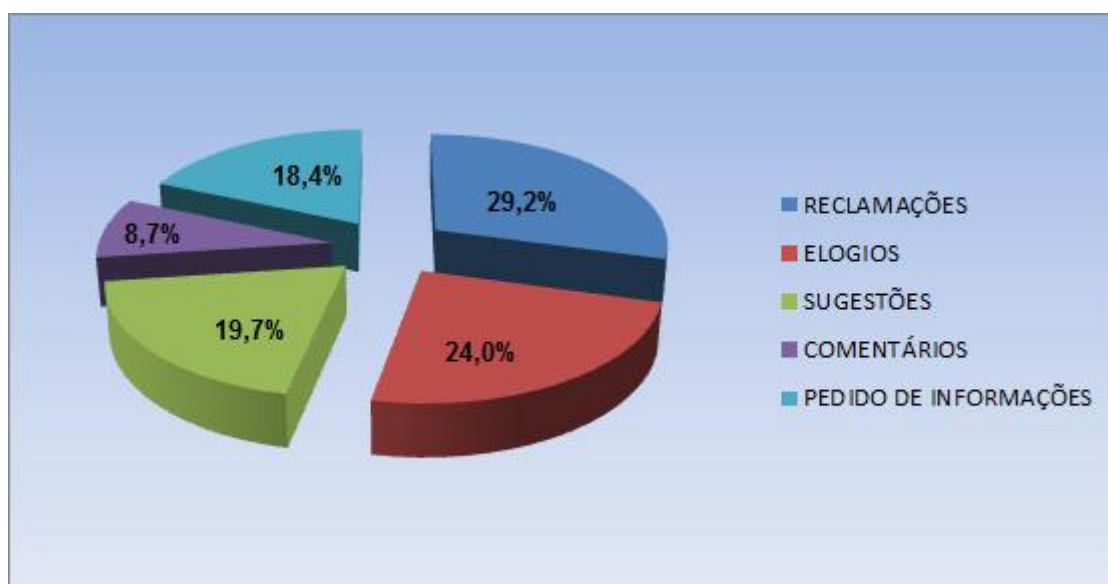
Ademais, corrobora com a gestão pública no cumprimento do papel da Ouvidoria previsto na Constituição Federal Art. 37, ratificado na Lei 11.652/2008 que instituiu os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública e que criou a Empresa Brasil de Comunicação – EBC.

A tabela a seguir registra as manifestações por tipologia:

	MAI	JUN	JUL	TOTAL
Reclamações	73	82	105	<b>260</b>
Elogios	75	69	69	<b>213</b>
Sugestões	55	54	66	<b>175</b>
Comentários	22	31	24	<b>77</b>
Pedido de Informações	42	58	64	<b>164</b>
<b>TOTAL</b>	<b>267</b>	<b>294</b>	<b>328</b>	<b>889</b>

Os elogios, sugestões, comentários e pedidos de informação, totalizam 70,8% das manifestações no trimestre, contra 29,2% das reclamações. A participação qualificada dos usuários na busca de contribuir é positiva, considerando o compromisso e a qualidade das manifestações.

**Figura 10 - Tipos de Manifestações**

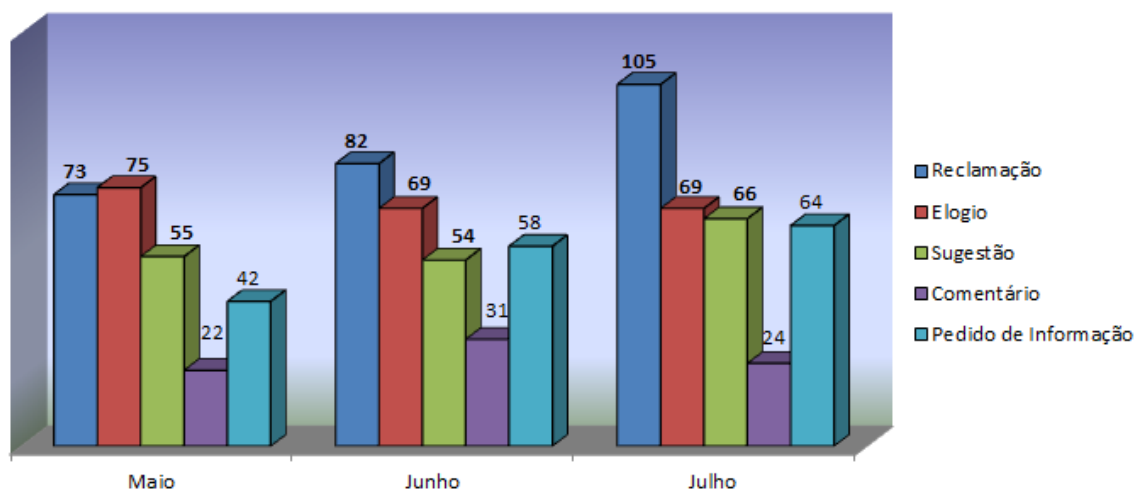


FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

O acolhimento e a compreensão adequada das manifestações, dos pedidos de informação e diferentes pontos de vistas dos usuários sobre os serviços da EBC são o diferencial no atendimento, ao mesmo tempo, merecem uma análise detalhada de cada tipo de manifestação, para que seja oportunizado à EBC transformar a informação em solução para os veículos de comunicação.

Nesse sentido, a Ouvidoria apresenta o comparativo mensal dos diferentes tipos de manifestações como forma de proporcionar ao leitor deste relatório uma visão sistêmica do comportamento das manifestações dos usuários frente aos serviços de comunicação da EBC.

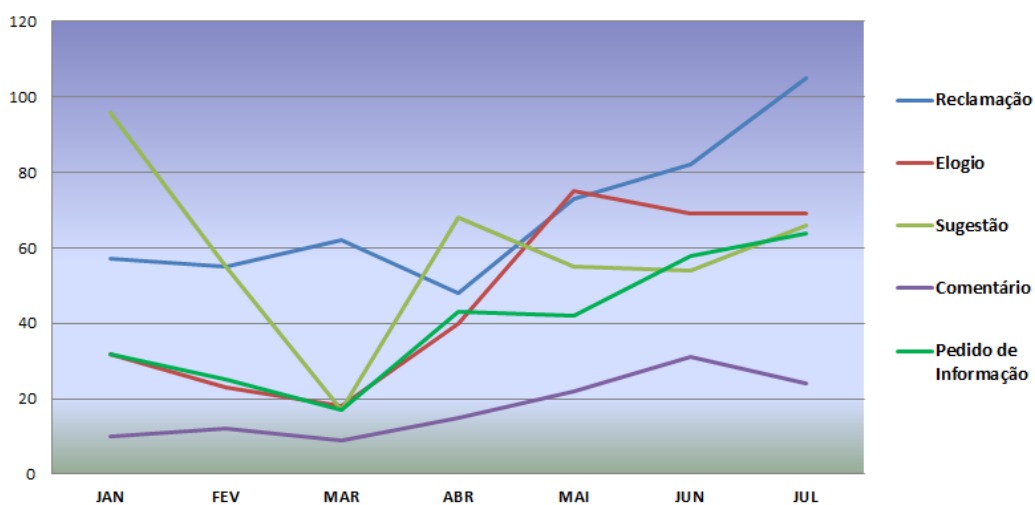
**Figura 11 - Tipos de Manifestação - Trimestral**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

A Ouvidoria, como forma de ampliar esta compreensão dos aspectos relacionados aos tipos de manifestações dos usuários, registra na Figura 12 o comportamento das manifestações de janeiro a julho de 2012.

**Figura 12 - Comportamento das Manifestações**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

Na Figura 12 é possível observar a tendência do comportamento de cada tipologia de forma pontual e também fazer paralelos entre as diferentes tipologias, com objetivo de apoiar as áreas para a análise dos fatores que tem contribuído para a maior ou menor intensidade de um tipo de manifestação.

As reclamações de janeiro a março se mantiveram constantes, e em abril apresentaram uma redução. Entretanto, a partir de maio têm crescido acentuadamente. Alguns dos fatores que contribuíram para o crescimento foram às manifestações dos leitores da Agência Brasil em maio e julho e dos internautas com o lançamento do portal em julho. No que diz respeito à Agência os aspectos mais citados nas reclamações foram: erros nas informações das matérias, dados incompletos, ausência de imparcialidade, problemas de link, discordância da abordagem, dentre outros. Quanto ao Portal, os aspectos mais citados nas reclamações foram os problemas de acesso aos links.

Os elogios tem um crescimento acentuado de março a maio, a partir daí se mantém constante. O fomento dos elogios é capitaneado pelos telespectadores da TV Brasil e são referentes à grade de programação, e em especial a alguns programas. A partir de maio apresentam um comportamento mais constante.

As demais tipologias (sugestões, comentários e pedidos de informação) também apresentam tendências sinuosas. Entretanto, estas apontam as diferentes formas de interação dos usuários com os veículos de comunicação, que no computo geral são positivas, registram as buscas de informação sobre diferentes assuntos acerca dos veículos da EBC, assim como, as contribuições dos usuários para inserção de temáticas, programações e melhorias aos serviços.



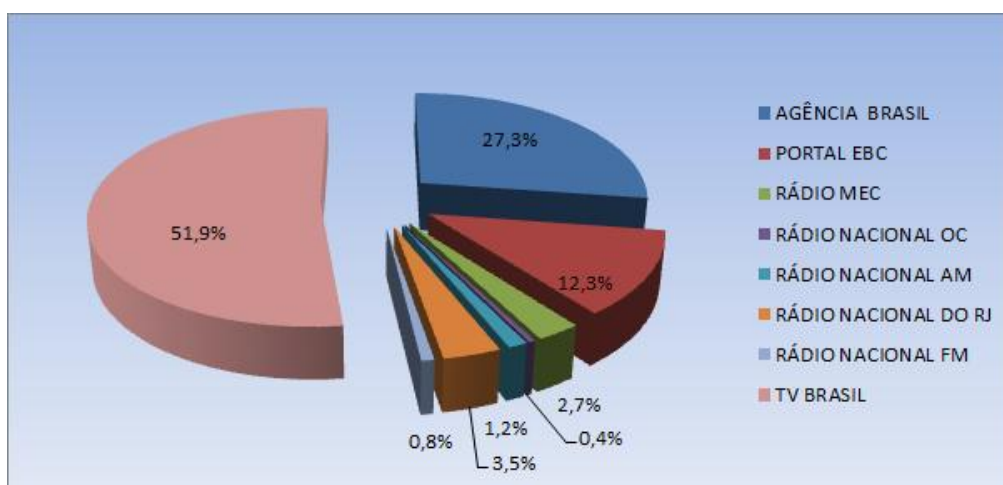
### 2.1.1. Reclamações

As manifestações das reclamações por veículo são registradas na tabela abaixo:

VEÍCULO	MAI	JUN	JUL	TOTAL	%
AGÊNCIA BRASIL	33	17	21	71	27,31
PORTAL EBC	0	0	32	32	12,31
RÁDIO MEC	1	3	3	7	2,69
RÁDIO NACIONAL OC	0	1	0	1	0,38
RÁDIO NACIONAL AM	2	0	1	3	1,15
RÁDIO NACIONAL DO RJ	0	7	2	9	3,46
RÁDIO NACIONAL FM	0	0	2	2	0,77
TV BRASIL	37	54	44	135	51,92
<b>TOTAL</b>	<b>73</b>	<b>82</b>	<b>105</b>	<b>260</b>	<b>100,00</b>

A Figura 13 apresenta em percentual as reclamações dos usuários ao longo do trimestre. A TV recebeu 51,9% das manifestações, seguido da Agência Brasil com 27,3%, do Portal com 12,3%, da Rádio Nacional do Rio de Janeiro com 3,5%, da Rádio MEC com 2,7%, da Rádio Nacional AM com 1,2%, da Rádio Nacional FM com 0,8% e da Rádio Nacional OC com 0,4%.

**Figura 13 - % Reclamações por Veículo**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

Os registros das reclamações, além de refletirem a realidade dos veículos de comunicação na atualidade, onde a televisão é o meio mais utilizado pela sociedade para atender as necessidades de entretenimento e comunicação, também contribuem com a gestão da TV Brasil a desenvolver a “cultura do bom telespectador”, por intermédio da interação com o usuário e das reclamações, que deve ter um papel proativo ao reorientar os aspectos relevantes quanto à programação disponibilizada e os princípios da comunicação pública.

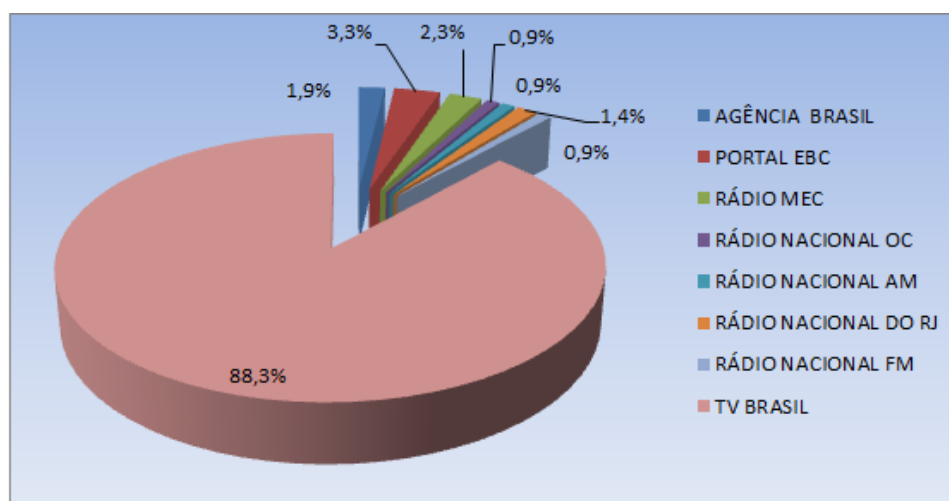
### 2.1.2. Elogios

As manifestações de elogio por veículos são apresentados na tabela abaixo:

VEÍCULO	MAI	JUN	JUL	TOTAL	%
AGÊNCIA BRASIL	1	1	2	4	1,88
PORTAL EBC	0	0	7	7	3,29
RÁDIO MEC	2	1	2	5	2,35
RÁDIO NACIONAL OC	0	1	1	2	0,94
RÁDIO NACIONAL AM	1	0	1	2	0,94
RÁDIO NACIONAL DO RJ	1	1	1	3	1,41
RÁDIO NACIONAL FM	0	1	1	2	0,94
TV BRASIL	70	64	54	188	88,26
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>213</b>	<b>100,00</b>

A Figura 14 reflete as manifestações de elogios, das quais 88,3% foram destinadas à TV Brasil, 3,3% ao Portal EBC, 2,3% à Rádio MEC, 1,9% à Agência Brasil, 1,4% à Rádio Nacional do RJ, e as demais Rádio Nacional da Amazônia, Rádio Nacional AM Brasília, e Rádio Nacional FM Brasília todas com 0,9%.

**Figura 14 - % Elogios por Veículo**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

A TV Brasil também lidera o ranking dos elogios mostrando-se como sendo o veículo de comunicação mais acessado dentre os disponibilizados pela EBC, com acompanhamento dos usuários de

forma mais frequente. Ao tempo em que recebe uma quantidade alta das reclamações é também contrabalanceado com uma quantidade ainda maior de elogios.

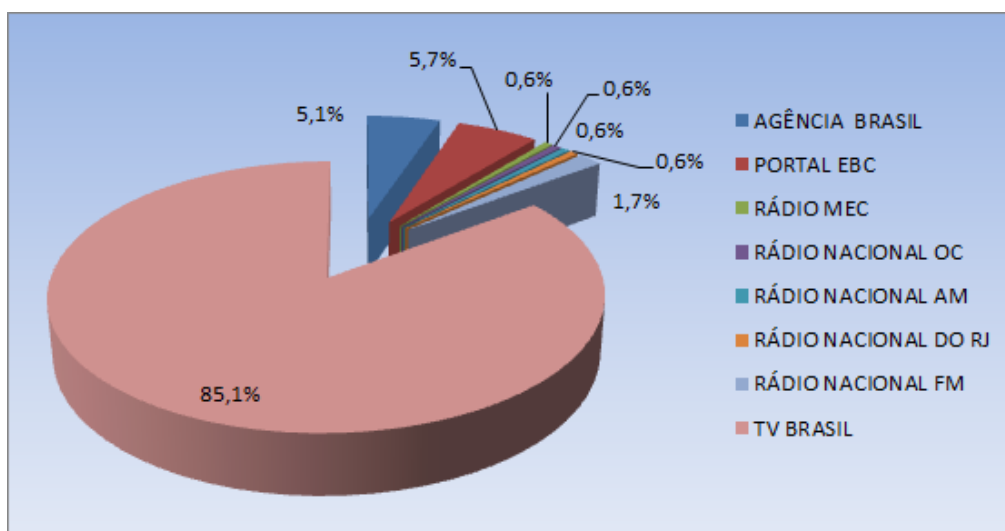
Outra observação importante é a discrepância entre o volume de elogios e reclamações registrados pelos usuários em relação à Agência Brasil. A Agência corresponde a 27,3% das reclamações no trimestre, entretanto apenas 1,9% são elogios.

### 2.1.3. Sugestões

As sugestões contabilizaram 175 manifestações no trimestre, assim distribuídas: 149 para a TV Brasil, 10 para o Portal EBC, 09 para a Agência Brasil, 03 para a Rádio Nacional FM, 01 para Rádio MEC, 01 para Rádio Nacional da Amazônia, 01 para Rádio Nacional AM e 01 para Rádio Nacional do RJ.

A Figura 15 apresenta o percentual das sugestões de cada veículo computadas nos meses de maio, junho e julho, onde 85,1% das sugestões registradas foram direcionadas à TV Brasil, Portal EBC com 5,7%, 5,1% para a Agência Brasil, Rádio Nacional FM com 1,7%, e 0,6% para cada uma das rádios a seguir: Rádio Nacional AM, Rádio MEC, Rádio Nacional do RJ e Rádio Nacional da Amazônia.

**Figura 15 - % Sugestões por Veículo**

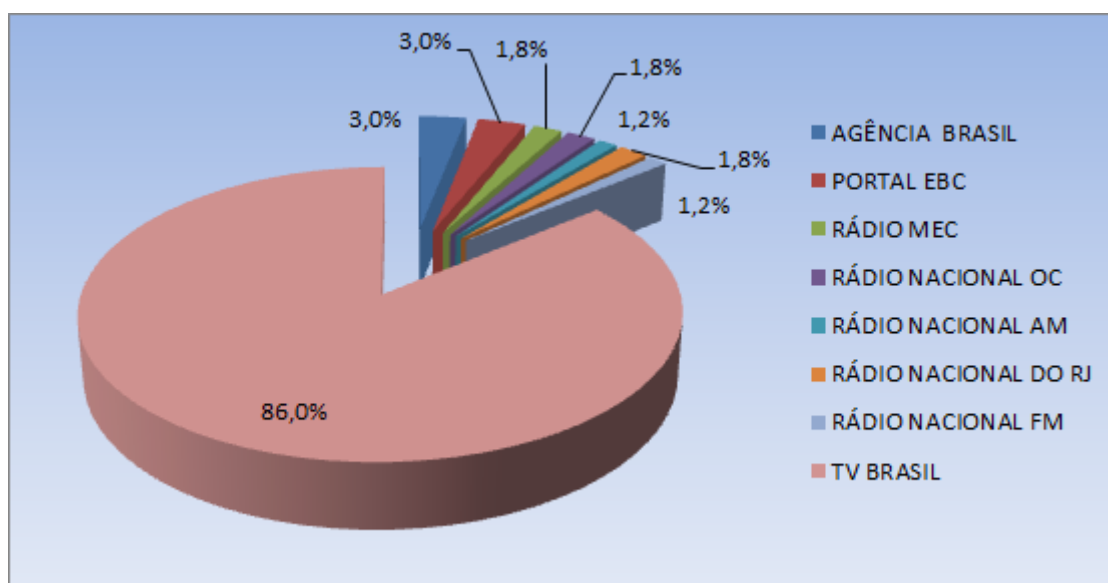


FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

#### 2.1.4. Pedido de Informação

Dos 164 pedidos de informação, 141 foram para a TV Brasil, 05 para o Portal EBC e 05 para a Agência Brasil, 03 para cada uma das Rádios MEC, Nacional da Amazônia e Nacional do RJ, e com 02 cada uma das Rádios Nacional da Amazônia e Nacional FM. Na Figura 16 é constatado que o maior percentual dos pedidos de informações são direcionados à TV Brasil.

**Figura 16 - % Pedidos de Informação por Veículo**



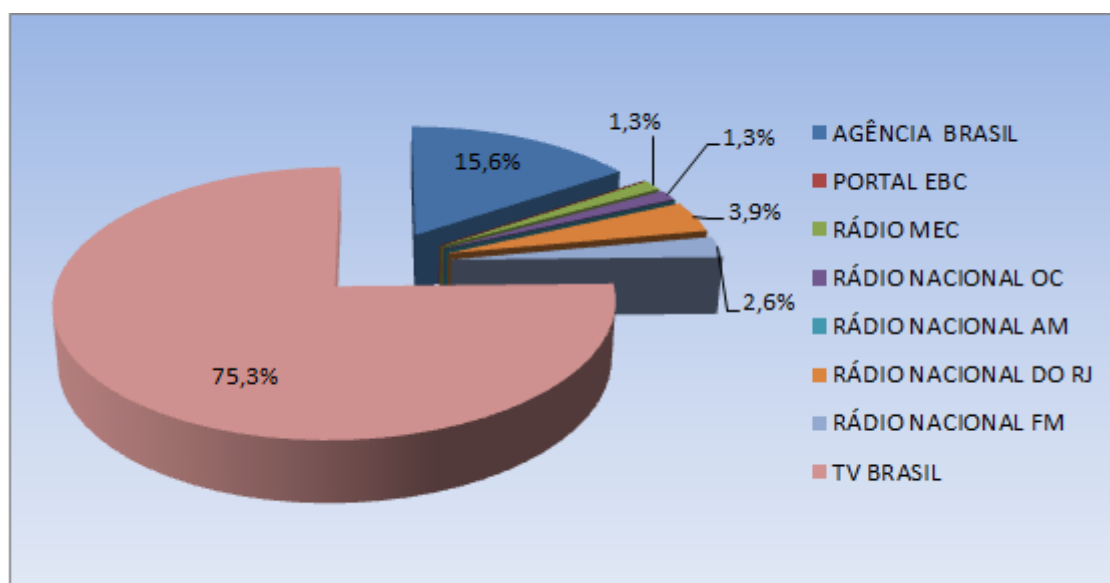
FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### 2.1.5. Comentários

Os comentários referentes ao trimestre foram no total de 77, sendo 58 destinados à TV Brasil, 12 à Agência Brasil, 03 à Rádio Nacional do RJ, 02 à Rádio Nacional FM Brasília e 01 para a Rádio MEC e 01 para a Nacional da Amazônia.

A Figura 17 demonstra o percentual de comentários por veículo registrados ao final dos três meses. A TV Brasil apresenta a maior porcentagem dos comentários.

**Figura 17 - % Comentários por Veículo**

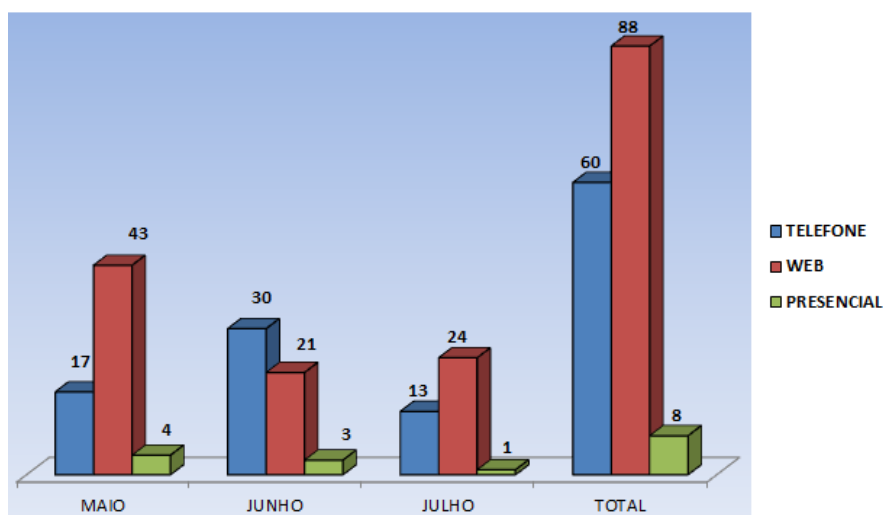


FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

## 2.2. Serviço de Informação ao Cidadão – SIC

O Serviço de Informação ao Cidadão registrou, no trimestre, 156 pedidos de informações, dos quais 60 foram por meio do sistema 0800 (telefone), 88 via web (e-mail) e 08 de forma presencial.

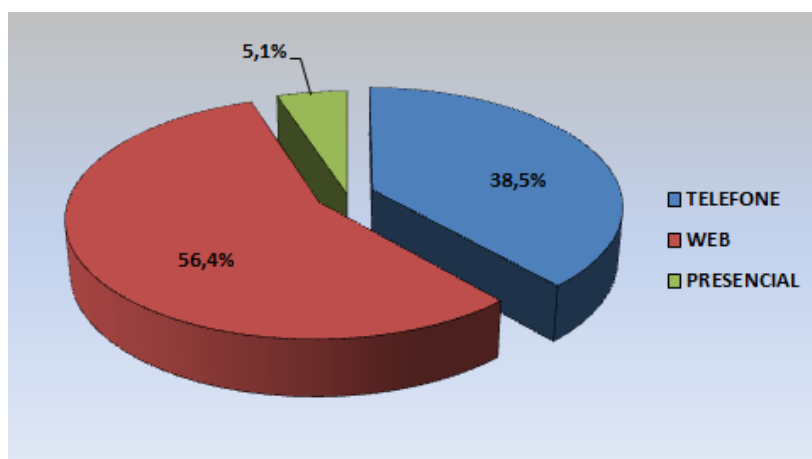
**Figura 18 - Pedidos de Informações por Meio de Acesso**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

A figura a seguir apresenta os dados percentuais dos pedidos de informação por meio de acesso à informação, onde 56,4% foram via e-SIC (sistema web), 38,5% via 0800 (telefone) e 5,1% presencial.

**Figura 19 - % Pedidos de Informações por Meio de Acesso**

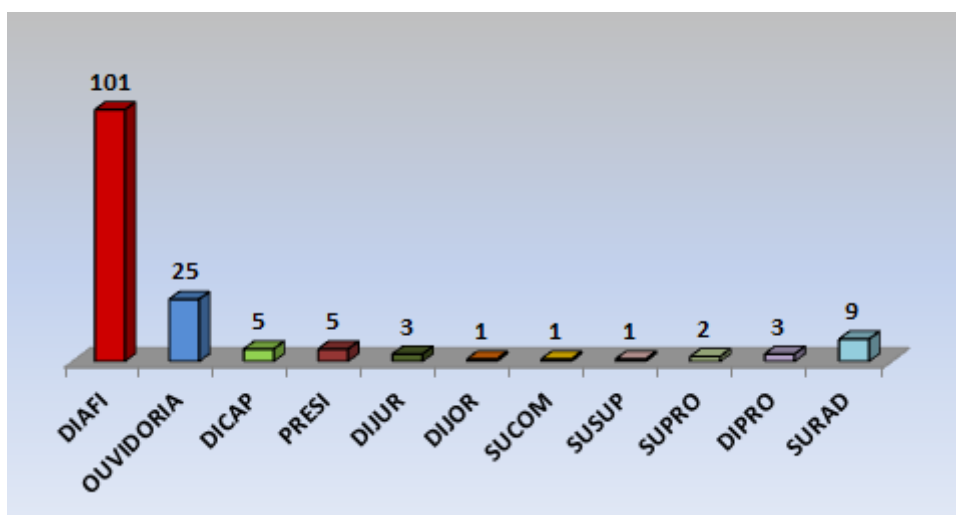


FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC



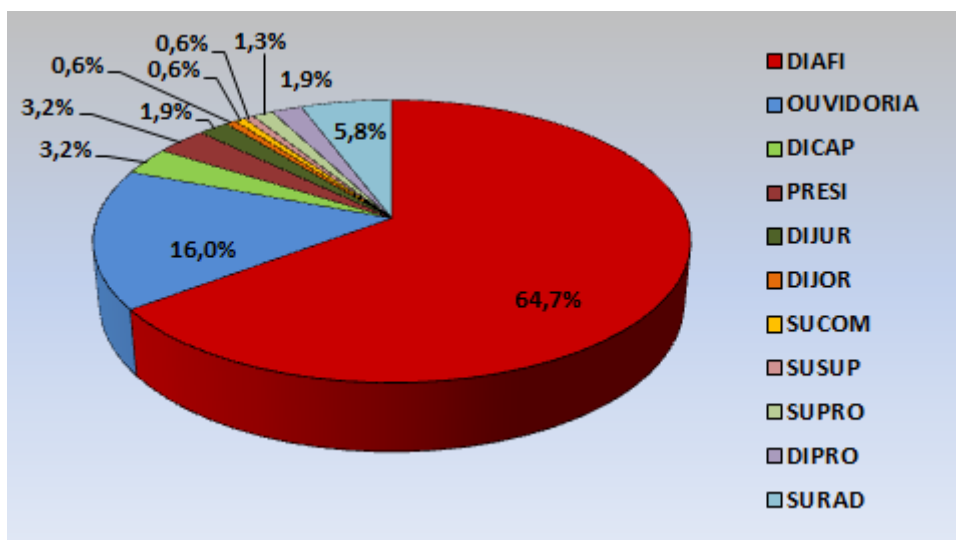
Os pedidos de informações de maio a julho são apresentados abaixo por área de competência, em dados absolutos e percentuais.

**Figura 20 - Pedido de Informação por Área de Competência**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

**Figura 21 - % Pedido de Informação por Área de Competência**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

O prazo médio de resposta dos pedidos de informação do SIC/EBC foi de 4,5 dias, em cumprimento a Portaria Presidente 178 – A de 18.05.2012 e a Lei de Acesso à Informação Nº 12.527 de 07 de Novembro de 2011 que estabelece o prazo em 20 dias, prorrogáveis por mais 10 dias.

### 2.3. Pesquisa de Satisfação

A Ouvidoria implantou junto ao atendimento do S A U, desde janeiro de 2012, a aplicação de uma Pesquisa de Satisfação por meio de questionário, que é encaminhado via e-mail ao final de cada atendimento, como forma de obter feedback dos serviços prestados aos cidadãos pela EBC.

A pesquisa de satisfação aplicada investigou 03 aspectos do atendimento: como o usuário avalia o atendimento, como avalia o tempo do atendimento e se a demanda foi atendida. Desta forma, identifica os aspectos mais importantes de um atendimento: a eficiência, a celeridade e a eficácia.

A definição do tamanho da amostra se deu por meio do método estatístico aleatório, dado o total das manifestações nos últimos três meses, que foi de 889. Para a obtenção de um resultado que reflita o comportamento da satisfação do usuário em relação ao atendimento, com nível de confiança de 95% e margem de erro de 10%, a amostra ideal é de 88 questionários respondidos no trimestre, ou seja, aproximadamente 29 (vinte e nove) questionários/mês.

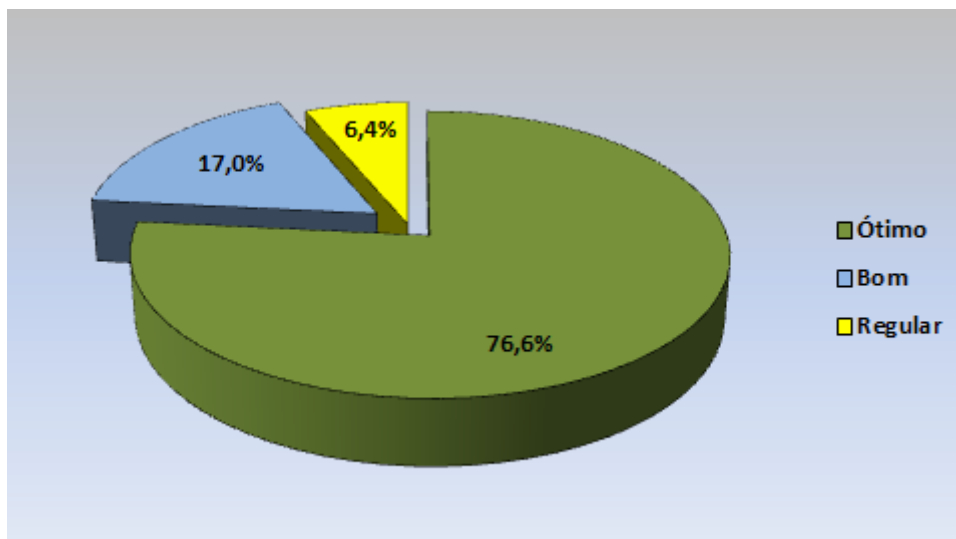
O retorno dos questionários enviados aos usuários de janeiro a abril não atingiram percentuais significativos da amostra mínima necessária (29 questionários/mês) para se aproximar da confiabilidade necessária a pesquisa para fazer as devidas generalizações. Nos meses de maio a julho, foram recebidos 47 questionários, perfazendo 53,4% do tamanho ideal da amostra.

De acordo com as regras estatísticas os 47 questionários são representativos para uma amostra piloto do resultado da Pesquisa de Satisfação e possibilitaram avaliar a satisfação dos usuários.

A satisfação do usuário, no trimestre, em relação ao atendimento, levando em consideração o questionamento: “Como você avalia o atendimento?”, conforme as Figuras 22 e 23, 76,6% dos usuários avaliaram o atendimento como “ótimo”, 17,7% avaliaram como “bom”, sendo assim, 94,7% dos usuários aprovam e afirmam a eficiência do atendimento da EBC. Os demais, 6,3% avaliam o atendimento como sendo “regular” com frequência concentrada no mês de junho.

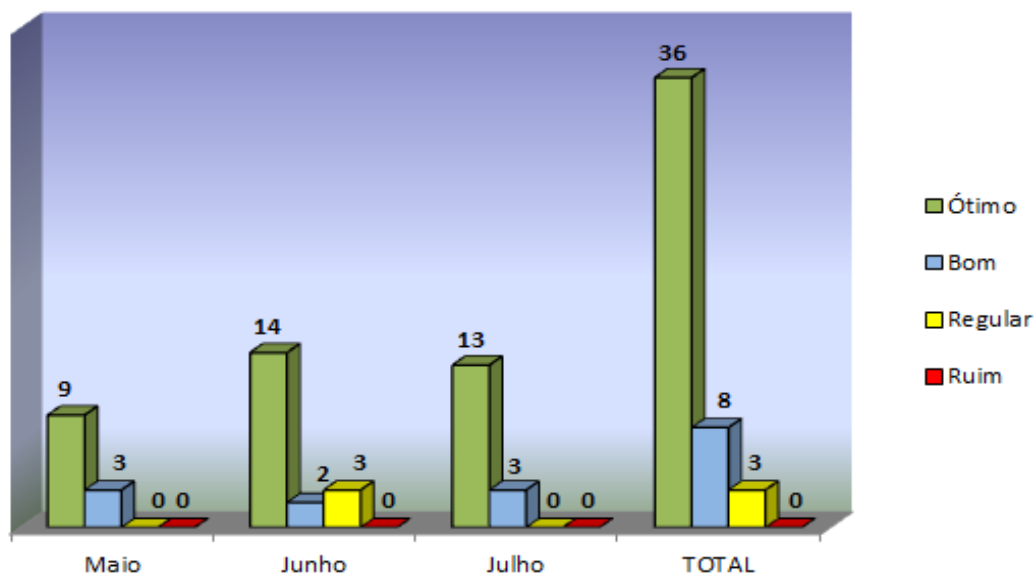
As avaliações que indicam o atendimento como regular foram 03 (três). Duas dessas, em função de da discordância da resposta e a terceira em função da demora da resposta, pois afirma o usuário “*devido à demora não mais surte efeito, uma vez que era para uma atividade numa escola*”.

**Figura 22 - % Pesquisa de Satisfação - Atendimento**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

**Figura 23 - Pesquisa de Satisfação - Atendimento**

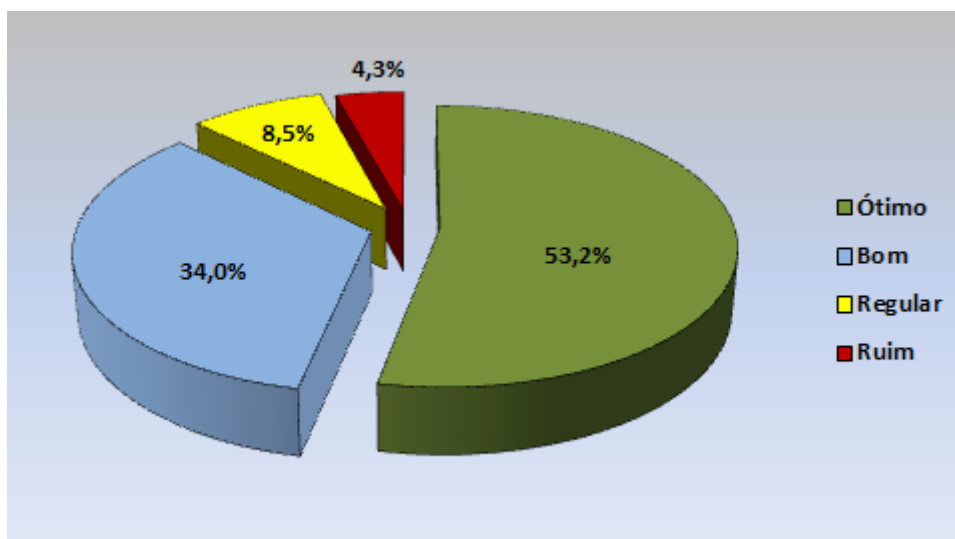


FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

O resultado da pesquisa de satisfação, em relação à avaliação do usuário quando questionado sobre “Como avalia o tempo do atendimento?” estão apresentados nas Figuras 24 e 25. Constatou-se que 53,19% destes avaliaram como “ótimo” e 34,4% como “bom”, ou seja, 87,6% estão satisfeitos com a celeridade do atendimento. No entanto, 8,51% avaliaram como sendo “regular” e 4,26% como “ruim”. A insatisfação com relação ao tempo de resposta do atendimento totaliza 12,77%.

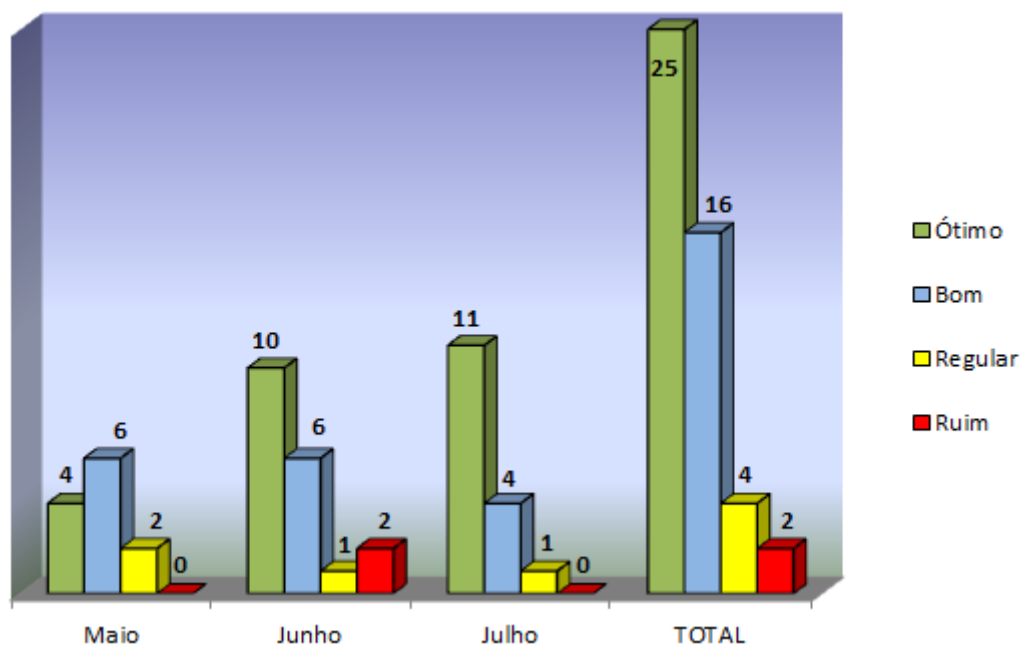
A constatação da insatisfação dos usuários em relação ao tempo de respostas das manifestações aponta a necessidade de maior atenção pelas áreas para o prazo de respostas às manifestações dos cidadãos, como forma de mitigar os impactos desse aspecto sobre os serviços prestados pela EBC.

**Figura 24 - % Pesquisa de Satisfação - Tempo**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

**Figura 25 - Pesquisa de Satisfação - Tempo**

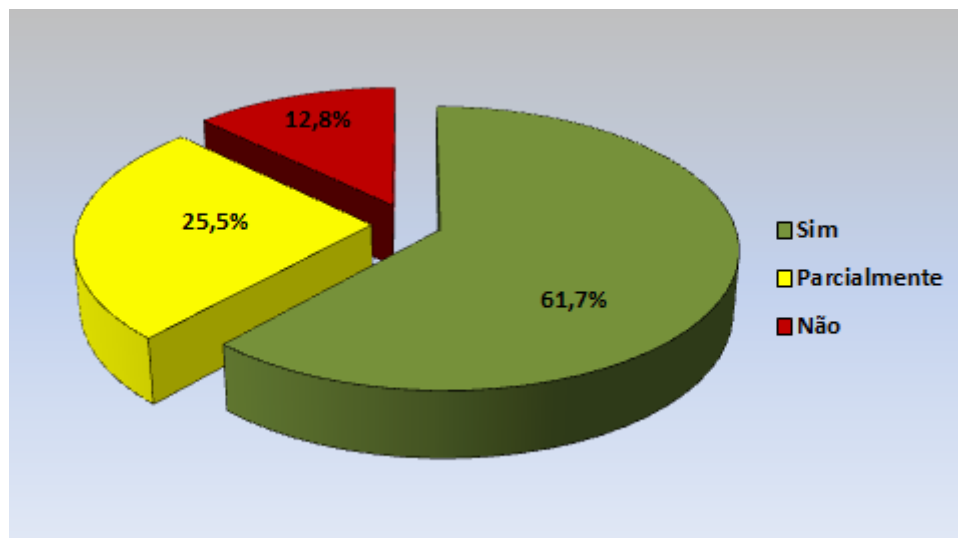


FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

A avaliação do usuário em relação à eficácia do atendimento, por meio da pergunta “Se a demanda foi atendida?”, estão representadas nas Figuras 26 e 27, apresentam como resultado que 61,7% dos usuários afirmaram que “sim”, 25,3% atendidas parcialmente e 12,77% afirmaram que “não” foram atendidos.

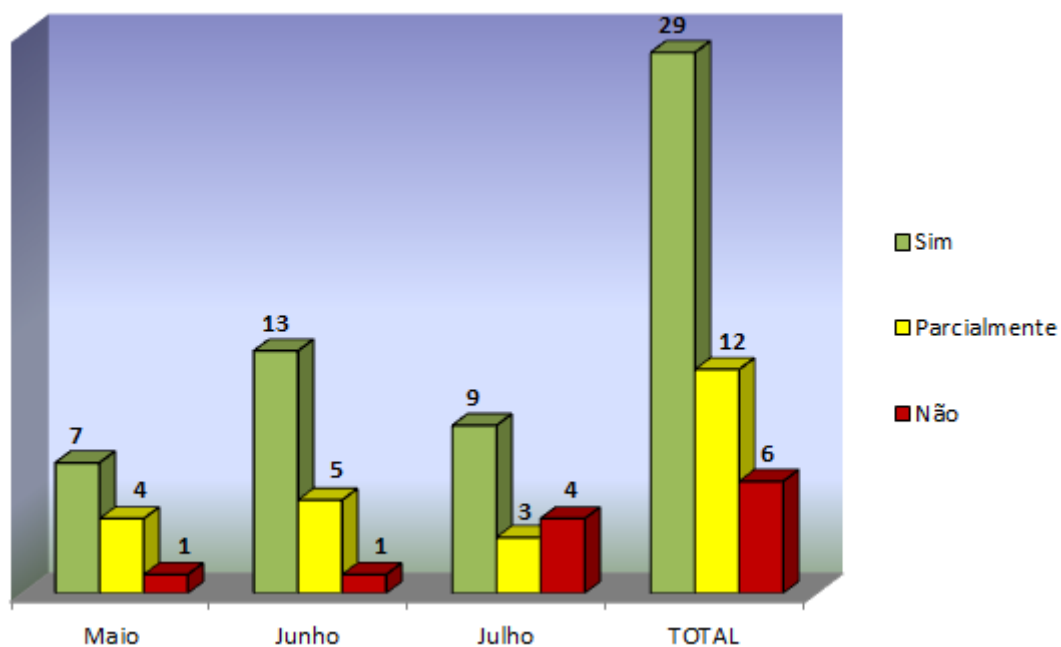
Os resultados da pesquisa de satisfação em relação a esse aspecto é o que mais chama atenção, pois, 38,7 % dos usuários estão insatisfeitos em relação ao atendimento prestado pela EBC, por ter sido dada uma resposta parcial e não atendimento da solicitação.

**Figura 26 - % Pesquisa de Satisfação - Demanda Atendida**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

**Figura 27 - Pesquisa de Satisfação - Demanda Atendida**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

O atendimento das expectativas do usuário, em relação às respostas recebidas, apresenta um nível muito significativo de insatisfação, sendo necessário um levantamento complementar para a devida

compreensão. O levantamento foi feito por meio do cruzamento das informações dos questionários da pesquisa de satisfação respondidos com os respectivos relatórios dos processos de atendimento registrados no NAMBI, onde foram identificadas as reais causas das insatisfações dos usuários.

Nesse sentido, as insatisfações dos usuários com as respostas recebidas estão correlacionadas aos seguintes fatores: a não disponibilização dos vídeos no site (maior incidência), problemas técnicos dos vídeos disponibilizados no site, a não pertinência da reclamação segundo avaliação da área, dentre outras.



### 3. ATENDIMENTO AO CIDADÃO – CENÁRIOS QUANTITATIVOS E QUALITATIVOS

#### 3.1. Serviço de Atendimento ao Usuário - SAU

##### 3.1.1. TV BRASIL

##### 3.1.1.1. Abordagem quantitativa

Nos meses de maio, junho e julho, a Ouvidoria recebeu um total de 671 manifestações. Deste quantitativo, 135 manifestações foram reclamações; 188 elogios; 149 sugestões, 58 comentários e 141 pedidos de informação. Até o fechamento deste relatório, ainda não havia resposta para 18 manifestações.

Segue o detalhamento das demais manifestações:

<b>Comentários</b>	<b>TOTAL: 58</b>
Comentários diversos, que não contém críticas e nem elogios	58

<b>Pedidos de Informação</b>	<b>TOTAL: 141</b>
Pedidos de informações diversas	141

<b>Sugestões</b>	<b>TOTAL: 149</b>
Sugestões diversas	149

<b>Reclamações</b>	<b>TOTAL: 135</b>
<b>Problemas Técnicos</b>	<b>TOTAL:45</b>
Variação de áudio	3
Dificuldades com close caption	1
Sobre falta de sintonia em Macaé, RJ	1
Reclama de sinal intermitente em BH	1
Reclama que o canal digital nunca está no ar em Canoas/RS	1
Falha na transmissão em Moji das Cruzes/SP	1
Fora do ar em Mogi das Cruzes/SP	1
Sinal digital em Campo Grande/RJ	1
TV fora do ar me Campos dos Goytacazes	1
Reclama da imagem recebida pró parabólica (não cita o local)	1
Dificuldade na recepção do sinal analógico	7
Dificuldades na recepção do sinal digital	8

<b>Reclamações (Cont.)</b>	<b>TOTAL: 135</b>
Reclama da variação do áudio da TV Brasil	6
Sem sinal em Ribeirão Preto	2
Em Alcântara, RJ, problemas de recepção de sinal	1
Problemas de recepção, local não informado	3
Problemas com o nível de áudio muito alto nos intervalos	1
Reclama de áudio e imagem em SP, capital	2
Transmissão sem vídeo, apenas com áudio em Ubatuba/SP	1
Em Resende/RJ, problemas de recepção do sinal	1
Reclama do sinal digital, em relação à diferença de horário c/analógico	1
<b>Reclamações / Web TV Brasil /site</b>	<b>20</b>
Reclama de áudio cortado no programa publicado no site	4
Dificuldade de acesso a programas por não encontrar o botão play	1
Reclama que os programas da TV não são exibidos on line	2
Reclama da demora a postagem de programas no site	2
Problemas no vídeo do Sem Censura postado na Web	3
Problemas de acesso à programação na WebTV	2
Postagem de programa na página da TV Brasil	1
Postagem do programa Cara e Coroa	1
Não encontra parte do programa Sem Censura no site	3
Sem imagem em Cabo Frio/RJ	1
<b>Reclamações / Rede</b>	<b>6</b>
Reclama da retransmissora, que veicula publicidade no horário da TV Brasil	2
Em Mococa, reclama pela saída da TV Brasil do ar	1
Reclama da entrada da TV Unisantos na programação da TV Brasil	3
<b>Reclamações / Jornalismo</b>	<b>17</b>
Crítica ao Roda Viva, por não contemplar todos os estados da federação	1
Crítica à cobertura de evento com Marta Suplicy, considerando ato político	1
Erro de informação durante o jogo do América de Natal	1
Sobre comportamento de cinegrafista na cobertura da marcha da maconha	1
Discorda da linha editorial do Repórter Brasil, como “manipuladora”	1
Sobre o tratamento dado pelo RB ao caso da Síria	1
Crítica à unanimidade de pensamento entre convidados Observatório Imprensa	2
Crítica a reportagem sobre acupuntura	1
Erro na grafia da palavra “psicólogo” no crédito de entrevistado	1
Falta de representatividade das regiões do país no Repórter Brasil	1
Aponta erro de informação no RB sobre greve funcionários federais	1

<b>Reclamações (Cont.)</b>	<b>TOTAL: 135</b>
Reclama do Ver TV, por criticar apenas as TV comerciais e não a TV Brasil	1
Aponta erro em crédito de entrevistado do Ver TV	2
Crítica à entrevista com Luana Piovani no Conexão Roberto Dávila	1
Reclama de tratamento preconceituoso no programa cara e Coroa	1
<b>Reclamações / Programação</b>	<b>TOTAL: 46</b>
Crítica à apresentadora Liliane Reis	1
Reclama do Curta TV, que passou filme violento	1
Erro de informação no programa sobre Sandra Brea	1
Discorda da linha editorial do Sem Censura	2
Reclama do Sem Censura, por falas misturadas durante entrevistas	1
Crítica à apresentadora Leda Nagle	1
Reclama da nova programação da TV	1
À condução de entrevistas no Sem Censura	9
Erro na grafia do nome de entrevistado no Revista do Cinema	1
Crítica (equivocada) ao programa Visitando Museus	1
Reclama da mudança de horário do Telecurso	1
Reclama da produção do programa Sem Censura	3
Reclama da redução de horário de Thomas e seus amigos	1
Da linha editorial do Sem Censura	3
Reclama de documentário que considera ir contra a fé cristã	1
Reclama que a programação só apresenta samba e bossa nova	1
Reclama que a TV Brasil não é tão educativa quanto deveria	2
Em filme, troca de nomes: menonitas por meninas	1
Disparidade de horários e informações sobre o Roda Viva TV Brasil/Cultura	1
Filme foi cortado antes do final	1
Reclama da substituição do desenho pouco pelo Pingu	1
Reclama do excesso de reapresentações do Mama África	1
Reclama do excesso de repetições dos mesmos filmes	1
Superficialidade na abordagem do tema programa sobre a Revolução de 1932	1
Reclama que a programação musical não prestigia os artistas gaúchos	1
Reclama da qualidade musical de um dos convidados do Sem Censura	1
Crítica à postura da apresentadora do Sem Censura	2
Reclama que os e-mails que enviou ao Sem Censura não tiveram resposta	1
Reclama de mudança em horário de desenho animado	1
Crítica ao Roda Viva com Rafinha Bastos	1
Reclama de palavrões no programa Alto Falante	1

<b>Elogios</b>	<b>TOTAL: 188</b>
Ao Samba na Gamboa	6
Elogio generalizado à programação da TV Brasil	5
Ao programa Ver TV	5
À entrevista com André Lhion	1
Ao programa Sem Censura	22
Ao episódio Hein?! Hein?! Hein?!	1
Ao programa A TV que se faz no mundo	2
Ao Roberto Dávila	5
Caminhos da Reportagem	13
Ao Força da Vida	3
À TV Brasil	13
Ao Menino Maluquinho	2
A Vida por Um Fio	2
Ao Repórter Brasil	7
Cara e Coroa	7
Sábados Azuis	2
Vários programas e à TV Brasil	3
Esportevisão	1
Roda Viva	2
Janela Janelinha	3
Musicograma	1
TV Brasil Internacional	1
À atriz Lucélia Santos em uma entrevista	1
Ao Jornalismo da TV Brasil	2
Aos programas sobre África	9
Ao programa sobre Leila Diniz	1
Ao 3 a 1	1
Filme	1
Documentário	1
Paratodos	1
Protetores do Mundo	1
Karku	4
Programa do Dia dos Namorados	1
Programação infantil	4
Jornalismo	2
À Leda Nagle	6
À toda programação	4
Documentário sobre a Amazônia	1
50 anos do Bi	1

<b>Elogios</b>	<b>TOTAL: 188</b>
Ao Luiz Azevedo5	1
Cobertura da Rio+20	1
Diogo Nogueira	1
A todos da Ouvidoria	1
À entrevista com João Bosco no Conexão Roberto Dávila	4
À reportagem sobre o INCA	1
A uma entrevista sem identificação do programa	2
À TV Brasil pelos programas para a Terceira Idade	1
Ao Cine Ibermedia	1
À programação da TV Brasil	11
Aos profissionais da TV Brasil	4
Ao programa Brazilianas	1
Ao programa Oncotô	1
À série Thomas e seus amigos	1
Ao Caminhos da Reportagem sobre transporte ferroviário	1
Aos apresentadores do De lá pra cá	1
A programa sobre pirataria	1
À EBC	1
Ao Jarbas, do Cabaré	1
A reportagem sobre reforma psiquiátrica	1
À série Nova África	1
ABZ do Zivaldo	1
A Sérgio Brito	1

### 3.1.1.2. Abordagem qualitativa

No mês de maio, os dados quantitativos apontaram para o que consideramos uma positiva aproximação do público, que passa a valorizar os aspectos mais relevantes e de qualidade do trabalho que está sendo levado ao ar. O quadro descritivo na seção anterior deste relatório mostra quais as produções que foram elogiadas, não sendo necessário, portanto, darmos relevo às comunicações aqui. Embora os elogios sejam estimulantes e necessários em qualquer tipo de atividade, são as críticas que possibilitam o reconhecimento dos pontos que requerem um maior investimento de qualidade – e é a função que este relatório busca cumprir quando dá relevo às críticas.

Outro aspecto positivo vem da manifestação do telespectador Francisco Silvanio Ferreira, do Rio de Janeiro, sobre uma questão que tem sido nosso maior desafio: distensionar a forma como os responsáveis pelos setores de produção de conteúdos da TV têm encarado as críticas dos telespectadores. O Sr. Francisco reconhece como “de excelência” o trabalho da TV Brasil, pelo tratamento dispensado à sua crítica sobre um problema que tem sido recorrente. Transcrevemos, abaixo, a íntegra da mensagem:

*“Gostaria de parabenizá-los pelo trabalho desenvolvido por todos os funcionários da TV Brasil, realmente um trabalho de excelência em todos os setores, principalmente em prestação de contas e interação com o público, A gestão da TV Brasil é espelho para todos os outros órgãos públicos de como se administra um serviço público com qualidade. Bem, no programa "O Público na TV" dia 10/05/2012 estava o Sr. André Barbosa, superintendente de suporte da EBC, respondendo dúvidas de telespectadores, por sinal muito solícito, objetivo e sincero. Tenho TV de formato 16:9 com conversor integrado e TV formato 4:3 com conversor digital sendo assim recebo o sinal das tvs que transmitem em digital e HD, na tv com formato 4:3 a Imagem da TV Brasil vem com barras laterais o que só deveria acontecer na TV de formato 16:9, já que a TV Brasil transmite nesse formato como bem esclareceu o Sr. André Barbosa. A imagem está fantástica assim como outros canais digitais mesmo com transmissão ainda em analógico como bem frisou o Sr. André. Desde já agradeço-lhes a atenção. FRANCISCO SILVANO FERREIRA. (21) 8177-4072. RIO DE JANEIRO.”*

Esta mensagem vem confirmar nossa percepção de que a transparente e sincera prestação de contas, a correção de erros e admissão de dificuldades para solucionar questões nos coloca em um bom

patamar de credibilidade junto ao público. É o que tentamos fazer ao abordar alguns aspectos críticos da TV no programa de Ouvidoria, *O Público na TV*.

No mês de junho, cabe destacar que a Ouvidoria recebeu duas críticas que não se referem diretamente à programação da TV Brasil: Francisco de Assis Magalhães (proc. 677-TB-2012) critica a representação do governo no Conselho da EBC, atribuindo a isso o que avalia como falta de independência do Jornalismo; Martinho Lara Gaia (processo 701-TB-2012) diz que, em viagem à República Dominicana teve oportunidade de assistir a TV Brasil Internacional e ele critica o fato de não haver legenda em outros idiomas na programação, de forma a atrair o público do exterior.

No mês de julho, as manifestações recebidas pela Ouvidoria continuam a apontar o crescimento dos elogios, o que não deixa de ser positivo, embora não tenhamos elementos para detalhar as manifestações do ponto de vista da segmentação de público – quem se interessa por qual programa, levando-se em consideração aspectos tais como faixa etária, grau de instrução e verificação de audiência. No entanto, em uma avaliação dos dados coletados nas comunicações, percebemos que o público que se manifesta à Ouvidoria tem demonstrado crescente satisfação com a programação da TV Brasil (11 elogios). Destacamos, como exemplo, a manifestação de Francisco Adão, de Niterói-RJ (processo 872-TB-2012):

*“Boa tarde para todos! Sou fã da TV Brasil! Considero a melhor opção de canal entre as tvs abertas. Sempre está passando alguma coisa interessante na TV Brasil. No pouco tempo que fico em casa assisto todos os programas, inclusive até "Papo de Mãe", a melhor opção para domingo as 19 horas. Sou engenheiro civil trabalhando com consultoria e cálculo estrutural, 65 anos de idade e 41 anos de formado”.*

Os profissionais da TV Brasil também recebem menções elogiosas (3), como mostra a manifestação de Mauro Furtado da Cunha (processo 926-TB-2012):

*“Quero levar a todos os trabalhadores da TV Brasil, especialmente aos responsáveis pela grade de programação, o meu agradecimento, o meu apoio, minhas congratulações, enfim, meus parabéns pela programação que tem colocado no ar. Especialmente no tocante aos programas relacionados à vida selvagem, ao planeta, que peço que mantenham no ar. Além de educativos, tais programas são excelentes no momento de laser e convívio com os familiares. Mais uma vez, mantenham estes programas, e mais uma vez parabéns.”*

### 3.1.1.2.1. Percepção dos telespectadores

No mês de maio, destacamos o expressivo crescimento do número de elogios, em comparação com os dois meses anteriores – em março tivemos 21 elogios para 28 reclamações; em abril, 26 elogios para 29 reclamações; em maio tivemos 70 elogios distribuídos entre diversas produções (*ver quadro detalhado*) contra um total de 37 reclamações distribuídas pelas diversas áreas.

No mês de junho, permanece a tendência de crescimento dos elogios, registrada no mês anterior. Entre os programas mais elogiados está o *Sem Censura*, com 12 manifestações. Por outro lado, o programa também foi o que mais recebeu comentários críticos no mês: foram 13 manifestações, nove das quais referentes a uma mesma edição, a de 29.05.2012. A maioria das críticas referia-se ao confronto de opiniões entre os entrevistados e não exatamente ao programa, conforme podemos ver na manifestação de Bruno Cesar (processo 706-TB-2012):

*“Escolha muito infeliz ao trazer duas opiniões divergentes sobre modulação hormonal e não permitir o debate salutar. Os defensores de ambas as vertentes se sentiram constrangidos e extremamente frustrados com a falta de respeito, por parte da apresentadora, com os convidados. Se o assunto é, sabidamente, polêmico, então que permitisse a argumentação embasada dos convidados ou evitasse o encontro. Da maneira como foi conduzida a entrevista, nada foi esclarecido para uma população cada vez mais exigente. As dúvidas persistiram e não se pôde tirar conclusões nenhuma. Sugiro um novo encontro dos dois representantes visando um debate REAL e não um "ensaio", se é que podemos definir assim. Lamentável...”*

Portanto, em casos como este, consideramos que deva haver uma interpretação diferenciada dos registros de manifestações classificadas pelo sistema da Ouvidoria como “reclamações”, da mesma forma que temos que ler com certa reserva as manifestações classificadas como “elogios” e que vêm acompanhadas de um sugestão de pauta ou do interesse do demandante de ter seu produto/serviço divulgado no programa.

Pelos assuntos/programas citados pelos demandantes, de uma forma geral percebemos que o nível de audiência dos programas jornalísticos é maior, fazendo supor um público de nível cultural mais elevado. O *Caminhos da Reportagem* está entre os programas jornalísticos mais elogiados, principalmente pela edição



sobre comunidades quilombolas, sobre a qual recebeu mensagem do Presidente da Fundação Palmares, Eloi Ferreira. O destaque foi citado em uma das edições do programa da Ouvidoria, *O Público na TV*, e a reproduzimos aqui (processo 663-TB-2012):

*“À TV BRASIL. Cumprimento à Direção de TV Brasil, bem como a todos os colaboradores, e especialmente Big Richard, pela grande matéria, documentário/jornalismo exibido pelo canal de TV Brasil neste dia 24 de abril. Destaco que a coragem para dar visibilidade aos remanescentes de Quilombos, um tema desta dimensão, é prerrogativa de Emissora Pública. Joaquim Nabuco, durante o processo que colocou fim à escravidão de negros e negras, vaticinou que os efeitos da sociedade escravista permaneceriam por cem anos na sociedade brasileira. O ilustre abolicionista errou. Havidos 124 desde o fim de escravidão, seus efeitos perversos ainda estão presentes. Seja quando os negros ocupam as funções menos qualificadas ou na falta de oportunidades iguais para o acesso aos bens econômicos e culturais contemporâneos, como mostrou o programa sobre nossos irmãos quilombolas.*

*Parabéns à Rede Brasil!*

*Parabéns ao Big Richard!*

*Sigam neste caminho que a nação os acompanhará.*

*ELOI FERREIRA DE ARAUJO*

*Presidente da Fundação Cultural Palmares”.*

Os elogios não se restringem apenas a programas. Alguns telespectadores enviam e-mails à Ouvidoria com referências elogiosas aos funcionários, à programação como um todo e ao advento de uma TV pública. Entre essas manifestações, destacamos a do Sr. Francisco Silvanio Ferreira, que, além dos elogios, nos dá a indicação de que ao tratarmos abertamente das eventuais fragilidades operacionais e/ou de conteúdo da TV Brasil angariamos a confiança por parte do público, agregando credibilidade à TV pública. (processo 739-TB-2012):

*“Gostaria de parabenizá-los pelo trabalho desenvolvido por todos os funcionários da TV Brasil realmente um trabalho de excelência em todos os setores, principalmente em prestação de contas e interação com o público. A gestão da TV Brasil é espelho para todos os outros órgãos públicos de como se administra um serviço público com qualidade. Bem, no programa " O Público na TV ", dia 10/05/2012, estive o Sr. André Barbosa, superintendente de suporte da EBC, respondendo dúvidas de telespectadores, por sinal*

*muito solícito, objetivo e sincero. Tenho TV de formato 16:9 com conversor integrado e TV formato 4:3 com conversor digital, sendo assim recebo o sinal das tvs que transmitem em digital e HD, na TV com formato 4:3 a Imagem da TV Brasil vem com barras laterais o que só deveria acontecer na TV de formato 16:9, já que a TV Brasil transmite nesse formato como bem esclareceu o Sr. André Barbosa. A imagem está fantástica assim como outros canais digitais, mesmo com transmissão ainda em analógico como bem frisou o Sr. André. Desde já agradeço-lhes a atenção”.*

Em resposta, a Ouvidoria garantiu que transmitiria a manifestação a toda a direção, conforme segue:

*“Manifestações como a sua é que nos dão a certeza de que o nosso trabalho está no caminho certo, na busca de uma TV Pública de qualidade. Sua mensagem será repassada a todos os gestores da EBC, inclusive ao Presidente, Nelson Breve, com especial atenção ao Superintendente de Suporte, André Barbosa. Em nome de toda a EBC, nossos calorosos agradecimentos. Estamos sempre à disposição.”*

No mês de julho, uma reclamação chegou à Ouvidoria através de ofício. A manifestação da professora Cláudia da Silva Santos, Reitora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco (processo 1036-TB-2012), que reclama que o programa *Cara e Coroa*, exibido no dia 22 de julho, cuja pauta era inovação e desenvolvimento tecnológico, “retrata o Nordeste de forma discriminatória e preconceituosa”, em reportagem “cheia de clichês, desrespeito e desinformações”. A demandante ressalta como discriminatório – e transcreve em seu ofício - o texto com que o jornalista Milton Coelho da Graça dirige-se ao jovem estudante pernambucano que teve um invento patenteado: “*Como você, um rapaz franzino, de Pernambuco, consegue pensar em algo que ninguém no mundo nunca pensou?*”. E ela continua em sua crítica: “*Pernambuco é, atualmente, o Estado que mais cresce. Nosso PIB é maior do que o do Brasil. É, portanto, uma ofensa referir-se a um inventor por sua aparência física. As formas de violência e crueldade têm suas raízes nos contextos sociais, históricos e políticos. A mídia não pode e nem deve reproduzi-los.*”

Entre outras críticas, a demandante aponta, ainda, que o “apresentador, ao mencionar a Torre Malakoff, imita o sotaque nordestino, como a maioria dos habitantes do eixo sul-sudeste, de forma pejorativa”. E conclui:

*“Esse tipo de programa deveria atuar, como sugerem os contemporâneos teóricos da comunicação, como educador e não exibir um péssimo exemplo, excluindo nordestinos, tratando-os com ironia e de forma aética.(...) Reiteramos a necessidade de se refletir sobre o tratamento dado às notícias. (...) Apesar do senhor Milton Coelho ter Graça no nome, não teve a menor graça o que ele fez com a gente.”*

### 3.1.1.2.2. Percepção da Ouvidoria

Ao longo dos três meses, observamos:

- Algumas das atrações da faixa de programação infantil *Hora da Criança*;
- A abordagem de pauta jornalísticas, de viés relacionado à defesa do meio ambiente, sobre matéria exibida no Repórter Brasil;
- A propósito de uma demanda, analisamos a edição de 22/07 do programa Cara e Coroa.

Sobre a programação infantil:

*Hora da Criança* – faixa de produções infantis que ocupa em torno de sete horas da programação, a partir das 9h da manhã – nos chamou a atenção em um aspecto que compartilhamos no sentido de provocar a reflexão, por entender que o assunto merece atenção especial. A televisão exerce uma natural função pedagógica, quando reforça opiniões, lança modismos, dita comportamentos e dialoga, através da informação jornalística, com a opinião do público adulto.

Os estudos sobre a formação da criança também levam em consideração a interação com conteúdos televisivos a que as crianças em tenra idade estão cada vez mais expostos, principalmente aquelas das classes menos favorecidas que tem poucas opções de lazer. Não cabe aqui nos estendermos sobre as teorias da formação da criança, mas queremos chamar a atenção para o fato de estarmos tangenciando esta área, quando nos propomos a um empreendimento que ocupa quase 1/3 da programação. Uma faixa tão ampla pressupõe um projeto para além das três funções clássicas do veículo, qual seja entretenimento, informação e educação, resvalando para o delicado território da “formação” - aliás, o que pode ser confirmado na sinopse de um dos programas infantis da *Hora da Criança*.

Partindo desses pressupostos, analisamos três produções da grade: *Thomas e seus Amigos*; a série canadense *Poko*, e *Dangobalango*.

Na sinopse da série *Thomas e seus Amigos* está explícita a intenção de “formação da pessoa”:

*“Um dos melhores companheiros das crianças, o trenzinho dotado de uma personalidade espertinha, trafega na ferrovia da Ilha Sodor. Ele leva seus amigos e crianças para toda a*

*parte em busca de aventuras que ensinam lições valiosas sobre descobertas, amizade e cooperação.*

*Descrição: Trens e outros veículos ganham vida para **dividir importantes ensinamentos que ajudam na formação das pessoas** (Thomas & Friends)” – [grifo nosso]*

A descrição do programa fala de “importantes ensinamentos que ajudam na formação das pessoas”, desconhecendo o contexto histórico, sócio-político-educacional ocorrido desde quando o projeto foi concebido (há 60 anos) e os dias atuais:

*“Há mais de 60 anos, Thomas é um dos personagens mais conhecidos no mundo. Ele e seus amigos, um trem, um trator e um helicóptero, além de Sir Topham Hatt, presidente da ferrovia e responsável por seu bom funcionamento. Eles exploram as mais incríveis aventuras mexendo com a imaginação dos baixinhos de diversos lugares do planeta”.*

No episódio do dia 7/06, a produção voltada ao público infantil descreve a situação de exploração pelo trabalho - que hoje a sociedade condena com veemência - quando o trenzinho Thomas se esforça para ser competente, fica atordoado de cansaço, erra toda a tarefa e é salvo pela generosidade de Sir Thomas Hatt, que no desenho é a representação clássica dos magnatas ingleses e americanos da década de 1960. O mote pedagógico do episódio é “colaboração”. Mas será que a mente infantil será capaz de filtrar, de todo o episódio, apenas a informação subjetiva? Que peso terão os personagens e seus lugares sociais na cena? Com qual dos personagens a criança eventualmente se identificará?

Na hipótese de serem consideradas impertinentes estas questões, resta ainda uma pergunta: o que pretendemos que nossas crianças aprendam de um contexto que descartamos como ideologicamente inadequado, se pretendemos “contribuir com a formação” dos futuros cidadãos através das mesmas mensagens?

A série de animação *Poko*, produção canadense de 2003, também adentra o território delicado da sensibilidade da criança. A animação trabalha sobre os pequenos dilemas vivenciados pela maioria das crianças na primeira infância, no que parece ser uma tentativa de “ajudá-las a lidar com as frustrações” e outros sentimentos, conforme a descrição da série em outros canais onde já foi exibida.

A pergunta é simples: produtos televisivos são instrumentos adequados para lidar com a questão emocional de crianças? Por que pretendemos entrar neste território? A produção do desenho teve consultores pedagógicos ou psicológicos que acompanharam e avaliaram o projeto? Em uma breve pesquisa, encontramos a lista de todos os membros da equipe de produção, mas não encontramos referência a consultores técnicos. Caso tenha havido, consideramos que esta é uma informação imprescindível, já que alguns episódios abordam questões pertinentes à psicanálise infantil (*ver episódio de 07/06*).

*Dangobalango*, uma outra produção direcionada a crianças, tem um quadro denominado “Histórias arrepiantes”, onde as alegorias que cercam o tema “morte” - cemitério, cadáver, assombração etc - são realçadas pela competente interpretação de um ator (digna de teatro adulto) que agrega uma alta carga de dramaticidade ao texto. Também aí a produção tangencia um território delicado, já que o público de televisão, mesmo apenas a faixa infantil, é heterogêneo – o que para algumas crianças mais crescidas poderá parecer uma fantasia, para outras poderá ter uma carga emocional negativa, como mostra a manifestação da telespectadora:

*“De: zenilda*

*E-mail: zenilda.mar@hotmail.com*

*Para: Atendimento TVE - Rede Brasil*

*Enviado em: 25/10/2011 16:30:11*

*Assunto: Crítica*

*O Dangobalango é um programa que tenho certeza que não é aconselhável para crianças. Tenho netos e eles não gostam; não suportam, têm medo e o personagem Capa é horrível. Tem hora que é chamado de “capeta, coisa ruim”, estes nomes são dirigidos ao diabo. Vocês deveriam mudar um pouco, já que os personagens são crianças, espero que analisem a minha crítica, caso deveriam é tirar do ar.”*

Nesta mesma edição do programa, um quadro explica - sem que haja uma justificativa para o assunto - o que é a tristeza, dizendo que “tristeza é uma coisa que aperta muuuuito o coração”, e apenas isso! Também não nos cabe aprofundar conhecimentos de psicanálise infantil, mas sabemos que a depressão é um quadro patológico que se apresenta também em crianças, o que há bastante tempo vem despertando a atenção da comunidade científica. Qual seria, por exemplo, o sentimento de uma criança nestas condições ser instigada, por um programa infantil, a pensar na sua condição de “tristeza”?

Em nossa avaliação, há um excessivo apelo a situações emocionais e afetivas para as quais o veículo e as produções televisivas não tem o instrumental adequado para lidar e nem o público infantil tem a necessária condição de discernir.

Por ser uma faixa de programação muito extensa e todas as produções terem classificação indicativa Livre, crianças em diferentes níveis de maturidade emocional ficam expostas a conteúdos nem sempre adequados para seu nível de compreensão, já que não há uma organização muito clara entre as faixas etárias a que se destinam os programas. Mesmo sabendo que a grande maioria dos pais e mães não mantêm um controle rigoroso sobre o que seus filhos assistem na televisão – e também por isso! - seria conveniente que a TV pública oferecesse uma sinopse mais descritiva do que são as produções, indicando, inclusive, se houve consultoria pedagógica/psicológica no projeto e quais são as situações da vida infantil que abordam – já que as produções exibidas na emissora apresentam esse caráter de “formação da pessoa”.

Assim como os brinquedos infantis trazem na embalagem a recomendação da idade a que se destinam, uma classificação indicativa elaborada pela própria emissora e que constasse na sinopse do programa seria um ação de responsabilidade social, que geraria confiabilidade.

#### Sobre reportagem do Repórter Brasil:

Na primeira semana de junho, uma reportagem exibida no telejornal Repórter Brasil nos chamou a atenção para um importante aspecto da abordagem, pela TV pública, de determinadas pautas que têm como principal apelo a preservação do meio ambiente, e que são propostas pelas assessorias de comunicação de empresas, associações com caráter comercial e mesmo autoridades de governo. A reportagem em questão refere-se ao anúncio, pela Prefeitura de São Paulo, de que a frota de táxis da cidade seria de carros elétricos e que as primeiras unidades já começariam a rodar na semana seguinte.

A notícia foi levada ao ar em todas as emissoras de TV e em diversos outros canais de comunicação. O enfoque principal da notícia era a redução da poluição do ar, já que o carro elétrico não emite poluentes. A TV Brasil também noticiou a novidade, com abordagem semelhante à das demais emissoras.

Para melhor compreensão desta análise e necessário cotejamento, transcrevemos o texto da matéria, com os trechos que queremos realçar destacados em **negrito** e numerados de acordo com os aspectos citados:

- A adesão editorial ao que está sendo noticiado (1) ocorre logo no texto da apresentação, quando realça o atrativo que está sendo divulgado pelos agentes comerciais interessados na “venda” do produto – “com zero de poluentes”: esta qualificação, além de desnecessária, induz a atenção dos telespectadores exclusivamente para o aspecto positivo da informação, interferindo na possibilidade de avaliação autônoma dos fatos contidos na notícia. Da forma como se apresenta, o fato está sendo legitimado pela reportagem, que comemora a novidade que trará benefícios ao meio ambiente.
- Na edição, a declaração do taxista (2) corrobora o tom elogioso encaminhado pelo texto da reportagem.
- A seguir, a repórter descreve (3) as “grandes vantagens” do carro elétrico, reforçando o caráter opinativo, quando acrescenta: (4) “quando a gente fala em poluição, não quer dizer apenas os gases que saem pelo cano de escape, mas também a poluição sonora. (5) ...basta pisar no freio e apertar o botão. E pronto, o carro está ligado e sem qualquer tipo de barulho.”
- O entrevistado que vem a seguir, (6) anuncia outras qualidades do carro elétrico, deixando a reportagem com um aspecto ainda mais publicitário.
- Ao referir-se ao (7) “problema” do carro elétrico, a reportagem dá a deixa para a declaração do prefeito de São Paulo, (8) que vem logo a seguir, indicando que o negócio a que ele deu início com a efetivação do acordo com o consórcio Nissan-Renault vai precisar da adesão do governo. Na declaração, Kassab diz que para tornar o carro elétrico mais barato e popular vai ser necessário “convencer” o governo da necessidade de redução de carga tributária. Não precisamos dizer que a divulgação pela mídia jornalística é uma das mais importantes estratégias para se construir a adesão do público, para, posteriormente, “convencer” o governo. Não podemos perder de vista que a redução da carga tributária é também investimento com dinheiro público.
- Em seguida, a entrevista com a diretora da Faculdade de Saúde Pública da USP estabelece, de forma burocrática, o postulado jornalístico do contraditório. Digo “burocrática” porque não há, na reportagem, a menor consequência para o que ela diz, ficando a declaração apenas como um



encaixe. Note-se, também, que até mesmo o “crédito” da entrevistada prejudica a credibilidade da informação que ela oferece, porque a função descrita não a qualifica, claramente, para opinar sobre fontes energéticas, mas certamente poderia falar sobre a qualidade do ar na vida das pessoas.

- Após a fala da diretora, o texto retoma o tom adjetivado (11), para fechar a matéria de forma ainda mais inadequada. A declaração exagerada do taxista (12) dá uma ideia muito clara do que seja a desinformação, quando supõe que o carro elétrico vai proporcionar “um futuro bom para São Paulo, para acabar com essa poluição”.

#### REPÓRTER BRASIL, EDIÇÃO DE 6/06/2012

APRESENTADORA: Os primeiros táxis totalmente elétricos do Brasil, (1) **com emissão zero de poluentes**, começam a rodar na semana que vem em São Paulo. Até o fim do ano, dez estarão em operação na cidade.

REPÓRTER: Trinta e quatro anos de praça e o senhor José nunca imaginou que um dia iria dirigir um carro elétrico.

TAXISTA/JOSÉ ANTÔNIO NUNES: (2) **Ainda mais um carro como este, todo completo, todo elétrico.**

REPÓRTER: O taxista é um dos dez profissionais que começam a trabalhar com os primeiros veículos 100% elétricos da frota paulistana. (3) **A grande vantagem do táxi elétrico é que o índice de poluição dele é zero.** (4) **E quando a gente fala em poluição, não quer dizer apenas os gases que saem pelo cano de escape, mas também a poluição sonora.** (5) **Este carro aqui não emite qualquer tipo de ruído. Para ligar o veículo, basta pisar no freio e apertar o botão. E pronto, o carro está ligado e sem qualquer tipo de barulho.** Por dentro, o carro mais parece um videogame.

(6) ENTREVISTADO 1: Você tem câmera de ré, ele informa onde a traseira do veículo vai ser colocada.

REPÓRTER: Por fora, um veículo comum. A diferença está no compartimento da frente, que tem uma entrada para energia elétrica. Numa tomada comum, seis horas de carga garantem 160km de autonomia. (7) **O**

**problema ainda é o preço.** Quando foi apresentado no Brasil, no fim do ano passado, o valor estimado era de R\$ 100 mil.

(8) PREFEITO DE SÃO PAULO/GILBERTO KASSAB: Vai baratear na medida em que ela seja ampliada e o convencimento do governo em relação à necessidade de diminuição da carga tributária.

REPÓRTER: Os veículos que fazem parte do projeto piloto devem começar a rodar na semana que vem, na região da Avenida Paulista.

(9) DIRETORA DA FACULDADE SAÚDE PÚBLICA/USP/HELENA RIBEIRO: A emissão desses taxis inexistente, mas também a gente precisa ver que a mesma energia (trecho inaudível) ela tem algum impacto na inundação de áreas florestais, em áreas agrícolas. Então, ele não é um carro totalmente limpo.

(11) REPÓRTER: Por enquanto, ainda não se sabe quanto o veículo irá custar para os taxistas. **Mesmo assim o senhor Alberto gostou da ideia de economizar combustível e ajudar o meio ambiente.**

(12) TAXISTA/ALBERTO DE JESUS RIBEIRO: Um futuro bom para São Paulo, para acabar com essa poluição.

A reflexão que queremos trazer, ao analisar a reportagem sobre carros elétricos, aponta para a urgência de se observar, no trabalho cotidiano da produção de notícias, como se dá a compreensão dos profissionais sobre a prática jornalística diária e seu próprio entendimento do que possa ser a notícia a partir de um veículo público de comunicação.

O anúncio da compra dos carros elétricos ocorreu no contexto de instalação da Rio+20, em uma correta ação da assessoria de comunicação do consórcio Nissan-Renault e da Prefeitura de São Paulo, destacando o fato de ser o carro elétrico um veículo “limpo”. As emissoras comerciais enalteceram os benefícios do carro elétrico ao meio ambiente, como não poderia deixar de ser em uma relação onde o grande interesse é o anunciante. Uma pesquisa ligeira daria a conhecer o imenso esforço que o consórcio em questão tem feito para introduzir os carros elétricos no país, inclusive tentando “convencer” - como disse o prefeito Gilberto Kassab na reportagem - o governo brasileiro a conceder benefícios e redução da carga tributária. Uma disposição comercial e não propriamente ambiental, é preciso notar.

Mas também não estamos, nesta reflexão, discutindo a questão ambiental eventualmente embutida no assunto, porque a nós interessa apenas mapear o lado da questão em que se posiciona o trabalho jornalístico da TV pública. Quanto a isso não nos resta dúvida de que seja ao lado do cidadão. Entendendo que o foco da matéria não é a questão ambiental, temos que voltar o olhar para o cidadão e perceber, minimamente, que o assunto envolve o dinheiro público – e por isso é de interesse público e do público.

Não cabe aqui, neste momento, ampliar as informações sobre a história da indústria automobilística para implantar os carros elétricos no Brasil, o que remonta há alguns anos.

A nós interessa refletir sobre algumas questões que nos afetam diretamente. Somos uma emissora pública, cuja definição, entre outras, indica o papel de complementaridade ao sistema privado – por que então tratamos o assunto da mesma forma que as outras emissoras? O Repórter Brasil vai ao ar depois de todos os outros telejornais – por que demos a notícia como as demais redes de televisão, perdendo a oportunidade de contextualizar a informação, examinando aspectos que a própria realidade cotidiana leva o cidadão comum a questionar?

Na entrevista, a diretora da USP ensaia algumas questões relevantes que não encontram eco na reportagem - e a essas, outras mais poderiam ser agregadas. Por exemplo:

1. Qual o índice de comprometimento dos recursos naturais para a produção de energia elétrica para abastecer, por hipótese, a frota da cidade de São Paulo?

2. O problema da poluição tem relação com o excessivo número de veículos em circulação na cidade: um investimento da ordem do que a Prefeitura de São Paulo fez (quanto?) e que ainda pretende fazer (quanto mais?) na introdução dos carros elétricos não possibilitaria uma solução mais ampla para o problema tanto da poluição quanto do trânsito se fosse aplicado em transporte público coletivo, além de ser mais democrático? Afinal, trata-se de dinheiro público, certo?

3. O Grupo Nissan-Renault tem investido fortemente na divulgação do carro elétrico e há alguns anos tenta entrar no mercado brasileiro. Quais os argumentos que justificam a decisão da Prefeitura de São Paulo de firmar acordo com o grupo para implantação do projeto? Há algum estudo que tenha sido levado ao conhecimento público?

Estas e muitas outras questões mais simples poderiam dar nova orientação à pauta, sendo o factual apenas um gancho para a matéria, e não o seu principal motivo. Não temos que ser contra e nem a favor do carro elétrico ou do que quer que seja, mas nossas reportagens devem contribuir para o esclarecimento do

público sobre aquilo que lhe diz respeito. Cabe ao cidadão, pelos canais adequados, aceitar ou rejeitar o que, em geral, tem-lhe sido imposto por um trabalho de convencimento da grande mídia, do qual – temos que admitir – muitas vezes fazemos parte.

Cabe lembrar o caso da proibição do uso das sacolas plásticas pelos supermercados, hoje sob mandado judicial, com entendimento do Ministério Público paulista de que os supermercados estavam ferindo o direito do consumidor e que os argumentos dos supermercadistas sobre a defesa do meio ambiente eram frágeis, no sentido de que oneravam o consumidor com um encargo que deveria ser dos supermercados ou ter compensação para o cidadão. Era no que devíamos ter investido na primeira hora, para que o público, se assim entendesse, pudesse se defender da conta que lhe estava sendo injustamente imposta. A discussão agora não é mais sobre meio ambiente, mas sobre a quem cabe pagar a conta. A forma como os telejornais da TV Brasil trataram o assunto – semelhante ao caso dos carros elétricos - traz agora a seguinte questão: se aderimos à posição dos supermercados no passado, como dizer agora que há controvérsia sobre o tema?

Jornalismo investigativo é também questionar a unanimidade em torno das pautas e dos fatos. E a TV Brasil tem o dever e o privilégio de poder fazer isso.

Em julho, nos detivemos sobre a edição de 22/07 do programa Cara e Coroa, a propósito da demanda da Reitora do Instituto Federal de Educação e Ciência de Pernambuco:

Na percepção da Ouvidoria, faltou aprofundamento à pesquisa em que se baseou a produção da pauta desta edição do programa. Embora não tenha sido citado em momento algum, está claro que o argumento da pauta foi a divulgação, em 03/07/2012, em Genebra, do ranking dos países mais inovadores do mundo, uma classificação elaborada pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual e pelo instituto Insead. Esta pesquisa aponta que o Brasil ficou em 58o. lugar no ranking, uma queda de nove posições em relação ao ano anterior, quando o Brasil ocupava a 47a. posição em termos globais.

Na abertura do programa – uma espécie de lide daquela edição – , a conversa entre os apresentadores estabelece opiniões que desqualificam o país, no que diz respeito a investimentos em tecnologia e inovação, afirmações destituídas de dados de comprovação. Diz João:

*“Tem que valorizar um pouco mais isso, né? O Brasil não valoriza sua ciência. Valoriza nossos artistas, nossos jogadores de futebol, nossos atletas, mas não nossos cientistas”.*

Acreditamos fortemente que a opinião dos jornalistas deva ser sempre garantida. No entanto, para que o cidadão telespectador não se deixe influenciar, confundir ou ser induzido a equívoco, devemos também deixar claro quando se trata de opinião de um jornalista, e com base em que dados confiáveis essa opinião se baseia.

O texto de abertura da entrevista que vem a seguir e as garantias que o jornalista confere à opinião do entrevistado também merecem atenção:

*“Roberto Nicolsky é um batalhador... É a melhor maneira de definir uma pessoa que luta por ciência e tecnologia no Brasil. Todos são batalhadores. Ele dirige uma entidade privada que reúne várias entidades chamada Protec. Roberto, como é que está o estado da arte da ciência e da tecnologia no Brasil, hoje. Por que, pelo que eu leio nos jornais, nós estamos investindo pouco, né isso?”*

Desnecessário dizer que o entrevistado corrobora a desqualificação do país e das universidades em termos de inovação e tecnologia, insistindo sobre a necessidade de investimentos no setor privado, ou “malha produtiva do país”, como sendo este o lugar da produção tecnológica por excelência:

*“Olha... o diagnóstico é que há uma incompreensão, no Brasil, na nossa cultura, de como é o processo de desenvolvimento da tecnologia. Há uma imagem já consagrada, cristalizada, já está no DNA do brasileiro, que a universidade é que produz tecnologia e as empresas apenas aplicam, o que é um erro colossal. Na verdade, a tecnologia é um processo de fabricação de qualquer coisa, portanto ele é necessariamente realizado por uma empresa.”*

Não há contestação dos equívocos contidos na declaração, mas uma adesão entusiasmada. Em momento algum da entrevista, por exemplo, aborda-se, nem mesmo de forma crítica, a Lei da Inovação (Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004), que baseia-se em três principais vertentes: 1. constituição de ambiente propício às parcerias estratégicas entre as universidades, institutos tecnológicos e empresas; 2. estímulo à participação de instituições de ciência e tecnologia no processo de inovação, e 3. incentivo à inovação na empresa. Para o telespectador, a impressão que fica é a de que “o Brasil não valoriza sua ciência”, como afirma “o cara”. Quando se trata de jornalismo, a informação completa é crucial – e este é um

programa jornalístico. Criticar, no programa, a não implementação de uma Lei é uma coisa; ignorá-la é omissão de informação.

Os dados do ranking da Inovação são referidos de forma vaga e incorreta:

**TEXTO EM OFF:** *“Embora a inovação no Brasil esteja crescendo bastante, ainda precisamos percorrer um longo caminho para atingir patamares de países como a Suécia, Islândia, no Norte da Europa, Hong Kong e Singapura, que ficam na Ásia. Segundo analistas internacionais, o Brasil tem se destacado em três áreas: a exploração de petróleo em águas profundas, agricultura tropical e a fabricação de aviões de médio porte. Um relatório publicado ano passado mostra uma queda expressiva do Brasil no ranking mundial de inovação. O país que antes ocupava a 50ª posição, hoje é o número 68 da lista.”*

O que significa estar “crescendo bastante”? Quem são os “analistas internacionais” que dão garantias das áreas em que o Brasil tem-se destacado? Qual a fonte de “um relatório publicado ano passado” que mostra a queda “expressiva” do Brasil no ranking mundial de inovação? Segundo o texto do programa, “o país que **antes** ocupava a 50ª posição, hoje é o número 68 da lista”. Antes, quando?

Em 2011, ano passado portanto, o Brasil ocupava a 47ª. posição; em 2010, a 68ª.; em 2009 - aí sim - a colocação era a de número 50. A omissão de dados pode levar à grave erro de interpretação e compreensão da informação. Por que comparar, dados tão distantes, se do ponto de vista jornalístico o correto seria comparar ao ano imediatamente anterior, ou dar a tabela de todos os anos?

O texto em off que destacamos informa ainda que “um relatório publicado ano passado mostra uma queda expressiva do Brasil no ranking mundial de inovação. O país que antes ocupava a 50ª posição, hoje é o número 68 da lista.” Ora, se o relatório foi publicado ano passado, como poderia conter os dados deste ano? O relatório mais atual da Organização Mundial de Propriedade Intelectual, onde se podem ver os dados relativos ao ano de 2012, são de 03/07/2012.

Na arte, discreta e com número pequenos, percebemos que o ano de referência é 2010. Pela disparidade das informações, deduzimos que o programa deve ser uma rerepresentação, que foi levada ao ar originalmente no ano de 2010 – o que não invalidaria as ponderações que trouxemos aqui. Ao contrário: seria um erro igualmente grave não constar, na edição, a informação de que o programa é uma rerepresentação,

com a data original em que foi levado ao ar explicitada ao longo da transmissão. Para qualquer telespectador, os dados seriam considerados ainda atuais, ainda mais levando-se em consideração a recente divulgação do novo relatório sobre o tema.

Independentemente da data, o programa apresenta uma série de outras fragilidades, quase todas referindo-se à publicidade de empresas, marcas e produtos, sem que as justificativas para que tenham destaque na TV pública sejam consistentes – uma pesquisa ligeira sobre os temas demonstra isso claramente.

Por exemplo, uma das empresas elogiadas que trabalha com reciclagem de ácido de baterias é referida pelo apresentador “o cara” como “ecologicamente correta e sustentáveis”. A empresa “inventou” um sistema de controle de contaminação do solo que usa animais como “termômetro natural”. Veja o diálogo:

*“João: Quer dizer, se o carneiro está aqui bem, crescendo saudável, comendo essa grama aqui, você tem certeza de que o solo não está contaminado.*

*Joel Lagos: Exatamente. Os animais são mais sensíveis à contaminação até do que o próprio ser humano, tá. Então, se nós tivermos contaminação no solo, o animal vai sentir o problema imediatamente. Não só o animal como as plantas, toda a natureza sente a agressão que ela sofre.”*

A TV pública não pode defender ou considerar correto algo que está em flagrante desrespeito à Declaração Universal dos Direitos dos Animais (Unesco, 21/07/1978), que diz em seu item 7 que “todo ato que põe em risco a vida de um animal é um crime contra a vida.”

Quanto à reclamação da Reitora, que suscitou esta análise mais ampla, concordamos com o que ela reclama, mesmo estando evidente, nas imagens da reportagem, que o apresentador “o coroa” estava sendo elogioso e carinhoso com o povo nordestino em ambas oportunidades sobre as quais incide a crítica. É que não devemos perder de vista que a linguagem conforma a realidade e atualiza ideologias.

Aliás, a ideologia somente se estabelece plenamente no seio da sociedade quando já não nos damos conta de que estamos repetindo padrões indesejáveis de exclusão e preconceitos, através do que consideramos inadvertidamente como inocentes e carinhosas formas de tratamento.

### 3.1.1.3. Programa da Ouvidoria/TV Brasil – ‘O Público na TV’

O programa *O Público na TV* pretende ser uma ilustração do trabalho desenvolvido internamente pela Ouvidoria/TV Brasil, qual seja a análise do conteúdo da programação, a mediação das demandas dos telespectadores, o estímulo às equipes de produção de conteúdos a pensarem sobre suas práticas, e a formação do público para a compreensão das rotinas de produção, sejam elas de programação ou de jornalismo. Neste sentido, levamos ao ar, neste mês de junho, os seguintes programas:

**Edição de 03/05:** Por perceber que ainda há grande desconhecimento do público sobre o papel da TV pública em relação ao trabalho realizado pelas emissoras privadas, rerepresentamos a edição em que debatemos o assunto com o jornalista e professor da UnB, Murilo Cesar Ramos, que também é membro do Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação.

**Edição de 10/05:** A edição desta semana deu destaque às comunicações dos telespectadores sobre a recepção do sinal da TV Brasil e esclareceu dúvidas sobre as novidades da era digital. Em reportagem especial, produzida pela PUC-RJ, os detalhes do aplicativo Ginga, que vai permitir a interatividade entre o público e a TV. O convidado para a entrevista de estúdio foi o Superintendente de Suporte da EBC, André Barbosa.

**Edição de 17/05:** A edição esclarece dúvidas sobre o que é o público e o estatal nas emissoras administradas pela EBC. Alguns telespectadores querem maior distanciamento e postura mais crítica da TV Brasil em relação às notícias de governo; outros, ao contrário, cobram maior divulgação dos atos oficiais. A TV Brasil, emissora pública, e a NBR, do governo federal, serão mostradas em suas principais diferenças. Ambas de interesse público, a TV Brasil é exclusivamente subordinada ao interesse da sociedade; a NBR atende à divulgação das ações do governo federal, mas a questão do financiamento da TV pública pela União mantém acesa a polêmica da falta de autonomia, que aproxima o público do estatal.

**Edição de 24/05:** O programa desta semana apresentou os detalhes do relatório de Ouvidoria que foi apresentado ao Conselho Curador da EBC, explicando para o público como suas manifestações contribuem para a qualidade dos conteúdos dos veículos - uma radiografia da Agência Brasil de Notícias, do Sistema Público de Rádios e da TV Brasil.



**Edição de 31/05:** O programa desta semana apresentou os detalhes do relatório de Ouvidoria que foi apresentado ao Conselho Curador da EBC, explicando para o público como suas manifestações contribuem para a qualidade dos conteúdos dos veículos - uma radiografia da Agência Brasil de Notícias, do Sistema Público de Rádios e da TV Brasil.

**Edição de 07/06:** A edição desta semana do programa "*O Público na TV*" apresentou as propostas das Câmaras Temática do Conselho da EBC para novos programas na TV Brasil. Terceira idade, agricultura orgânica, Comissão da Verdade são alguns dos assuntos em discussão. O programa da Ouvidoria também traz o balanço semanal da participação do público sobre a programação das emissoras públicas de rádio, TV e Agência Brasil de Notícias.

**Edição de 14/06:** O seriado chileno *Karkú*, sucesso de audiência entre adolescentes brasileiros, foi o principal assunto do programa da Ouvidoria desta semana. O Público na TV ouviu jovens, educadores e especialistas sobre a novela infanto-juvenil. E mais: a participação do público com suas críticas, sugestões e elogios ao sistema público de Rádios, à Agência Brasil de Notícias e à TV Brasil.

**Edição de 21/06:** A edição desta semana esclareceu dúvidas sobre as novidades da era digital. Em reportagem especial, produzida pela PUC-RJ, os detalhes do aplicativo Ginga, que vai permitir a interatividade entre o público e a TV. No estúdio, a reprise da entrevista com o Superintendente de Suporte da EBC, André Barbosa e os projetos tecnológicos para a TV Brasil.

**Edição de 28/06:** nesta semana, rerepresentamos a edição do programa que esclarece dúvidas sobre o que é o público e o estatal nas emissoras administradas pela EBC. Alguns telespectadores querem maior distanciamento e postura mais crítica da TV Brasil em relação às notícias de governo; outros, ao contrário, cobram maior divulgação dos atos oficiais. A TV Brasil, emissora pública, e a NBR, do governo federal, serão mostradas em suas principais diferenças. Ambas de interesse público, a TV Brasil é exclusivamente subordinada ao interesse da sociedade; a NBR atende à divulgação das ações do governo federal, mas a questão do financiamento da TV pública pela União mantém acesa a polêmica da falta de autonomia, que aproxima o público do estatal.

**Edição de 05/07:** Na edição desta semana, o programa da Ouvidoria debateu as práticas de produção dos conteúdos televisivos. Com depoimentos de especialistas e profissionais de mídia, o

telespectador pode saber um pouco mais sobre o processo de produção da notícia e o diferencial da abordagem dos fatos nas pautas da emissora pública.

**Edição de 12/07:** Nesta edição, o programa apresentou ao telespectador o acordo fechado com as entidades religiosas e de direitos humanos para a elaboração da faixa de diversidade religiosa nas emissoras públicas de rádio e televisão. E no quadro “Balanço da Semana”, as manifestações de leitores, ouvintes e telespectadores sobre a programação das rádios e da TV Brasil e das notícias da Agência Brasil.

**Edição de 19/07: (reapresentação)** A partir da manifestação do telespectador Hugolino Almeida, de Belo Horizonte-MG, sobre reportagem levada ao ar pela TV Brasil, o programa mostra o processo de produção da notícia - como fatos e informações se transformam em pautas e reportagens a serem exibidas nos telejornais.

**Edição de 26/07: (reapresentação)** A convidada desta edição foi a Diretora de Jornalismo da EBC, Nereide Beirão. Entrevistada no estúdio do programa, Nereide esclarece aspectos levantados por jornalistas da empresa e de emissoras parceiras sobre normas e critérios previstos no Manual de Jornalismo da EBC.

### 3.1.2. EMISSORAS DE RÁDIO

#### 3.1.2.1. Abordagem quantitativa

Dos meses de maio a julho, a Ouvidoria recebeu 63 manifestações de ouvintes das emissoras de rádios públicas da EBC. Dessas manifestações, 14 foram elogios, 22 reclamações, 13 pedidos de informação, 7 comentário e 7 sugestões. Neste relatório não estão contabilizadas as demandas recebidas pela Central de Atendimento ao Ouvinte/CAO das Rádios MEC AM e FM do Rio de Janeiro, da Central do Ouvinte da Rádio Nacional Brasília AM e FM e Nacional da Amazônia.

Quadros demonstrativo das manifestações:

Mês	Reclamações	Total: 22
<b>Rádio Nacional AM Brasília</b>		<b>Total: 3</b>
Maio	Ouvinte reclama de veiculação de informação errada referente à cidade sede da FIFA	1
Maio	Ouvinte reclama que médico entrevistado omitiu informações sobre a vacina H1N1	1
Julho	Erro na reportagem História Hoje	1
<b>Rádio MEC</b>		<b>Total: 7</b>
Maio	Ouvinte reclama de ausência de créditos nas produções especiais das emissoras de rádio	1
Junho	A rádio sai da frequência	1
Junho	Erro na referência de data	1
Junho	Uso do site de podcasts (no rádio teatro acervo)	1
Julho	Propaganda pró Eduardo Paes (prefeito do RJ)	1
Julho	Anúncio mercantil num programa (Viva a Música)	1
Julho	Acervo do rádio teatro não atualizado	1
<b>Rádio Nacional RJ</b>		<b>Total: 9</b>
Junho	Musishow (voltar ao modelo anterior)	7
Julho	Musishow	2
<b>Rádio Nacional FM</b>		<b>Total: 2</b>
Julho	Erro na referência de autoria de uma música	1
Julho	Ausência de reportagem sobre o Nióbio	1
<b>Rádio Nacional da Amazônia OC</b>		<b>Total: 1</b>
Junho	Problema na linha de telefone	1

Mês	Elogios	Total: 14
<b>Rádio Nacional RJ</b>		<b>Total: 3</b>
Maio	Ouvinte elogia o programa "Dorina Ponto do Samba"	1
Junho	Programação da emissora	1
Julho	Ao programa Época de Ouro	1
<b>Rádio Nacional FM</b>		<b>Total: 2</b>
Junho	Elogios à programação	1
Julho	À programação musical	1
<b>Rádio MEC</b>		<b>Total: 5</b>
Maio	Ouvinte elogia a série de programas sobre Rio+20 com locução de Denise Viola	1
Maio	Ouvinte elogia toda a programação da rádio	1
Junho	Elogios à programação musical	1
Julho	Qualidade dos programas veiculados	2
<b>Rádio Nacional da Amazônia OC</b>		<b>Total: 2</b>
Junho	A emissora proporciona ao ouvinte cultura e lazer	1
Julho	Ouvinte parabeniza equipe da rádio	1
<b>Rádio Nacional AM</b>		<b>Total: 2</b>
Maio	Ouvinte elogia toda a programação da rádio	1
Julho	À equipe da rádio e ao programa de Luiz Alberto	1

Mês	Sugestões	Total: 7
<b>Rádio Nacional FM</b>		<b>Total: 3</b>
Maio	Ouvinte sugere que durante a programação os blocos de notícia voltassem a ser de hora em hora	1
Julho	Incluir cantores como Agepê, Altemar Dutra e outros	1
Julho	Reportagem sobre Nióbio	1
<b>Rádio MEC</b>		<b>Total: 1</b>
Julho	Ouvinte fez inúmeras sugestões (áudio, provedor etc)	1
<b>Rádio Nacional da Amazônia OC</b>		<b>Total: 1</b>
Julho	Reprise do programa Tia Leninha	1
<b>Rádio Nacional AM</b>		<b>Total: 1</b>
Julho	Entrevista com Lair Ribeiro	1
<b>Rádio Nacional RJ</b>		<b>Total: 1</b>
Junho	Ouvinte fez inúmeras sugestões (torre, sinal, etc)	1

Mês	Pedidos de Informação	Total: 13
<b>Rádio Nacional RJ</b>		<b>Total: 3</b>
Junho	Programação da emissora	1
Junho	Sobre transmissão e recepção de sinal	1
Maio	Ouvinte solicita cópia de gravações da narração de um jogo da Copa de 82	1
<b>Rádio Nacional FM</b>		<b>Total: 2</b>
Junho	Sobre o festival da ARPUB	1
Julho	Informação sobre Fundo Nacala	1
<b>Rádio MEC</b>		<b>Total: 3</b>
Maio	Ouvinte solicita informação referente à utilização de créditos nas emissoras de rádio da EBC	1
Julho	Atualização do acervo do rádio teatro	1
Julho	Nome de música	1
<b>Rádio Nacional da Amazônia OC</b>		<b>Total: 3</b>
Junho	Estudante de Bogotá deseja contato	1
Junho	Sintonização da rádio	1
Julho	Sobre reprise do programa Tia Leninha	1
<b>Rádio Nacional AM</b>		<b>Total: 2</b>
Junho	Equipamentos para ouvir melhor a rádio	1
Julho	Matéria sobre suposto estupro na embaixada da Nigéria	1

Mês	Comentários	Total: 7
<b>Rádio Nacional FM</b>		<b>Total: 2</b>
Julho	Música Mulher sem Razão e seus compositores	1
Junho	Comentários elogiosos à programação	1
<b>Rádio Nacional RJ</b>		<b>Total: 3</b>
Junho	Musishow	3
<b>Rádio MEC</b>		<b>Total: 1</b>
Junho	Sobre a programação musical	1
<b>Rádio Nacional da Amazônia OC</b>		<b>Total: 1</b>
Junho	A rádio ajuda o ouvinte professor a dar aulas	1

### **3.1.2.2. Abordagem qualitativa**

#### **3.1.2.2.1. Percepção dos Ouvintes**

As manifestações dos ouvintes sobre as emissoras de rádio da EBC no decorrer do trimestre de maio, junho e julho registraram a participação efetiva dos ouvintes na busca de interação com a emissora de rádio, seja para elogiar, contribuir e sugerir, como também para alertar quanto às fragilidades das emissoras.

Conforme observaremos a seguir as manifestações apontam aspectos relevantes no sentido de contribuir com a gestão para melhorias dos serviços de comunicação da EBC. Fazem alertas quanto a aspectos técnico-operacionais, legais, programações e também no que diz respeito aos processos de informação e de gestão das emissoras.

Dentre as manifestações recebidas destacamos as seguintes:

O ouvinte Cláudio Chaves Paixão – Palmas – TO enviou a mensagem abaixo no dia 20/05/2012 (Processo 17-MC /12):

*“Estou acompanhando uma série de programas que estão sendo veiculados pela Rádio MEC AM sobre a Rio + 20, com locução de Denise Viola. Uma produção muito bonita e bem feita, uma reflexão sobre a vida, a sustentabilidade e o futuro do planeta. Mas tem uma coisa que está incomodando e que eu venho observando em algumas produções especiais das emissoras que compõe a EBC, a ausência de créditos. Nessa produção está sendo veiculada uma série de gravações interpretadas. E no final não dá para saber quem está interpretando as gravações, subentende-se apenas que as gravações não são originais, mas interpretações, isso é muito claro no primeiro programa da Rio +20 – O Futuro do Planeta, 20 Anos Depois, que aparece um discurso em inglês com uma tradução simultânea, mas não e identifica quem está fazendo e nem mesmo quem está fazendo a locução de todo o programa. Um outro exemplo de programas foi a serie "A Conquista do Voto", veiculada em 2006 pela Rádio Nacional da Amazônia, Rio e Brasília, não identifica quem narra, faz os trabalhos, técnicos, pesquisa e demais... Gostaria de saber como funciona a questão dos créditos nas emissoras que compõe a rede EBC? - Cláudio Chaves Paixão - Palmas-TO”.*

A Superintendência de Rádio por meio da Coordenação da Rádio MEC respondeu:

*“A primeira questão levantada pelo ouvinte, refere-se a um radiodocumentário produzido e veiculado pela MEC AM do Rio de Janeiro. O programa está sendo produzido e apresentado pela radialista Denise Viola sobre a Rio + 20 e questões de sustentabilidade. No primeiro programa, Denise Viola resgatou e traduziu a entrevista da menina canadense Severn Suzuki que foi um marco na Rio 92. Ela deu crédito apenas para a entrevistada, mas não deu o crédito para a voz que fez a locução da tradução que foi de Vanessa Portugal. Consideramos que houve um equívoco por parte da produtora ao não mencionar de quem era a voz da locução e ela já orientada a corrigir o problema nos outros programas. Como o programa era curto, cerca de 5 minutos, e com muitos entrevistados e detalhes, ela "enxugou" o texto e não percebeu a falha. Temos por orientação sempre dar os créditos a quem quer que tenha participado de cada programa ou entrevista". “No segundo caso citado pelo ouvinte, o radiodocumentário não foi produzido pela MEC AM e sim pela Rádio Nacional de Brasília, a quem cabe às devidas explicações.”*

Em complementação à primeira resposta, a Superintendência de rádio, por meio da Gerência Regional de Rádio, respondeu:

*“A série em questão - "A Conquista do Voto" - foi produzida, à época, pelo Núcleo de Eleições criado especialmente para a produção de conteúdos e cobertura das eleições. Ou seja, essa produção não foi realizada por uma emissora, mas pelo conjunto de profissionais de vários veículos: rádio, agência, tv. Quando a série era veiculada nas Rádios Nacional, o (a) apresentador (a) do horário sempre anunciava a ficha técnica ao chamar a edição do dia. Espero ter colaborado com o esclarecimento ao ouvinte.”*

Em consonância com a manifestação anterior o ouvinte João Geraldo Mitz no dia 20/05/2012 (Processo 08-AM/12) enviou a seguinte mensagem:

*“Boa tarde. No programa História Hoje houve uma errata na divulgação da sede da FIFA dizendo que seria Zurique na França, mas pelos meus conhecimentos Zurique fica na Suíça. Espero ter ajudado com esta observação e gostaria de parabenizar a equipe EBC pelos*

*programas apresentados os quais enriquecem a nossa programação. Um abraço. João Geraldo Mitz.”*

A Coordenação da Radioagência respondeu:

*"Lamentamos nosso erro. Ele será corrigido na edição de amanhã (22.05.12) no mesmo horário em que foi veiculado. Um abraço e obrigado pela atenção".*

Nos dois casos citados, a Ouvidoria encaminhou as respostas aos ouvintes, que agradeceram a atenção dispensada às suas manifestações. O tratamento adequado à participação do usuário, o reconhecimento do erro e um simples pedido de desculpas foram o diferencial para assegurar o bom atendimento da EBC para com o seu público. A constatação de que a participação é relevante para a EBC na construção da comunicação pública assegura a qualificação das informações prestadas e a fidelização da audiência.

A mensagem do Sr. Felipe no dia 2.05.2012 (Processo 10-RJ/12) sobre reprodução de cópias de narrações diz o seguinte:

*"Olá bom dia, me chamo Felipe, estou atrás de umas gravações da narração de um jogo da Copa. Queria saber se é possível obtê-la, é para presentear um amigo, essa narração foi exibida pela Rádio Nacional do RJ. É a narração, apenas dos jogos do Brasil da COPA DE 82, jogos narrados por: VALDIR AMARAL, JORGE CURY, JOÃO SALDANHA E MÁRIO VIANA. Qualquer dúvida é só retornar e-mail."*

A Ouvidoria, em resposta a essa manifestação, informou:

*"Caro Sr. Felipe, boa tarde. A demanda foi encaminhada à Gerência Executiva de Acervo da EBC, a qual já adiantou que não pode atender a solicitação, para não submeter os originais a risco, por não ter condição no momento de digitalizar todos os conteúdos que estão acondicionados em suporte analógico. Agradecemos a participação e continuamos à disposição."*



O fornecimento de cópias era um serviço prestado ao usuário pela Gerência Executiva de Acervo e Conhecimento. Atualmente esse serviço está sob a responsabilidade da Central de Cópias da Diretoria de Capitação e Serviços – DICAP e a digitalização do acervo está sendo providenciada.

A maneira mais fiel de contar uma história é por meio dos documentos que registram, ilustram ou comprovam os fatos, portanto, um acervo digital pode ser considerado o melhor instrumento para valorizar e revelar tudo o que marcou a história dos veículos de comunicação da EBC, o legado que será passado de geração em geração.

Nesse trimestre foram registradas manifestações referentes ao programa Musishow, indicando problemas com o sinal da linha telefônica da rádio Nacional da Amazônia. O fato ocorreu devido à mudança de endereço para o prédio sede da EBC, em Brasília, problema já solucionado.

Além desse aspecto, as demais manifestações registradas apontam as questões quanto à volta do formato anterior do programa Musishow com nove participações. Face ao número frequente e crescente de ouvintes com a mesma demanda, por solicitação da Ouvidoria a Gerência Executiva da Rádio definiu uma resposta padrão que foi encaminhada aos ouvintes:

*“O programa tem uma equipe de produção que inclui o próprio apresentador do programa e mais quatro profissionais de longa experiência e passou a ser temático. O Musishow continua a reverenciar a música popular de diversas décadas, incluindo em seu roteiro ícones de diferentes estilos musicais da Música Popular Brasileira, como a jovem guarda, a sertaneja, e outros, além daqueles que marcaram época nas sucessivas décadas por meio da interface da música de outros países com a cena brasileira. Desta forma, com o novo formato, o programa ampliou sua diversidade musical e ganhou em conteúdo informativo que contextualizam o repertório”.*

Outro destaque entre as manifestações é a que se refere à aquisição de equipamento para Nacional AM, onde o ouvinte Neto Silva, em 05 de junho, diz:

*“Recentemente adquiri um Tuner Realistic TM-152 AM Stereo para ouvir a Nacional AM 980Khz, mas para minha surpresa parece que a Nacional AM não está mais transmitindo em Stereo, queria tirar a dúvida com o engenheiro Toshio, porque a Nacional AM não está mais*

*transmitindo em Stereo? E se tem como voltar o Stereo? Participo de alguns fóruns na internet sobre rádio, as pessoas do fórum achavam que a Nacional AM ainda transmitia em Stereo”.*

A resposta da Superintendência de Suporte esclareceu que:

*“a questão é que o AM-ESTÉREO não trazia a contribuição mais esperada que era a melhor resposta de frequência, ela apenas dividia a transmissão em dois canais da mesma banda estreita (L+R e L-R). E para manter esses sinais alinhados no transmissor era um sacrifício constante, pois qualquer coisa alterava fase no transmissor (eram todos valvulados) deteriorando muito a relação de separação L/R, acabando com o estéreo. Também por conta dessa instabilidade o processo não vingou. A emissora Globo do Rio também fez esta experiência e desistiu da OM estéreo”.*

Os ouvintes estrangeiros também registraram manifestações sobre as emissoras de rádios da EBC de longa distância, que mostram a importância das programações com conteúdos jornalísticos e culturais do Brasil. Também fazem solicitações de informações para retransmissão das mesmas naqueles países.

O ouvinte Omar Alfredo Ortiz Robayo de Bogotá, em 14 de julho, enviou a seguinte mensagem (Processo 06-OC/12):

*“Soy estudiante de secundaria, tengo 18 años de edad. Una de mis aficiones es el diexismo, es decir, la pasión por sintonizar y escuchar emisoras o señales de radiodifusión a través de la banda internacional de la onda corta. (...) Escucho su emisora a partir del año 2008...”*

A seguir a tradução na íntegra da manifestação:

*"Eu sou estudante do ensino médio, tenho 18 anos. Um dos meus hobbies é Dexismo, ou seja, a paixão por estações de rádio ou sintonizar e ouvir a transmissão de sinais através da banda internacional de ondas curtas. Isto serve como um complemento para os meus interesses no setor das telecomunicações e da cultura em geral, bem como transmitir conhecimento técnico é um meio para aumentar os meus conhecimentos em áreas como economia, cultura, política, música etc. de diferentes países ou partes do mundo. Eu ouço a*

*sua estação desde 2008. Sua programação variada tem sido de especial importância para conhecer em profundidade seu país e seu idioma Português, muito semelhante ao meu espanhol nativo. Em anexo, um relatório detalhado de recepção, com base em suas transmissões em ondas curtas, esperando que seja útil para o seu departamento técnico."*

O ouvinte de Bogotá, por iniciativa própria, faz um relatório técnico sobre a transmissão em ondas curtas da emissora de rádio. Avaliamos esta manifestação como de grande valia para a EBC, pelo apreço demonstrado pelo ouvinte à rádio pública do Brasil, independentemente dos aspectos particulares do conteúdo. Portanto, consideramos fundamental que o ouvinte receba uma resposta especial, valorizando e incentivando seu interesse em nossas transmissões, da forma como a SURAD já fez em outras oportunidades. No entanto, até o fechamento deste relatório, em 31 de julho, a Ouvidoria não recebeu nenhuma manifestação da área para ser enviada ao ouvinte.

Outro ouvinte, Blake Stevenson de Wisconsin/EUA, através do Centro de Atendimento ao Ouvinte, do Rio de Janeiro - CAO/RJ solicitou:

*"Hello, I am sending you this email to see if you can confirm my reception report. Date Received: July 19 2012 Time: 17:00hrs Frequencie: 11.780 kHz language: spanish? Signal Strength: good solid S7 to S9 Signal clear audio and light static levels. I am hoping you can confirm this thanks again."*

Segue abaixo, em tradução, a íntegra das várias comunicações mantidas com o ouvinte, em inglês (Processo 13-AM-2012):

*"Olá, estou lhe enviando este e-mail para ver se vocês podem confirmar o meu relatório de recepção. Recebido em: 19 de julho de 2012 Horário: 17:00 hrs Freqüencia: 11,780 khz língua: espanhol? Força do sinal: bom, sólido S7 para S9, sinal de áudio claro e level baixo de estática. Eu estou esperando que você possa me confirmar isso, obrigado novamente."*

A CAO respondeu:

*"Obrigado por sua comunicação. Sim, a frequência: 11,780 que você ouviu é da nossa estação de Rádio Nacional da Amazônia OC (ondas curtas)-Brasil e a língua é o português."*

*Nós temos uma pergunta: em que cidade você está? Atenciosamente, CAO - Centro de Atendimento ao Ouvinte de rádio / MEC.”*

O ouvinte retornou à CAO/RJ, com a informação da sua localização e solicitou nova informação:

*"Estou em Johnson Creek, Wisconsin. Ah, mais uma pergunta: se eu enviar meu endereço vocês me mandariam um cartão QSL ou algo com seu prefixo por e-mail para que eu possa colocar na parede da minha sala de rádio? Obrigado mais uma vez”.*

A CAO/RJ respondeu:

*"Mais uma vez obrigado por sua comunicação. Somos responsáveis somente pela Rádio MEC AM e FM MEC do Rio de Janeiro. Infelizmente não temos qualquer material impresso sobre as nossas estações de rádio. Mas vamos enviar o seu e-mail para a Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação, (sic) que é responsável pela estação de rádio que você ouviu, Rádio Nacional Amazônica "*

A CAO/RJ encaminhou à Ouvidoria a seguinte mensagem:

*“Recebemos esse contato dos Estados Unidos, pedindo que confirmássemos uma frequência que ele conseguiu sintonizar. Verificamos junto ao setor técnico que a referida frequência corresponde à Rádio Nacional da Amazônia. Informamos isso ao solicitante e em seguida ele enviou uma nova mensagem pedindo algum material da Rádio. Respondemos que a Rádio MEC não tem esse tipo de material, mas que encaminharíamos a mensagem enviada à Ouvidoria da EBC”.*

O atendimento correspondeu apenas em parte às expectativas do ouvinte, que em sua última comunicação registrou que queria acesso ao cartão QSL, que é uma espécie de cartão de visita do radioamador e serve para registrar cada primeiro contato e para comprovar a participação em várias modalidades de competições, para receber certificados internacionais e outros. Disponibilizar o cartão QSL é uma prática prevista no código de ética operacional.

A Ouvidoria observa, no contexto das informações trocadas entre o ouvinte e a CAO/RJ, que há uma necessidade premente de promover a integração dos canais de atendimento ao ouvinte. A EBC precisará assegurar ao cidadão a assertividade das informações e unificação das informações prestadas pela empresa, de forma a evitar que o atendimento a uma demanda simples se torne complexa e delongada.

Outro ouvinte estrangeiro que corrobora, em parte, com a manifestação anterior foi de Sefrizal Arga, que escreveu para a Ouvidoria, da Indonésia, em 23 de julho (Processo 13-AM-2012):

*“Alongside with Brazilian pop music. If my report is correct, can I get QSL card from Radio Nacional da Amazonia. Thank you”.*

A seguir a tradução da íntegra da manifestação:

*“Lado a lado com a música popular brasileira. Se o meu relatório estiver correto, eu posso pegar o cartão QSL da Rádio Nacional da Amazônia? Obrigado.”*

De acordo com as manifestações acima, a Ouvidoria, como contribuição à Superintendência de Rádio, sugere que o Cartão QSL, a ser emitido aos radioamadores como atendimento à ética operacional das rádios de longa distância, seja providenciado com brevidade para as emissoras de Rádio de longa distância (OC e AM) da EBC. Desta forma atendemos as expectativas dos cidadãos, assim como consolidamos o Cartão QSL da EBC como um instrumento de divulgação da plataforma de rádio da empresa.

Os elogios à equipe e à qualidade das programações das rádios também são destaque no trimestre. A Sra. Gilda Augusta Rodrigues no dia 05/06/2012 (processo) encaminhou a mensagem:

*“gostaria parabenizar as pessoas que fazem a programação da Radio Nacional. A madrugada fica mais suave, na falta de sono, com o Programa Adelzon Alves. Enviem-me, por favor, toda a programação e as promoções”.*

A resposta dada pela Superintendência de Rádio foi:

“Obrigado por nos escrever. Em anexo segue nossa Grade de Programação. Quanto às promoções, elas variam de acordo com cada produção de programa, e no momento não temos nenhuma. Continue ouvindo a Rádio Nacional, a sua audiência é muito importante”.

O ouvinte José Batista Nogueira escreveu (Processo 13-AM-2012):

“Olá a todos da rádio. Estou adorando os programas da rádio; sou ouvinte desde que morava na Bahia e ouvia pelo radio, agora pela internet. Adoro o programa de Luiz Alberto. Vocês ainda fazem o calendário com as fotos de todos da rádio? Gostaria de ganhar um. Abraço a todos da rádio”.

A resposta foi dada agradecendo o elogio e informando que em 2012 não foi confeccionado nenhum calendário:

*“A Coordenação de Rádio, em resposta ao seu e-mail, agradece a participação e informa o seguinte: “No momento não estamos fazendo mais os calendários. Porém, está em nosso planejamento, em um futuro próximo, a confecção de material de divulgação das emissoras. Aproveitamos para agradecer a participação e nos colocarmos à disposição.”*

A ouvinte Valérie, residente na França, no dia 27 de julho encaminhou o seguinte elogio (Processo 10-OC/12):

*“Apenas queria dar os parabéns a todo a equipe da rádio Nacional da Amazônia pelo programa que é sempre ótimo. Beijinhos desde a França!!!!” .*

Em 27 de julho, Valter Balsamao elogiou (Processo 10-OC/12):

*“Quero parabenizar o Programa do Regional Época de Ouro, e dizer-lhes que desde a época da Rádio Mayrink Veiga, acompanho o que seria hoje o regional de Canhoto. Naquele tempo, o regional era formado pelos músicos: Dino e Meira aos violões, Canhoto no cavaquinho, Orlando Silveira no Acordeon e Gilson no pandeiro. Ainda não havia o Jorginho do Pandeiro. Achei o programa por acaso navegando na internet e fiquei emocionado de ouvir, ainda nestes dias de tão pouca boa música, uma apresentação magistral como tem*

*sido as apresentações do Regional Época de Ouro. Que Deus continue com vocês para que possam levar esta música para os quatro cantos do Brasil.”*

Os textos das manifestações de elogios dos ouvintes explicitam a emoção e o prazer destes ao constatarem o compromisso das emissoras de rádio da EBC em resguardar um dos princípios da Comunicação Pública de produzir e difundir uma programação artística e cultural que valoriza e dissemina a musicalidade do povo brasileiro para a promoção de entretenimento e de cidadania.

### **3.1.2.2.2. Percepção da Ouvidoria**

A radiodifusão pública no Brasil tem como orientação legal, pautadas na Lei de Criação da EBC, enfatizar as temáticas que digam respeito à qualidade de vida (meio ambiente, ciência e tecnologia), à promoção da cidadania (prestação de serviços, direito do cidadão, iniciativa populares), aos processos públicos (políticas públicas, decisões do poder público) e ao resgate da cultura e das tradições.

Para assegurar a consonância com os princípios acima citados, a Ouvidoria sugere que o radiojornalismo faça uma reflexão sobre os conceitos de interesse público e interesse do público, assim como, entre a audiência comum e audiência de um público esclarecido e participativo, uma vez que o jornalismo público, além de informar, deve contribuir para a construção de cidadania junto à sociedade.

Nesse sentido, as emissoras de rádio da EBC fariam mudanças qualitativas ampliando a relevância de suas programações no que diz respeito à qualificação do jornalismo e dos serviços prestados aos cidadãos.

Para exemplificar a constatação acima, a Ouvidoria observou a programação informativa e jornalística produzida pelas equipes de jornalismo da EBC postada na Radioagência Nacional, em específico sobre a temática referente ao meio ambiente. De forma positiva detectamos a predominância do assunto Rio+20 por conta do evento e do espaço na rádio. Um aspecto interessante a observar é que, em várias reportagens, houve a inserção de campanhas educativas e ambientais, um ganho, certamente, para quem acompanhava a programação pelas rádios da EBC.

Assim como outras matérias postadas na Radioagência que ganharam destaque: “Em Tocantins, prefeitura de Palmas implanta coleta seletiva de lixo”, em 2/6/12; “Bombeiros do Amazonas orientam população sobre riscos de tomar banho em áreas alagadas”, “Congresso começa a decidir sobre 30 novas mudanças no Código Florestal” e “Comissão Mista analisa medida provisória do Código Florestal”, ambas veiculadas em 4/6/12. As reportagens “Programa comemora hoje o Dia da Ecologia”, “Levantamento da Agência Nacional de Águas mostra que Brasil detém 12% da água do planeta”, “MP do Código Florestal recebe mais de 600 emendas”, “Presidenta Dilma lança pacote para meio ambiente” e “Ministro defende manutenção de multa para quem desmatou”, todas em 5/6/12 e várias outras abordando assuntos diversos sobre código florestal e assuntos relativos ao tema.



Embora a cobertura da Rio+20 pelas emissoras de rádio da EBC disponibilizadas na página da Radioagência tenha sido repleta de informações de todas as nuances, após a cobertura do evento, entretanto, o assunto meio ambiente caiu vertiginosamente. Destaque para as matérias “Instituto Estadual do Ambiente concede licença para expansão do metrô do Rio”, em 25/6/12; “Exposição mostra moradia sustentável projetada para favelas cariocas”, em 26/6/12; “Ministro diz que Código Florestal não afeta produção agrícola”, em 27/6/12, “Brasil cria programa para eliminar gases que afetam a camada de ozônio”, em 28/6/12 e “Agentes ambientais do Rio fecham propriedade acusada de desmatar espécies de Mata Atlântica”, em 29/6/12.

A temática meio ambiente faz parte dos assuntos de interesse público, e é transversal aos diferentes aspectos da convivência em sociedade, tanto nas áreas rurais como nas cidades, onde quanto mais informação qualificada os cidadão tiverem acesso, por meio dos diferentes veículos de comunicação pública, maior será a conscientização para a mudança de hábitos e atitudes, logo mudança do exercício para a cidadania.

Desta forma, a Ouvidoria sugere que as programações jornalísticas das emissoras de rádio tenham boxes com assuntos diferenciados, em especial aqueles voltados ao interesse público, como educação, saúde e meio ambiente. Quanto à Radioagência que ela possa postar em sua página no portal ícones que chamem atenção aos assuntos de interesse público para facilitar a busca dos fatos por temas.

A Ouvidoria, ao verificar o tema pesquisado nos programas postados na Radioagência, também percebeu - e aponta a título de sugestão - a necessidade de se promover cursos de capacitação para a melhoria do uso da voz e da qualidade de dicção dos profissionais.

As manifestações dos ouvintes das emissoras de rádio da EBC no trimestre também trouxeram informações ricas e diversificadas que dizem respeito ao atendimento e interação com os ouvintes estrangeiros, as informações de retransmissão de sinal, informações quanto ao acesso ao cartão QSL e os pontos relevantes da programação, no olhar dos ouvintes no exterior. Proporcionando uma compreensão clara dos desafios do atendimento ao usuário na EBC, quanto à forma do tratamento da informação, a necessidade de unificação dos canais e das informações no atendimento aos usuários, dentre outras, que precisarão ser solucionados com certa brevidade pela gestão da EBC.

A comunicação via rádio, ainda hoje, é o meio de comunicação de massa mais popular, e desta forma, um exemplo concreto de que um dos aspectos que contribuem para esse alcance de público é a interatividade com o ouvinte na construção da comunicação no Brasil e no mundo.

Como sugestão à direção da EBC, e em especial a Superintendência de Rádio, deve ser adotada estratégias inovadoras para o atendimento e para o tratamento das manifestações dos ouvintes, que hoje esta sendo prestado pelo Centro de Atendimento ao Ouvinte das Rádios - CAO do Rio de Janeiro e de Brasília.

A inovação no atendimento proporcionará uma gestão de resultados mais assertiva para a plataforma de rádio da EBC. A qualificação das contribuições de forma efetiva contribuirá para a ampliação do alcance e a fidelização da audiência das mesmas. Além de apostar na consolidação da qualidade e relevância da programação e dos serviços, como forma de atender aos princípios da comunicação pública da plataforma de rádio da EBC junto à sociedade.

A Ouvidoria elaborou um Diagnóstico do Atendimento da EBC, com objetivo de orientar a construção de estratégias e ações convergentes para qualificar o atendimento aos usuários dos veículos e dos serviços da empresa. As fragilidades do atendimento são enfrentadas por todos os veículos de comunicação da EBC e as medidas para resolver tais fragilidades estão sendo tomadas.

Desta forma a adoção de uma estratégia de atendimento ao cidadão que contribua efetivamente com os resultados da EBC, através de permanente interação com o usuário, por meio das manifestações de críticas, comentários, sugestões e elogios, que atendam a um método adequado de tratamento das solicitações e informações, possibilitando a gestão e a sistematização das mesmas será um diferencial para assegurar à co-criação ao cidadão.

### **3.1.2.3. Programa da Ouvidoria / Emissoras de Rádio EBC – ‘Rádio em Debate’**

Em maio e junho o termo de Cooperação entre a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e a Universidade de Brasília possibilitou a realização de nove edições do ‘Rádio em Debate’. Em julho houve reprise dos programas.

**Edições de 04/05 e 05/05** - Levando em consideração sugestões do público, as contribuições de profissionais e as percepções da equipe universitária envolvida com a produção da iniciativa, o primeiro programa de maio teve como tema o acesso às emissoras da EBC através da rede mundial de computadores. Para isso, foram entrevistados Marcelo Kischinhevsky, professor da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), e Lídia Neves, Gerente de Integração de Conteúdo Multimídia da Empresa Brasil de Comunicação.

**Edições de 11/05 e 12/05** - Na semana seguinte, o Programa teve como pauta a digitalização do rádio no Brasil. Nesta edição, foram veiculadas entrevistas de Marcelo Kischinhevsky, professor da UERJ, Madalena Oliveira, professora da Universidade do Minho e dirigente da Sociedade Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), e André Barbosa, doutor em Comunicação e Superintendente de Suporte da EBC.

**Edições de 18/05 e 19/05** - O “Rádio em Debate” dedicou-se à política de qualidade do jornalismo da Agência Brasil e dos demais veículos públicos. Para isso, entrevistamos Rogério Christofolletti, professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Josenildo Luiz Guerra, professor da Universidade Federal de Sergipe (UFS), Beatriz Arcoverde, repórter na EBC, e Guilherme Strozi, membro do Conselho Curador da EBC.

**Edições de 25/05 e 26/05** - Foi veiculada edição sobre ações promocionais na programação de emissoras públicas de comunicação. Neste programa, levamos ao as contribuições de Juliano Maurício de Carvalho, professor da Universidade Estadual Paulista (UNESP), Carlos Senna, coordenador da Nacional FM Brasília, e Alexandre Tombella, gerente da Rádio Cultura AM e FM.

**Edições de 01/06 e 02/06** - Programa de hoje se dedica à cobertura de notícias relacionadas à corrupção. O Rádio em Debate desta semana entrevistou Gil Castelo Branco, fundador e secretário-geral da Associação Contas Abertas ([www.contasabertas.org.br](http://www.contasabertas.org.br)), Cláudio Weber Abramo, diretor executivo da

Transparência Brasil ([www.transparencia.org.br](http://www.transparencia.org.br)), Juliano Maurício de Carvalho, professor de jornalismo da Universidade Estadual Paulista, e Gilberto Costa, repórter da Agência Brasil.

**Edições de 08/06 e 09/06** - Cobertura de notícias relacionadas com as chamadas "celebridades". Para esclarecer ouvintes e profissionais, sobre o papel que deve ser desenvolvido por um veículo de comunicação em relação ao cotidiano de pessoas famosas, o programa entrevistou o jornalista Mauro Malin, colaborador do Observatório da Imprensa; Muniz Sodré, professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro; Gilberto Costa, repórter da Agência Brasil; e Laurindo Leal Filho, professor da Universidade de São Paulo e ex-Ouvidor da Empresa Brasil de Comunicação.

**Edições de 15/06 e 16/06** - Acesso à informação aperfeiçoará a gestão pública. O programa de rádio da Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) tem como tema a atuação das Ouvidorias e a promoção do acesso à informação pública. O direito de solicitar e receber informações estão previstos na Constituição Federal e foi normatizado pela lei 12.527 de 2011. Para isso, foram entrevistados José Eduardo Romão, Ouvidor-Geral da União, Gregory Michener, doutor em Ciências Políticas e professor do Ibmec, Fabiano Angélico, jornalista especializado em transparência pública e pesquisador da Fundação Getúlio Vargas, e Regina Lima, Ouvidora da EBC.

**Edições de 22/06 e 23/06** - Emissoras EBC investem na transmissão via internet. O "Rádio em Debate" teve como tema o acesso pela internet dos conteúdos produzidos pelas rádios da Empresa Brasil de Comunicação. Para isso, foram entrevistados os ouvintes Carlos Xavier e Cláudio Paixão. Também conversamos com Guilherme Strozi, membro do Conselho Curador da EBC, com Lídia Neves, gerente de integração de conteúdo na Superintendência de Comunicação Multimídia, e com Regina Lima, Ouvidora EBC.

**Edições de 29/06 e 30/06** - Produção e veiculação de conteúdos colaborativos nas emissoras EBC 29/06. A edição do programa se dedicou a conteúdos colaborativos na programação das emissoras da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Para isso, foram entrevistados: os ouvintes Carlos Chavier, Cláudio Paixão e Nelson Antunes; o membro do Conselho Curador da EBC, Guilherme Strozi; o programador musical da MEC FM, Tiago Regoto; e a ouvidora da EBC, Regina Lima.

O "Rádio em Debate" é transmitido às sextas-feiras com reprise aos sábados, nos horários abaixo. O programa também pode ser acessado via Radioagência Nacional em [www.radioagencianacional.ebc.com.br](http://www.radioagencianacional.ebc.com.br). Emissoras da EBC podem ser ouvidas pelo portal: [www.ebc.com.br](http://www.ebc.com.br)

### **Rio de Janeiro**

Nacional do Rio de Janeiro (1130 KHz) sextas às 20h04 e sábados às 7h50

MEC AM (800 KHz) sextas às 20h e sábados às 7h50

MEC FM (98,9 Mhz) sextas às 20h e sábados às 18h45

### **Brasília**

Nacional de Brasília (980 KHz) sextas às 13h e sábados às 8h

Nacional FM Brasília (96,1 KHz) sextas às 13h e sábados às 14h

MEC Brasília (800 KHz) sextas às 20h e sábados às 18h45

### **Amazônia**

Nacional da Amazônia (OC 11.780 KHz) sextas às 10h45 e 16h45, sábados às 9h45.

Nacional do Alto Solimões (FM 96,1 MHz e AM 670 KHz) sextas às 9h45

### 3.1.3. AGÊNCIA BRASIL DE NOTÍCIAS

#### 3.1.3.1. Abordagem quantitativa

No período de maio a julho a Ouvidoria recebeu um total de 101 manifestações, das quais 71 foram reclamações, 4 elogios, 9 sugestões, 12 comentários e 5 pedidos de informação.

Quadros demonstrativo das manifestações:

Sugestões	TOTAL: 9
Sugestão de pauta	2
Matéria sobre um “Fora Perillo”	1
Sugestão de pauta sobre a situação dos professores do estado de Santa Catarina	1
Possibilidade de comentar as matérias.	2
Sugestão de pauta sobre ‘anulação de anistias concedidas há mais de cinco anos aos componentes da FAB’.	1
Sugestão de pauta sobre ‘inscrições no Pronatec Copa 2014’.	1
Sugestão de pauta com a ‘Associação Nacional dos Mutuários da Dívida Pública’.	1

Pedidos de Informação	TOTAL: 5
Informações sobre como adquirir cópia do Manual de Redação da EBC	1
Se brasileiros que vivem no exterior poderiam sacar o FGTS	1
Entrevista com um deputado s/ licença do INSS p/ tratamento de saúde	1
Parceria da Agência Brasil com o jornal Valor Econômico.	1
Recebimento de informativos da Agência Brasil.	1

Comentários	TOTAL: 12
Comentário sobre a Coluna da Ouvidoria – Sem exageros	1
Comentário sobre a Coluna da Ouvidoria – Desafios do jornalismo público	1
Comentário sobre o desenvolvimento da região amazônica	1
Sobre a nova indicação para presidência da Funai	1
Presença de Xuxa na CPI sobre abuso sexual de crianças	1
Divulgação do índice de GINI	1
Segurança da urna eletrônica	1
Matéria sobre a situação da Síria.	1
Matéria sobre ‘anulação de anistias’.	2
Coluna da Ouvidoria ‘Vão-se os anéis’.	1
Matéria sobre a situação política no Paraguai.	1

<b>Elogio</b>	<b>TOTAL: 4</b>
Elogio à matéria "Perícia da Justiça francesa sustenta culpa de Air France e Airbus por queda de avião"	1
Elogio à matéria "Sistema integrado de produção gera lucro na agropecuária"	1
À matéria sobre contratação de motoristas mulheres em embaixadas	1
Ao conteúdo da Agência Brasil como um todo.	1

<b>Reclamações</b>	<b>TOTAL: 71</b>
<b>Informação errada</b>	<b>41</b>
Matéria citou "Lei da Ficha Limpa" e o correto seria "Lei de Cotas"	1
Matéria utilizou a expressão "preto" para se referir às pessoas da raça negra.	1
Matéria sobre a quantidade de dias de licença maternidade para mulheres que adotar um filho	1
Matéria fala que o hospital São Paulo pertence à UNIFESP e o correto é à SPDM (sociedade paulista para o desenvolvimento da medicina)	1
Erro na data da matéria	1
Matéria fala que apenas o IPTU e o ICMS sejam aplicados em manutenção e desenvolvimento do ensino e o correto seria todos os impostos.	1
Erro de português na matéria "Perícia da Justiça francesa sustenta culpa de Air France e Airbus por queda de avião"	1
Matéria sobre as atribuições dos prefeitos	2
Matéria erra o número de municípios que haverá eleições para prefeito	1
Matéria erra o número de eleitores do estado de São Paulo	2
Erro no título da matéria "Procon e TJSP e Procon terão programa para auxiliar pessoas super endividadas"	1
Matéria erra ao falar que as cidades de Corumbá e Ladário são do estado de Mato Grosso o correto é Mato Grosso do Sul	2
Erro na grafia do nome da judoca brasileira	1
Matéria erra na data que aconteceu a COP-15	1
Lei criando a FUNPRESP ainda não está em vigor e a matéria não diz	1
Importação de armas de países sob embargo foi de 2,2 bilhões	1
Linha de crédito p/ pessoas com deficiência	1
Matéria dizendo da fala da ministra sem ter 'a fala'	1
Data errada sobre o Índice Nacional da Construção Civil	1
Erro de data na matéria sobre o Banco Central sobre redução de juros	1
Entrevistado solicitou correção numa matéria sobre a Rio+20	1
Matéria sobre documentos oficiais secretos	1
Greve de metroviários teve valor de reajuste trocado	1
Divulgação de desvio de bilhões do FGTS feita de forma errada	1
Data errada na matéria sobre saída de dólares	1
Matéria sobre desabrigados pela cheia e não pelas chuvas	1

<b>Reclamações (Cont.)</b>	<b>TOTAL: 71</b>
Matéria sobre abandono de animais	1
Valor errado de USD 5 bilhões e USD 5 trilhões	1
Erro no número de cidades que a 'Marcha das Vadias' foi realizada.	1
Erro ao informar o programa 'Brasil sem Fronteiras' e o correto seria 'Ciência sem Fronteiras'.	1
Erro ao utilizar o termo 'urgência' e o correto seria 'emergência'.	1
Erro ao usar a abreviação INPI	1
Erro ao utilizar a expressão 'governo passou a predominar e a impor'.	1
Erro ao mencionar a universidade 'UNIABC' e o correto seria 'UFABC'.	1
Data errada na matéria sobre 'volume de cheques devolvidos no país'.	1
Data errada do dia de chegada da presidenta Dilma na Rio+20.	1
Erro ao utilizar a frase 'guerrilheiros e militares foram mortos em combates na selva amazônica'.	1
Data errada na matéria sobre 'balanço do programa Justiça Plena'.	1
<b>Falta ouvir o outro lado</b>	<b>4</b>
Agência Brasil ouviu o Inbra na matéria "MPF denuncia Inbra na Justiça como responsável por um terço do desmatamento na Amazônia".	1
Na matéria sobre imposto p/ comércio eletrônico	1
Sobre suposta falta de Defensores Públicos no Brasil	1
Matéria da Marcha das Vadias não falou da violência, preconceito etc.	1
<b>Linha editorial</b>	<b>11</b>
Matéria sobre a greve dos professores universitários	1
Agência Brasil prioriza as pautas sobre cultura das cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro	1
Matéria com expressão 'pessoa portadora de deficiência'	2
Matéria dizendo que Fulgêncio Batista era 'ditador'	1
Divulgação do índice de Gini (alto) seria para dar manchete	1
Xuxa na CPI de abuso sexual infantil X fazendo filme com menino	1
Matéria sobre o programa nuclear do Irã questionada na abordagem	1
Parceria da Agência Brasil com o jornal Valor Econômico.	1
Dados referentes aos gastos do SUS com doenças relacionadas ao tabaco no ano de 2011.	1
As manchetes diárias da Agência Brasil são praticamente as mesmas da imprensa comercial	1
<b>Falta de Informação</b>	<b>7</b>
Matéria "Projeto brasileiro entra na lista dos dez mais inovadores do mundo em infraestrutura urbana" não fala sobre o aspecto inovador do projeto.	1
Matéria sobre Demóstenes sobre volumes publicados pelo STF	2
Sobre segurança da urna eletrônica	1
Não foram divulgados os nomes dos municípios que não cumpriram a regra de investimento mínimo em educação.	1
Ausência de manchetes sobre a Campanha Nacional de Vacinação.	1



<b>Reclamações (Cont.)</b>	<b>TOTAL: 71</b>
Não foram divulgadas matérias sobre a situação caótica do trânsito na cidade do Rio de Janeiro durante a Rio+20.	1
<b>Outros</b>	<b>8</b>
Erro em matéria onde era para ser optometrista colocaram oftalmologista	1
Erro na data em matéria sobre o Cade	1
Senador que lamentou a queda do helicóptero e não a morte de policiais	1
Solicitação de link sobre programa de financiamento p/ projetos em 1/2 ambiente	1
Faltou matéria sobre o Dia da Abolição da Escravatura	1
Título sobre recuperação de vendas de eletrodomésticos/ título errado	1
Erro de concordância na matéria sobre ONGs X Código Florestal	1
Utilização dos resultados do Caged do MTE e do IBGE	1

### **3.1.3.2. Abordagem qualitativa**

#### **3.1.3.2.1. Percepção dos leitores**

No mês de maio o uso do termo “presidenta” provocou manifestações dos leitores da Agência Brasil.

Dois leitores enviaram manifestações sobre o assunto. Um deles foi Eduardo Martins, que, no dia 14 de maio, comentou:

*“(...) ouvi a Presidente em seu pronunciamento do Dia das Mães referir-se a si própria como “a presidenta”, numa demonstração caricata de feminismo ou ignorância exacerbada, assim como já me tinha deparado com a mesma locução na boca da “incrível” ministra da Casa Civil e com o tal de “Café com a Presidenta” (...) (...) É tão caricato “presidenta” quanto “presidento”, e portanto, indigno para alguém que frequentou uma faculdade. Apesar de tal abominação linguística estar inserida em vários dicionários, falta nos mesmos a referência ao seu uso popular muito mais com o sentido de deboche e para referir-se à primeira dama, mas jamais à presidente em exercício (...).”*

No dia 21 de maio, outro leitor também se manifestou:

*“o termo presidenta e não presidente Dilma continua sendo usado equivocadamente. As pessoas que mais estudam a língua portuguesa no Brasil (como, por exemplo, o professor Pasquale) já se posicionaram dizendo que o termo presidenta não existe. Infelizmente ele continua sendo usado por muitas pessoas que expressam essa incorreção nos meios de comunicação, fazendo com que a população repita essa anomalia que soa tão mal (...).”*

A Diretoria Executiva da EBC respondeu:

*“Os canais públicos geridos pela empresa adotaram o tratamento “presidenta” em relação à presidenta eleita Dilma Rousseff por entender que a flexão de gênero é uma providência gramatical adequada quando se trata da primeira mulher brasileira eleita para a Presidência da República. A decisão encontra respaldo no Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa, da Academia Brasileira de Letras, como substantivo feminino”.*

O leitor Eduardo Martins, em 16/05, replicou com a seguinte observação:

*“agradeço a resposta e a atenção dispensada, lamentando, no entanto, a falta de embasamento e erudição da justificativa apresentada, já que, nenhum idioma merece ser violentado de cima para baixo para massagear o ego de uma única pessoa, ainda que sendo a primeira presidente eleita do país. Eruditamente falando, não se flexiona aquilo que é inflexionável. Aliás, tivemos pela primeira vez um operário eleito presidente e nem por isso adequamos a gramática aos seus erros de linguagem para homenageá-lo. Quanto à ABL e seu vocabulário omito meus comentários em razão do respeito que tenho por alguns poucos dos seus membros”.*

As manifestações e argumentações dos leitores afirmam que o uso do termo “presidente” é o mais correto, em contraponto a recomendação da Agência Brasil que decidiu adotar o termo “presidenta”.

Nesta mesma linha o leitor Carlos Fábio critica, em 02/05/2012, o uso da expressão “portador de deficiência”:

*“ESSA EXPRESSAO PORTADORES DE DEFICIENCIA NÃO É MAIS UTILIZADA. DESDE 2010 JÁ EXISTE UMA NOVA RESOLUÇÃO QUE ORIENTA PESSOA COM DEFICIENCIA (sic)”.*

A Ouvidoria recebeu manifestações criticando a linha editorial da Agência Brasil. O leitor José Marcelo Torres Batista, no dia 28 de junho, comentou (Processo 166 - AB /12):

*“Sou jornalista, cidadão e leitor. Tenho a página da Agência Brasil como uma das favoritas na Internet e a acesso de segunda a sexta. Gostaria de fazer umas considerações sobre a linha editorial da Agência Brasil. Ao ler as manchetes diárias do site, nós leitores acabamos lendo praticamente as mesmas matérias e talvez as mesmas manchetes da imprensa comercial, privada. Se é para fazer o que a imprensa comercial (privada) faz, é melhor não ter a Agência Brasil, que deveria ter, de fato, um viés de comunicação pública. As mesmas notícias que saem no UOL, Bol, IG, Terra, Estadão, Folha, G1 e R7 saem aqui na Agência Brasil. Se é para ser assim, não faz sentido a existência de canais de comunicação pública*

*(repetindo: se os veículos de comunicação pública reportam os mesmos temas e repetem os títulos e matérias, não há o menor sentido em existir). Sua condição de existência é fornecer a informação pública o que a mídia comercial não fornece (por má vontade ou por interesse em ocultar). Sou defensor da existência da EBC, da TV Brasil, da Agência Brasil e da Voz do Brasil, mas é preciso fazer um outro tipo de comunicação. Outra queixa: da mesma forma que a "pequena grande imprensa", a EBC concentra seus veículos entre RJ/SP e Brasília. E Salvador? E Recife? E Manaus? E Belém? E Fortaleza? E Porto Alegre? E Cuiabá? E Rio Branco, não fazem parte do Brasil? Os problemas da seca no semiárido, por exemplo, mereciam reportagens especiais. A diferença de conceitos ("combate à seca" X "convivência com semiárido") é uma pauta que a população precisa tomar conhecimento, mas a mídia privada e a comunicação pública nem sabem o que é isso, nem sabem que isso existe (e o cidadão jamais vai saber). Pelo interior do Brasil as coisas estão acontecem, fatos estão pedindo "Me noticiem", mas a mídia concretada no triângulo DF/SP/RJ não vê. A Rede de Proteção Social do governo federal merece uma série de reportagens aprofundadas (ninguém faz, só sai porrada na mídia comercial e o cidadão fica privado de saber). Os veículos da EBC precisam esclarecer bem à sociedade o que é Bolsa Família, compará-la às outras bolsas (como as bolsas de estudos). É preciso direcionar a pauta para as questões "invisíveis" ou para quebrar os "consensos" construídos pela mídia privada, quebrar os preconceitos, as visões míopes sobre direitos. Os veículos da EBC precisam ser contrapontos à imprensa privada. Atenciosamente, José Marcelo Torres Batista".*

Em resposta, a Diretoria de Jornalismo esclareceu que:

*"Agradecemos desde já a sua participação e enfatizamos a importância da sua colaboração. O jornalismo da EBC é responsável pela Agência Brasil, pelo jornalismo da TV Brasil e pelo jornalismo nacional das 8 emissoras que fazem parte da empresa. Temos por princípio manter o leitor, o telespectador e o ouvinte sempre bem informados do que acontece no Brasil e no mundo, além de oferecer a eles acesso a notícias que outros veículos não divulgam. As manchetes da Agência Brasil mostram o que está acontecendo de mais importante no dia, além de notícias que não são cobertas por outras agências. O mesmo ocorre nos radiojornais e telejornais produzidos por nós. Fazemos jornalismo, sempre com o foco na correção e complementariedade. Desde que a EBC foi criada, em 2007, é isto que buscamos todos os dias: informar a população sobre temas que os demais veículos não*

*cobrem. Vários temas sobre direitos humanos, que mostram a diversidade social, cultural e étnica do Brasil, assuntos esquecidos pela mídia, são retratados pela EBC. No link, um entre centenas de exemplos que poderíamos mostrar: uma reportagem com as vítimas do erro da imprensa no caso Escola Base em São Paulo. (<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/video/26013/>). Além disso, tentamos dar uma cobertura diferenciada aos assuntos jornalísticos que são cobertos por todos. O jornalismo da EBC tem por princípio a imparcialidade, a pluralidade de ideias e fontes de informação. Ouvimos sempre todos os lados da notícia, sem preconceitos ou direcionamentos. Vale aqui ressaltar a cobertura feita pela EBC durante a Rio+20. Durante os dias de discussão foram produzidas mais de 400 reportagens e 200 fotos para Agência Brasil. A TV Brasil também cobriu de forma diferenciada o evento. De 11 a 22 de junho, o telejornal local Repórter Rio, virou nacional com o nome de Repórter Rio+20 e a edição noturna do Repórter Brasil foi apresentada de um estúdio especial no Riocentro. Durante estes dias demos bastante ênfase ao que acontecia na Cúpula do Povos. Este ano também realizamos uma cobertura especial no Fórum Social Temático, que aconteceu em janeiro em Porto Alegre. Deve-se lembrar também da cobertura diferenciada que a Agência Brasil faz de temas com a Consciência Negra e Educação, tendo vencido alguns prêmios de jornalismo nestas áreas. A Agência Brasil possui hoje repórteres no Distrito Federal, Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba. Por sermos uma empresa pública, com restrições orçamentárias, não é possível manter correspondentes em todos os pontos do país. Mas suprimos esta deficiência, com apurações por telefone e outros meios e quando o caso requer, enviamos repórteres e fotógrafos para os locais, como aconteceu recentemente no Paraguai e na greve dos policiais do Ceará. A TV Brasil possui redações no Distrito Federal, Rio de Janeiro, São Paulo e Maranhão e tem parcerias com 13 emissoras públicas de todo o país, dentre elas a TV Universitária de Roraima, a TVE do Rio Grande do Sul, TV Aldeia do Acre e TV Educativa do Espírito Santo. Assim como os repórteres da Agência, as equipes da TV Brasil também viajam pelo Brasil em busca de notícias, como no caso da cobertura da seca do semiárido, que rendeu uma série de reportagens veiculadas nos telejornais. O Brasil que ninguém mostra também é tema dos nossos programas especiais. Os Caminhos da Reportagem este ano produziu programas sobre a Vida dos que dependem dos lixões e os Quilombolas. Também são produzidos programas que debatem políticas públicas (Brasilianas.org) e a cobertura da imprensa e a programação de TV (Observatório da*

*Imprensa e Ver TV). Agradecemos as suas sugestões de pauta. Elas serão repassadas aos setores responsáveis para que sejam realizadas em breve.”*

O leitor considera que a ABr deve se diferenciar da mídia privada, devendo ir além da simples constatação dos fatos noticiados, pautando matérias inusitadas com abordagens diferenciadas e inserindo o contexto regional, enfim adotando o viés da comunicação pública.

Outra manifestação sobre a linha editorial da Agência Brasil é de um leitor, que não autorizou a divulgação de seu nome, que enviou, no dia 2 de junho, para a Ouvidoria a seguinte mensagem:

*“É verdade essa parceria da Agência Brasil com o Valor Econômico? Mas esse jornal não é uma empresa comercial? Que defende interesses privados de seus donos? Isso não conflita com os objetivos de uma agência pública? Que vergonha!”*

A parceria entre a Agência Brasil e o Jornal Valor Econômico foi abordado também pelo Conselho Curador e a justificativa da Presidência consta na página eletrônica do Conselho Curador - <http://www.conselhcurador.ebc.com.br/noticia/19-06-2012-conselho-curador-recebe-informacoes-da-ebc-sobre-parceria-entre-agencia-brasil-e>.

Em atenção a essa demanda, mesmo com a publicação da justificativa tendo sido realizada no dia 19/06/2012, a Ouvidoria informa que houve uma falha na comunicação entre a equipe técnica interna e a DIJOR ocasionando o registro como pendente no relatório mensal de junho.

A demanda do leitor João Mützenberg, que no dia 30/7, questionou (Processo 193-AB/12):

*“Bom dia! Acompanho quase que diariamente a Agência Brasil, mas fico assombrado como a ABr ainda vê o país apenas como litoral. Se prestarmos atenção às notícias veiculadas na editoria de Cultura, por exemplo, são priorizados principalmente eventos culturais do Rio e São Paulo. É claro que ocorrem mais eventos nessas cidades, mas ignorar o interior do Brasil parece-me que não poderia partir de uma agência pública de notícias. Afinal, como diz a música, o Brasil não é só litoral.”*

Em resposta a Diretoria de Jornalismo agradeceu a participação do leitor e informou que:

*“De fato suas observações são pertinentes. Infelizmente não temos equipe e recursos para fazer matérias de culturas em outras regiões do país. Assim, como temos sucursais apenas em São Paulo e Rio de Janeiro, nossas matérias de cultura acabam tratado de eventos destas cidades. Vamos nos esforçar para tratar deste tema em outras regiões, mesmo tendo que fazer apurações por telefone, o que sempre prejudica a qualidade final do trabalho.”*

O leitor afirma a riqueza da diversidade cultural do Brasil e instiga a ABr a ampliar a cobertura que hoje, segundo ele esta concentrada no eixo Rio – São Paulo, e a Diretoria de Jornalismo informa que reunirá esforços para tratar o assunto e assegurar maior qualificação aos serviços.

### **3.1.3.2.2. Percepções da Ouvidoria**

No decorrer do trimestre foram observados:

- Editoria Nacional;
- Cobertura da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20;
- Cobertura da temática criança e adolescente.

As principais observações referentes à Editoria Nacional foram em relação ao aspecto geral da página. À primeira vista, a editoria parece não ter linha editorial definida, dando a impressão de um 'desaguadouro' de notícias avulsas relacionadas ao país - é como se fosse um mosaico sem grande referência de assunto ou subeditorias. Por outro lado, a editoria tem uma edição muito interessante: nela pode-se explorar páginas com temas especiais e obter maior diversidade de fotos.

Os principais assuntos divulgados nesta editoria foram sobre Governo Federal, Crises e CPIs, Clima (chuvas e seca), Movimentos Sociais e Rio +20. Outros temas que mereceram destaques foram atos do Congresso Nacional, comportamento e economia.

Embora com assuntos variados e sem linha editorial muito definida, a seção de páginas especiais é algo relevante nesta editoria. O leitor pode ter acesso a um conteúdo mais denso e informativo e com maior diversidade de fotos. A Agência Brasil poderia fazer desta seção uma espécie de cobertura diferenciada com mais aprofundamento e maior definição editorial. Nossa sugestão é que seja ampliado o noticiário especial, com a inclusão de temas como, por exemplo, nas matérias a seguir, viria o indicativo do assunto, "Presidência da República", "Programas Sociais", "Movimentos Sociais" e outros a critério do editor responsável.

Outra medida interessante que poderia ser adotada é a postagem de reportagens de outras editorias, como por exemplo, a de cidadania que publica temas ligados a gênero, raça e outros. Neste sentido, uma boa opção seria fazer um resgate histórico de fatos que envolvem interesse da comunidade.

Assim como observamos nas editorias já avaliadas, as coberturas de ações do Governo Federal, mais especificamente à Presidência da República, são expressivas em relação aos da esfera federal como um todo. Há uma diversidade que vai da previdência social, agricultura, índios, fronteiras e programas sociais



do governo, até educação e saúde. Aliás, estes três setores (programas sociais, saúde e educação) deveriam ter mais visibilidade na editoria de Nacional, por tratar-se de assunto de interesse nacional.

As observações da Ouvidoria no mês de junho quanto à cobertura feita pela Agência Brasil sobre a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, foram motivadas pela apresentação ao Conselho Curador, na reunião do dia 27/6/2012, de um vídeo institucional demonstrando números expressivos referentes à ABr: 452 matérias e 1000 fotos.

Dos vários levantamentos no sistema de busca do site da Agência Brasil, a Ouvidoria detectou que os números levantados de matérias durante o evento não correspondiam com a informação prestada, conforme demonstrações a seguir:

**Figura 28 - Filtro de procura: Rio + 20 – 421 matérias e 79 fotos.**



The screenshot shows the search results page on the EBC website. The search term is "Rio + 20". The results are displayed in a list format. The first result is titled "Ministra do Meio Ambiente provoca empresários e pede estratégia para sustentabilidade" and is dated 27/06/2012 at 17h28. The second result is titled "Índices de violência diminuiram no Rio de violência diminuiram no Rio durante" and is dated 26/06/2012 at 19h14. The third result is titled "Brasil começa a produzir remédios antiasmáticos em 2013" and is dated 26/06/2012 at 13h47. The fourth result is titled "CPMI do Cachoeira ouve nesta semana nove pessoas ligadas a Perillo" and is dated 26/06/2012 at 11h26. The page also includes a sidebar with navigation options and a search filter set to "Rio + 20".

**Figura 29 - Filtro de procura: Rio+20 - 968 matérias e 1000 fotos.**

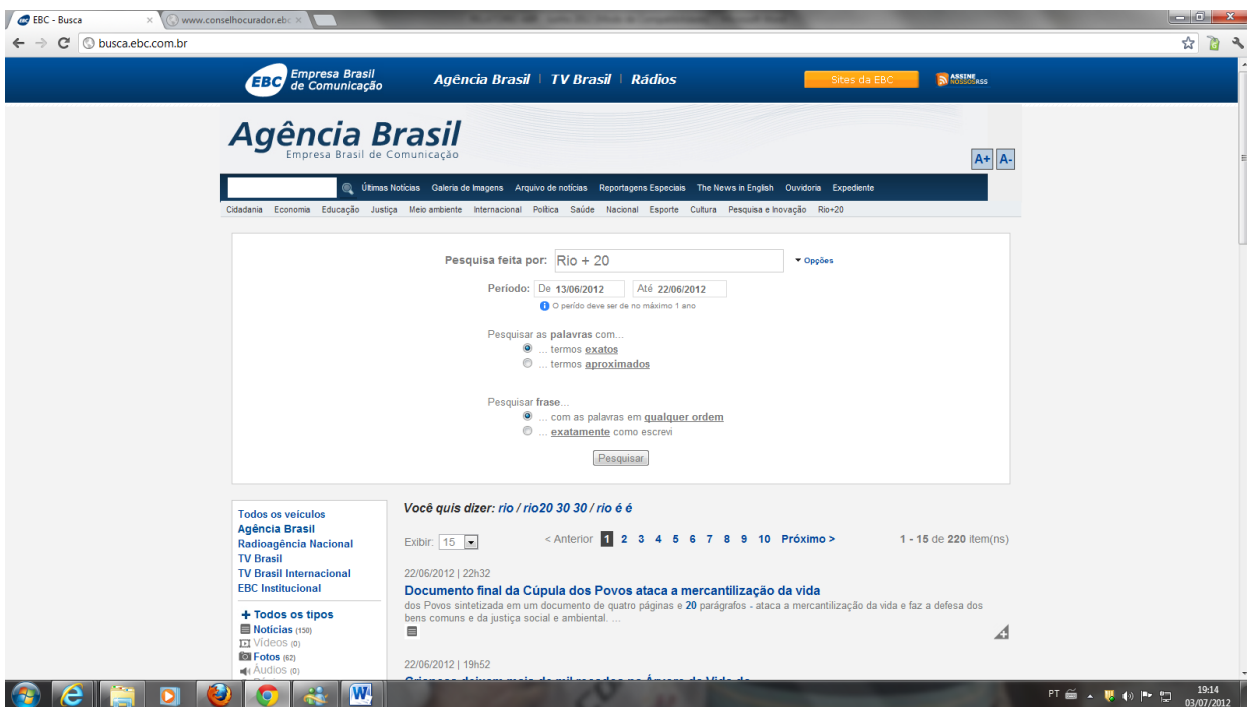


The screenshot shows the EBC search interface with the search term "Rio+20". The search results page displays a list of articles and photos. The top navigation bar includes "Agência Brasil", "TV Brasil", and "Rádios". The search bar shows "Pesquisa feita por: Rio+20". A message indicates that the search has exceeded the 1,000 result limit. The results list includes:

- Reconhecimento do Rio como Patrimônio Cultural da Humanidade abre oportunidades econômicas** (03/07/2012 | 19h:38)
- Coluna da Ouvidoria O jornalismo e o excesso de fontes oficiais** (02/07/2012 | 19h:38)
- Ignacy Sachs: desenvolvimento sustentável só é possível com intervenção do Estado** (01/07/2012 | 19h:18)

The interface also features a sidebar with filters for "Todos os tipos" (Notícias, Vídeos, Fotos, Áudios, Páginas) and "Conteúdo em Inglês".

**Figura 30 - Filtro de procura: Rio + 20 (de 13 a 22/06) – 150 matérias e 62 fotos.**

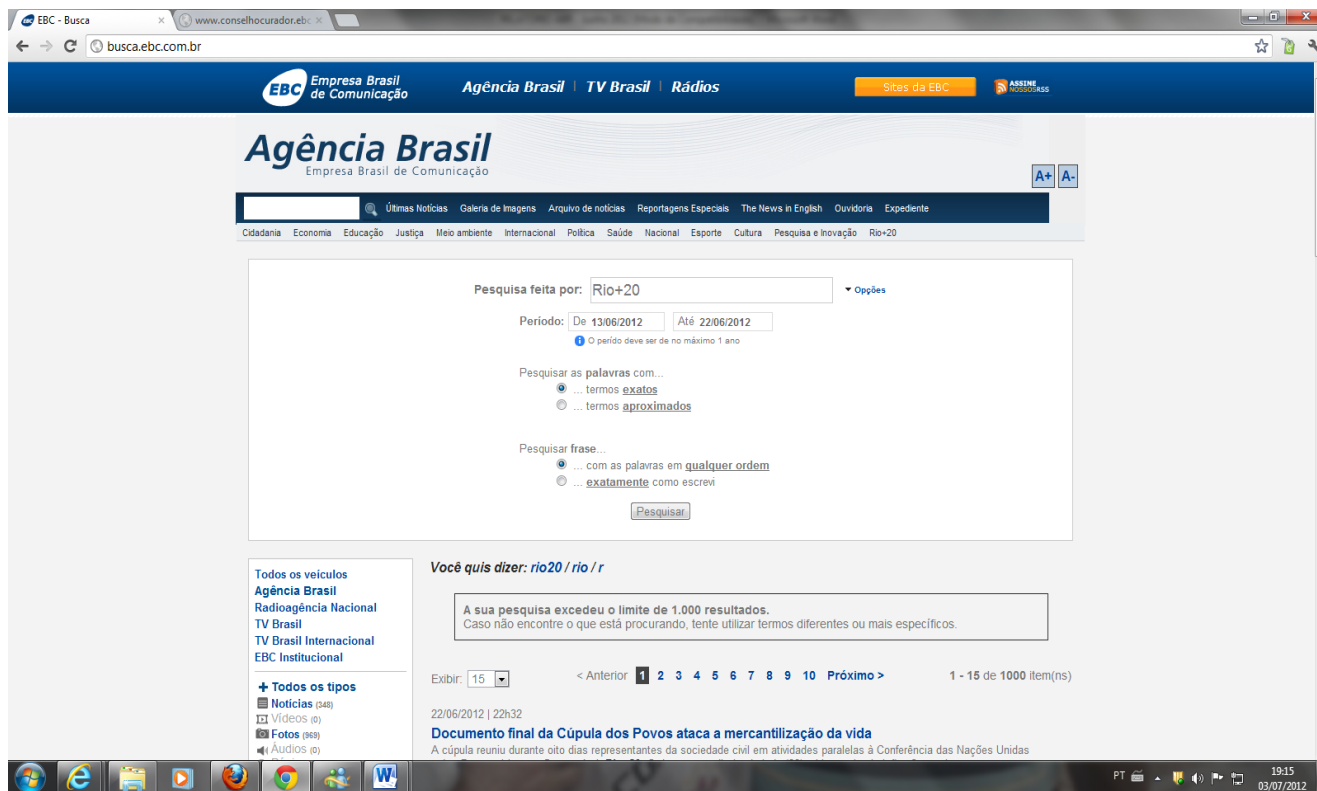


The screenshot shows the EBC search interface with the search term "Rio + 20" and date filters set from "13/06/2012" to "22/06/2012". The search results page displays a list of articles and photos. The top navigation bar includes "Agência Brasil", "TV Brasil", and "Rádios". The search bar shows "Pesquisa feita por: Rio + 20". The results list includes:

- Documento final da Cúpula dos Povos ataca a mercantilização da vida** (22/06/2012 | 22h:32)
- Documento final da Cúpula dos Povos ataca a mercantilização da vida** (22/06/2012 | 19h:52)

The interface also features a sidebar with filters for "Todos os tipos" (Notícias, Vídeos, Fotos, Áudios) and "Conteúdo em Inglês".

**Figura 31 - Filtro de procura: Rio+20 (de 13 a 22/06) – 348 matérias e 969 fotos.**



Diante da impossibilidade de chegar ao número apresentado pela Agência Brasil, a Ouvidoria optou pelo filtro de busca que consta na Figura 4. Nele, chegamos ao total de 348 matérias publicadas sobre a Rio +20, no período de 13 a 22 de junho. Um aspecto que chamou a atenção foi o fato de 250 matérias das 348 publicadas serem pautadas a partir de fontes oficiais, restando apenas 98 matérias que tiveram como fonte órgãos não oficiais.

A excessiva utilização de fontes oficiais por parte da ABr foi tema da Coluna da Ouvidoria - “Os desafios do jornalismo público” de 2/7/2012 – onde a análise concluiu que a cobertura da Agência Brasil sobre a Rio+20 priorizou muito mais as fontes oficiais e pouco repercutiu as opiniões importantes dos movimentos sociais, tratando com desproporcionalidade o assunto e impossibilitando o acesso do leitor aos mais diferenciados posicionamentos da discussão.

O tipo de discurso adotado por um veículo de comunicação é determinado pela escolha de suas fontes e com isso é definida sua imagem institucional. A utilização demasiada de fontes oficiais garante

legitimidade ao discurso jornalístico, mas ausência de fontes não oficiais compromete o caráter plural da informação e dificulta a formação crítica do leitor.

Sendo assim, a Ouvidoria sugere que haja equilíbrio no uso das fontes, como forma de suscitar o debate e garantir que a comunicação seja democrática e participativa.

A cobertura da Agência Brasil sobre a temática “criança e adolescente” foi observada pela Ouvidoria no mês de julho. O enfoque foi dado pela relevância do assunto, uma vez que a Constituição Federal determina que a efetividade dos direitos das crianças e dos adolescentes tenha prioridade absoluta sobre os demais. Além disso, o Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA completou 22 anos em julho, mesmo mês que a 9ª Conferência Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente foi realizada em Brasília.

É certo que a comunicação, além de ser um direito, torna-se também um instrumento de defesa dos direitos humanos e da cidadania, sobretudo em uma época em que a violação destes tem sido cada vez mais praticada. O jornalismo tem uma função muito importante na educação para a cidadania, assumindo também um papel político e de responsabilidade social, sobretudo quando dá visibilidade aos problemas e busca apontar alternativas de solução.

Partindo desses pressupostos, analisamos as 37 matérias publicadas pela Agência Brasil sobre crianças e adolescentes, no período de 1º a 31 de julho de 2012. Chamou atenção o fato de que 12 matérias das 37 publicadas dizem respeito à 9ª Conferência Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente realizada em Brasília.

Dos 12 textos produzidos sobre a Conferência, 7 se referem à participação do governo no evento e ao lançamento de projetos governamentais e o tratamento dispensado pela ABr aos assuntos que envolvem os direitos das crianças e adolescentes, tema central de discussão da Conferência, deixou a desejar quanto a contextualização e a investigação das causas da não efetividade dos direitos no Brasil, priorizando a descrição dos fatos.

Outro aspecto observado referente à temática foi que, das 12 matérias publicadas sobre a Conferência, apenas 4 mencionam o ECA, e uma destas cita a Convenção sobre os Direitos da Criança, ignorando que, no cenário internacional, a Convenção traz uma perspectiva revolucionária acerca da inserção de crianças na sociedade e, nacionalmente, o ECA solidifica as conquistas da Convenção. Nesse sentido, as

matérias como forma de agregar mais qualidade, credibilidade e contextualização ao conteúdo produzido sobre a temática pela Agência Brasil poderiam ter inserido conteúdos das leis que asseguram os direitos das crianças e adolescentes.

Ademais, sugere que as matérias produzidas pela ABr, sobre crianças e adolescentes, sejam acompanhadas de uma reflexão sobre as possíveis soluções para inibir as violações dos direitos garantidos pela Convenção dos Direitos da Criança e ratificados pelo ECA, noticiando as causas e ações resolutivas para assegurar uma infância e adolescência a todos.

A realidade dos direitos da criança e do adolescente tem muito a avançar no país, e é nesse ambiente que a Agência Brasil desempenhará um papel fundamental de parceria com a sociedade, devendo assumir uma postura mais ativa no processo de monitoramento, fiscalização e cobrança das políticas públicas, produzindo informação qualificada que permita que os direitos sejam conhecidos e exigidos.

Os veículos de comunicação pública são os maiores aliados da sociedade no exercício do controle social como instrumento de disseminação de informações para a construção da cidadania ao para apontar as transformações possíveis e necessárias na defesa dos direitos dos cidadãos.

Diante disso, a Ouvidoria sugere que a Agência Brasil atente para a necessidade de divulgar notícias enriquecidas por descrições mais contextualizadas e acrescentando mais informações ao factual assegurando maior alcance e repercussão junto à sociedade. O olhar atento da agência às políticas públicas é de suma importância ao consolidar o papel de difusor de cidadania noticiando sistematicamente a evolução e os efeitos diretos que elas têm na vida dos cidadãos.

### 3.1.3.3. Colunas da Ouvidoria

**Publicação de 07/05** - a coluna da Ouvidoria intitulada “Os blogs e as fontes convencionais de notícias” apontou para a análise da cobertura da Agência Brasil e argumentou que, embora não sejam frequentes, volta e meia chegam à Ouvidoria algumas reclamações de leitores que usam as informações veiculadas em blogs para reforçar os argumentos sobre alegados erros localizados nas matérias publicadas pela Agência Brasil. A partir desse ponto, a coluna procura abrir uma discussão sobre as fontes de informações jornalísticas e as possibilidades da utilização responsável de fontes não convencionais.

Embora existam diversos tipos de blogs, é possível dividi-los em três grandes ramos: 1) blogs pessoais, normalmente usados como um gênero de diário com postagens voltadas para os acontecimentos da vida e as opiniões do usuário; 2) blogs corporativos e organizacionais, utilizados como ferramentas de divulgação e contato com clientes; e 3) blogs de gênero, que tratam de um assunto dominado pelo o usuário, ou grupo de usuários.

A coluna ressaltou que as experiências da Ouvidoria em consultar os blogs indicados pelos leitores têm sido bastante positivas. E que quando se trata de supostos erros de fato nas reportagens, as informações nos artigos (posts) têm ajudado a entender se houve, de fato, um erro; se há outros fatos que foram omitidos que mudariam o contexto do fato que foi relatado e repercutido; e se fontes diferentes daquelas consultadas dariam uma interpretação diferente daquela apresentada na reportagem.

**Publicação de 21/05** - Na coluna seguinte, “Os movimentos sociais não precisam de intérpretes”, a coluna registrou que no último dia 21 de abril, Dia de Tiradentes e aniversário da cidade Brasília, aconteceu a terceira edição da Marcha contra a Corrupção em Brasília, São Paulo, no Rio Janeiro e em outras cidades do país.

O número de manifestantes nas três capitais onde a Agência Brasil fez a cobertura do evento foi menor do que nas edições anteriores. Em São Paulo, 800 pessoas participaram do protesto, de acordo com a Polícia Militar (PM); 3 mil, segundo os organizadores. Em Brasília, cerca de 1,5 mil, na estimativa da PM, mesmo com o reforço de parte do público que estava presente para as comemorações do aniversário da cidade. No Rio, a PM não divulgou o número. E comentou que se esses números e a tendência declinante no comparecimento não chegam a impressionar as reivindicações feitas pelos manifestantes tampouco trouxeram novidades.

Além do fio condutor do combate à corrupção, a única bandeira levantada em todas as três edições da marcha foi o fim do voto secreto no Congresso. Os demais temas especificados nas reportagens da ABr eram de caráter mais pontual, conforme a edição e o local: na primeira edição, punição para os políticos corruptos (Brasília); na segunda, a defesa da constitucionalidade da Lei da Ficha Limpa e a manutenção das atribuições do Conselho Nacional da Justiça (Brasília); na terceira, a tipificação da corrupção como crime hediondo (Rio), rapidez no julgamento do mensalão (Brasília e São Paulo) e o fim do foro privilegiado para os parlamentares (São Paulo). A coluna questiona que independentemente dos números e das bandeiras, a cobertura dessas marchas coaduna com a missão de uma agência pública de notícias?

**Publicação de 29/05** - foi abordado o tema “Vão-se os anéis” em que trata da matéria três dias depois da aprovação no dia 10 de maio pela Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) do Senado da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 103/2011, que altera o Parágrafo 2º do Artigo 155 da Constituição Federal para possibilitar a aplicação da alíquota interestadual e da partilha às compras feitas por “pessoas físicas, contribuintes ou não do imposto”, nas operações não presenciais ou por meio eletrônico, a Agência Brasil publicou matéria intitulada Emenda sobre imposto para comércio eletrônico não ameniza guerra fiscal, dizem tributaristas.

Na matéria, a decisão da CCJ é repercutida com dois representantes de entidades que congregam auditores fiscais e o tributarista e ex-secretário da Receita Federal Everardo Maciel. Os três especialistas fazem avaliações convergentes de que a PEC é apenas “paliativa” em torno de um ponto muito específico, sem mexer com os aspectos do sistema que precisam mudar.

A manifestação que deu origem a referida coluna foi do leitor André Horta Melo, de Natal (RN), que considerou tendenciosa a matéria e enviou o seguinte comentário à Ouvidoria:

*“Dois bilhões de reais que estavam atravancados nos estados mais ricos serão redistribuídos com estados mais pobres. O comércio eletrônico é [era] uma moeda de negociação indecorosa de estados mais ricos no bojo da reforma tributária e agora não poderá mais ser usado nas tratativas, o que representa uma vantagem comparativa inequívoca e evidente para os estados mais pobres nas disputas políticas a partir da aprovação da emenda. As opiniões manifestadas são equivocadas. Mas pior que isso: são equivocadas para o propósito de interesses de estados mais ricos. Faltou o básico ao*

*jornalismo, ouvir o outro lado, ouvir especialistas filiados à causa do Norte, Nordeste e Centro-Oeste, ou mesmo ouvir os signatários do Protocolo nº 21/2011 [documento assinado em 01/04/2011 pelos secretários de Fazenda de 18 estados em uma tentativa, logo frustrada por ações na Justiça, de efetuar a mesma mudança preconizada na PEC 103/2011]. Os presidentes de associações fiscais paulistas são especialistas em proteção de carreiras de fiscalização, não são tributaristas. Essa semântica é reservada a notórios estudiosos do direito tributário. Não impede que aqueles o sejam, mas não implica”.*

**Publicação de 04/06** - a coluna da Ouvidoria intitulada “Cobertura internacional: o velho problema de falta de fontes próprias” advertiu que pontualmente são recebidas demandas sobre matérias produzidas pela editoria internacional da Agência Brasil e salientou que, por não ter correspondentes permanentes no exterior, a ABr depende em grande parte de informações fornecidas pelas agências internacionais com as quais mantém parceria, Telam, BBC e Lusa, para elaborar essas reportagens. Com essa temática a coluna procurou discutir se a abordagem feita dessa forma privilegia a visão de alguns países em detrimento de outros.

A coluna ressalta que além das dificuldades que os repórteres enfrentam quando são obrigados a trabalhar em cima de textos oriundos de outras agências e da sensibilidade de alguns leitores em relação aos textos que abordam controvérsias que envolvem a política internacional, outras questões devem ser consideradas quando se trata de informações provenientes de agências de notícias alternativas, como o fato de dependerem de informações ou de agências estatais ou são elas próprias agências estatais e outro critério que deve sempre ser seguido é a checagem das informações com mais de uma fonte.

**Publicação de 11/06** - A coluna seguinte, “Para sair do papel”, tratou de uma pesquisa que a Ouvidoria, provocada por uma demanda, fez da cobertura dada pela Agência Brasil à questão da “economia verde”, um dos temas centrais da agenda da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20.

Existem alguns pontos em que a posição de oposição radical à plataforma de propostas divulgadas pelos organizadores da Rio+20 referentes à economia verde, tende a desconsiderar alguns aspectos positivos da plataforma oficial que merecem ser avaliados em termos menos abstratos, além de outras medidas relacionadas ao meio ambiente que nem estão sendo discutidas, mas em que a participação do cidadão pode fazer diferença.



**Publicação de 18/06** - foi abordado o tema “As grandes ausências na Rio+20” em que trata da não participação pelo Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama), Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) e Comissão Nacional de Biosegurança (CTNBio) na Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável - Rio+20.

A Ouvidoria buscou na cobertura feita pela Agência Brasil indícios que confirmassem a desconfiança de que exista por parte do governo brasileiro a tentativa de conduzir o debate em direções que tiram o meio ambiente da mesa. Em se tratando de pistas, apontou uma matéria publicada no mês de abril – *Ambientalistas se unem para pedir que governo brasileiro evite retrocesso na Rio+20* - e três documentos disponíveis na página dedicada ao meio ambiente no site especial criado pela EBC para a Rio+20 – *Documento de Contribuição Brasileira à Conferência Rio+20, Proposta para Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e Retrocessos do Governo Dilma na Agenda Socioambiental*. Todavia, foram detectadas lacunas ao constatar que na cobertura do Rio Mais ou Menos 20? a ABr omitiu trechos importantes, além de não fornecer o link do documento, que tampouco está presente no site especial da EBC.

**Publicação de 28/06** - Com o título “Sem exageros”, a quarta coluna esclareceu que quando a Ouvidoria recebe a reclamação de um leitor que se identifica com uma posição que não é considerada “politicamente correta” e constata que, na resposta à demanda, a Diretoria de Jornalismo se exime da responsabilidade pelas informações divulgadas na reportagem que foi alvo da reclamação, a obrigação de apurar os fatos do caso deveria ser redobrada, pois, como diz o ditado popular, “um erro não justifica o outro” e quando as informações em questão são referentes a dados estatísticos, esse ditado ganha reforço.

A coluna tomou como base a reclamação enviada à Ouvidoria pelo leitor Luiz Carlos Pauli, de Santa Cruz do Sul (RS), na qual questiona as informações veiculadas na matéria publicada no mês de maio pela Agência Brasil: *Brasil gastou R\$ 21 bilhões com doenças relacionadas ao tabaco no ano passado*. Ele diz:

*“Senhores essas divulgações como exemplo, dos 21 bilhões gastos com fumantes? O número de mortos por cigarro? Esses dados todos tem a comprovação definitiva e final do Ministério da Saúde??? O ministério assina em baixo, confirmando isso?? Temos dados verdadeiros, que estão milhões de anos luz, do que é informado. Senhores, queremos saber, quem é que assume essas informações. Já estamos contatando a folha de são Paulo - O Estado de são Paulo - Jornal o globo - Gazeta do Povo-PR - Zero Hora de Porto Alegre (que aliás, nem divulgou essas informações), de algo está muito errado nessas pesquisas.*

*Esperamos alguém, da EBC, entrar em contato direto conosco, pelo telefone 51.98046894, antes de divulgar dados oficiais, captados pelo ministério da Saúde, Datasus, que recolhe dados de internações hospitalares. Senhores, vamos ficar no aguardo, de uma ligação dos senhores, para discutirmos a realidade desses números, pois o povo brasileiro, precisa saber aonde foi feito?: por quem foi feito? data? quem financiou? dados das pessoas que forneceram esses dados? local dos dados? etc...”*

**Publicação de 02/07** - a coluna da Ouvidoria intitulada “O jornalismo e o excesso de fontes oficiais” advertiu sobre a predominância de fontes oficiais, se comparada à recorrência às fontes não governamentais na cobertura da Agência Brasil sobre o processo de negociação para fechar o documento oficial da Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável, a Rio +20.

Afora o aspecto quantitativo, outra questão observada na coluna foi a ausência de contraponto, tanto nas notícias que focalizam as fontes oficiais quanto nas que tinham como referência as fontes não governamentais. Do ponto de vista do conteúdo, as matérias que veicularam a posição dos movimentos sociais não levaram o leitor a perceber o ponto principal das divergências.

A coluna ressalta que a cobertura feita pela ABr foi omissa frente ao posicionamento dos movimentos sociais em relação ao documento oficial da conferência, e que a predominância de fontes governamentais e a pouca inserção de fontes não oficiais revelam a desproporcionalidade com que o tema foi tratado. Esta desproporcionalidade na cobertura pode, tanto revelar que a ABr concentrou seus profissionais no local em que ocorriam os eventos oficiais, quanto à tendência em privilegiar as vozes oficiais em detrimento das vozes sociais que estavam, em sua maioria, concentradas na Cúpula dos Povos, evento paralelo na programação da Rio+20.

Como alternativa para corrigir essa desproporcionalidade a coluna sugere a ação de também priorizar profissionais nos eventos paralelos, como forma de garantir uma cobertura mais representativa do que foi a conferência na sua integralidade. Independentemente dos números, a desproporcionalidade na visibilidade das vozes não condiz com a missão de uma agência pública de notícias. Ademais, a cobertura desta forma não tem a capacidade de contribuir, nem fortalece os valores da cidadania, que são os objetivos primordiais da mídia pública.

**Publicação de 09/07** - A coluna seguinte, “Os desafios do jornalismo público”, analisou a linha editorial adotada pela Agência Brasil, tendo como ponto de partida a demanda do leitor José Marcelo Torres Batista que fez, no dia 28 de junho, as seguintes considerações:

*"Sou jornalista, cidadão e leitor. Tenho a página da Agência Brasil como uma das favoritas na internet e a acesso de segunda a sexta. Ao ler as manchetes diárias do site, nós, leitores, acabamos lendo praticamente as mesmas matérias e talvez as mesmas manchetes da imprensa comercial, privada. Se for para fazer o que a imprensa comercial (privada) faz, é melhor não ter a Agência Brasil, que deveria ter, de fato, um viés de comunicação pública. (...) Sua condição de existência é fornecer a informação pública, o que a mídia comercial não fornece (por má vontade ou por interesse em ocultar). Sou defensor da existência da EBC, da TV Brasil, da Agência Brasil e da Voz do Brasil, mas é preciso fazer outro tipo de comunicação."*

A Diretoria de Jornalismo respondeu agradecendo a participação do leitor e enfatizando a importância de sua colaboração, ao mesmo tempo em que esclareceu:

*"O jornalismo da EBC é responsável pela Agência Brasil, pelo jornalismo da TV Brasil e pelo jornalismo nacional das oito emissoras que fazem parte da empresa. Temos por princípio manter o leitor, o telespectador e o ouvinte sempre bem informados do que acontece no Brasil e no mundo, além de oferecer a eles acesso a notícias que outros veículos não divulgam. As manchetes da Agência Brasil mostram o que está acontecendo de mais importante no dia, além de notícias que não são cobertas por outras agências. O mesmo ocorre nos radiojornais e telejornais produzidos por nós. Fazemos jornalismo, sempre com o foco na correção e complementaridade. Desde que a EBC foi criada, em 2007, é isto que buscamos todos os dias: informar a população sobre temas que os demais veículos não cobrem. Vários temas sobre direitos humanos, que mostram a diversidade social, cultural e étnica do Brasil, assuntos esquecidos pela mídia, são retratados pela EBC. Um entre as centenas de exemplos que poderíamos mostrar é uma reportagem com as vítimas do erro da imprensa no [caso Escola Base](#) em São Paulo.(...)"*

A coluna trouxe ainda um complemento à resposta da Diretoria de Jornalismo, citando o Manual de Jornalismo da EBC como um instrumento que, na percepção da Ouvidoria, pode responder a esta e a outras manifestações que nos chegaram.

É ponderado na coluna que, do ponto de vista teórico, o novo *Manual de Jornalismo* não deixa dúvidas quanto aos conceitos que norteiam os fundamentos, princípios e valores que devem reger o jornalismo público. Resta agora o exercício prático de sua aplicação, por meio do qual se poderá responder se os veículos da EBC têm condições de fornecer espaços e meios para o debate público acerca de temas de relevância local, regional, nacional e internacional, assegurada a expressão de ideias, opiniões e pontos de vista divergentes, como prevê o próprio manual. Ou mesmo de constituir-se em alternativa para o cidadão, na medida em que deve dedicar atenção aos fatos habitualmente ausentes na mídia, com enfoques diferenciados e/ou complementares, que têm sido um dos principais questionamentos feitos pelos leitores.

Para isso, é muito importante que os jornalistas, comunicadores e todos aqueles que atuam na produção da informação que a empresa oferta ao público, tenham o compromisso não somente de conhecer mas, sobretudo, de aplicar no trabalho cotidiano da produção de notícia os princípios descritos no manual.

**Publicação de 16/07** - com o título “Prestando contas”, a Ouvidoria apresentou um balanço das manifestações recebidas no primeiro semestre de 2012 e apresentou o seguinte levantamento: total de 178 manifestações referentes à Agência Brasil. Deste quantitativo, 123 manifestações foram reclamações; 5 elogios; 18 sugestões; 20 comentários e 12 pedidos de informações.

Na coluna foi dado destaque para as 123 reclamações que chegaram à Ouvidoria nesse período de 6 meses, das quais 57 foram sobre erros de informação. Dessas 57, a Diretoria de Jornalismo corrigiu 40, que tratavam de mudanças pontuais como correção de erros de ortografia e gramática, erros em nomes de pessoas e de localidades, números e cifras. Apesar de ter corrigido 70% das reclamações feitas pelos leitores, ainda permanecem sem respostas 21% das reclamações, ou seja, 12 manifestações, sendo que uma delas foi pauta na coluna da ouvidoria *Notícias e novidades na educação do campo*, publicada no dia 16 de abril de 2012.

Como forma de evitar erros, a coluna afirma que primeiro é necessário que o jornalista faça a checagem de todas as informações que chegam à redação, tarefa que na maioria das vezes, por falta de tempo, não consegue realizar, satisfazendo-se apenas com a leitura das notas divulgadas pelas assessorias

de imprensa das instituições. Sem esquecer que o tempo e os recursos de que o jornalista dispõe para fazer a apuração e checagens das informações podem agir tanto a seu favor (agilidade na divulgação da notícia) quanto serem contrários à qualidade de seu trabalho, se forem exíguos. Para prevenir-se desse tipo de “armadilha”, que frequentemente surpreende os profissionais do jornalismo, somente um processo sistemático de verificação da consistência, da lógica e da veracidade das informações, antes de publicá-las, pode minimizar os danos causados à qualidade da notícia e conseqüentemente, à credibilidade do veículo.

Em contrapartida, é demonstrado na coluna que reconhecer e corrigir o erro demonstram a credibilidade e o compromisso da ABr com a correção da informação que transmite. Sem contar que a correção revela a participação do público do veículo, que faz\_a leitura crítica do seu conteúdo e contribui para a qualidade da informação.

Com o título “A EBC e as normas editoriais para as eleições de 2012” e publicada no dia **23 de julho**, a quarta coluna informa que, para as eleições deste ano, a EBC novamente toma a iniciativa de autorregulação, ao aprovar, no início deste mês, o [Manual Eleições 2012 – Diretrizes e Normas Editoriais da EBC](#), com o objetivo de orientar a cobertura jornalística pelos diferentes veículos da empresa no pleito municipal de outubro. Dentre as diretrizes editoriais previstas no manual, um dos pontos que chamam a atenção é o protagonismo do cidadão na programação das emissoras, na medida em que a empresa determina que a cobertura dê destaque ao ponto de vista e ao interesse do cidadão, por meio de recursos como perguntas dos ouvintes e telespectadores e usando ferramentas como a interatividade para garantir maior participação do público.

Ao publicar novamente as normas editoriais que irão guiar a conduta dos profissionais durante a campanha e o pleito, a EBC dá um exemplo de autorregulação, ao mesmo tempo em que oferece elementos para que a sociedade exerça seu direito de controle e fiscalização dos conteúdos veiculados por seus canais de comunicação. A Ouvidoria, como forma de cumprir uma de suas atribuições, que é *ser o canal público de diálogo com cidadão para que ele possa manifestar sua avaliação dos serviços públicos de comunicação prestados pela EBC*, utilizou o espaço da coluna e convocou novamente os leitores da Agência Brasil a exercerem esse direito de controle e fiscalização dos conteúdos veiculados pelos canais de comunicação da EBC durante as eleições e, quem sabe, force os demais veículos a adotar a mesma prática, saindo do discurso e passando efetivamente à ação.

**Publicação de 30/07** - A quinta e última coluna do mês, “A cobertura da Agência Brasil sobre os temas relacionados à cidadania”, analisa como a Agência Brasil cobre os temas relacionados à cidadania, não em termos abstratos, mas na prática, pelos temas selecionados e pelos enfoques adotados nas reportagens.

Na medida em que cidadania significa inclusão dos segmentos menos favorecidos da população, a primeira coisa que a coluna chama atenção na cobertura da Agência Brasil diz respeito ao leque de temas abordados. Neste sentido, a cobertura da Agência Brasil é digna de elogios e o enfoque predominante nas matérias não está nos resumos dos pronunciamentos de autoridades governamentais sobre os temas, as chamadas matérias “declaratórias”, mas na repercussão e, sobretudo, na contextualização, inclusive na dimensão histórica, e na diversidade de fontes consultadas.

Outro aspecto positivo destacado pela coluna é o fato de a Agência Brasil estar cada vez mais atenta ao fornecimento de informações que facilitam, ao cidadão, o contato com os órgãos públicos para apresentar suas denúncias, suas sugestões e seus pedidos de informação. Trata-se da função da mídia como “serviço público”.

Contudo, a coluna mostra que a cobertura da Agência Brasil se manifesta mais fraca em uma das áreas mais complexas da política brasileira: na dinâmica das relações federativas do Estado brasileiro, onde a definição do papel do cidadão é confusa. De modo geral, a cobertura nesses casos tende a colocar o cidadão no papel de objeto passivo dessas políticas e apresentar a dinâmica federativa como um processo que envolve forças políticas fora do alcance do cidadão: são decisões baseadas nos cálculos de interesse, influência e poder. No meio dessas forças, o cidadão se perde.

### 3.2. Serviço de Atendimento ao Cidadão – SIC

#### 3.2.1. Abordagem quantitativa

O Serviço de Informação ao Cidadão no trimestre registrou 156 pedidos de informações. Os pedidos de informações foram acessados através do sistema 0800 (60 via telefone), via sistema e-SIC (88 via web) e 8 pedidos presenciais.

Todos os pedidos de informações até a finalização do relatório foram respondidos. O SIC no trimestre em questão não apresenta pendências e tem mantido o prazo de resposta dos pedidos de informação com média de 4,5 dias.

As áreas demandadas e as principais informações foram:

Área Demandada	Quantidade	Principais informações solicitadas
DIAFI	101	Concurso Público Plano de Cargos e Salários Quadro de funcionários Diferença de atribuições entre Jornalista e Gestor Benefícios Contrato ACERP Valores de contratos dos terceirizados
DIPRES	5	Pesquisa sobre os presidentes da EBC desde 1973 Quem são os conselheiros e quais os valores recebidos Qual a frequência das reuniões do conselho
Ouvidoria	25	Pronto Atendimento
DICAP	5	Informações sobre o serviço de publicidade da NBR Acesso aos documentários e projetos especiais da NBR
DIJUR	3	Funções desempenhadas pelos advogados da DIJUR Contratação de serviços de escritórios particulares Ações trabalhistas junto ao MP Federal e o andamento
SUCOM	1	Formulário sobre TI enviado ao TCU
SUSUP	1	Sinal da TV Brasil
SUPROG	2	Programação infantil Informações sobre o Programa de Cinema da Tv Brasil

DIPRO	3	Como participar da programação da TV Brasil
SURAD	9	Transmissão da Voz do Brasil em outra rádio Acesso ao acervo da Rádio Nacional RJ para fins de pesquisa acadêmica Cobertura e sinal Transmissão do horário político Programação
DIJOR	1	Notícia Agência Brasil

**Brasília, 15 de agosto de 2012.**

**Regina Lúcia Alves de Lima  
Ouvidora da EBC**