



*Empresa Brasil  
de Comunicação*

# OUVIDORIA DA EBC

**RELATÓRIO MENSAL**

**MAIO**

**2014**

# RELATÓRIO MENSAL

MAIO



***Empresa Brasil  
de Comunicação***

OUVIDORIA

2014

**Ouvidora Geral**

Joseti Marques

**Ouvidores Adjuntos**

Marcio Bueno (TV Brasil)

Ruth Helena Vieira (Rádios)

Tão Gomes Pinto (Agência Brasil e Portal EBC)

**Assessoria**

Carolina Farah

**Apoio à Comunicação**

Wêdson França

**Atendimento**

Ana Cristina de Jesus Santos

Gabriela Chaves

Noemi Farias Poconé

**Monitoramento e Gestão da Informação**

David Arthur Silberstein

Jamily Lima de Souza Cruz

Leonardo Portilho Fernandes de Oliveira

Tiago Salvador de Oliveira Martins

**Secretária**

Edna Mamédio

## SUMÁRIO

Apresentação .....	6
1. Análise Crítica – Monitoramento de Conteúdo.....	9
1.1 TV Brasil.....	9
1.1.1 Espaço Público – quem deve opinar é o entrevistado.....	9
1.2 Agência Brasil e Portal EBC .....	14
1.2.1 A credibilidade da notícia na boca de fontes oficiais .....	14
1.2.2. Google: onde está o interesse público?.....	16
1.2.3. Agência Brasil “esconde” polêmica sobre Xuxa .....	17
1.2.4. Espaço “galeria”, no site da Agência Brasil, confunde os leitores.....	17
1.2.5. A exigência de maior equilíbrio na cobertura política .....	18
1.2.6. Dilma e o contexto.....	19
1.3 Sistema de Rádios.....	20
1.3.1 Merchandising e propaganda subliminar – o que não pode no jornalismo público .....	20
2. Monitoramento de conteúdos - Termo de cooperação técnica com universidades .....	25
2.1 UFRGS: TV Brasil.....	25
2.2 UnB: Rádios.....	28
3. Destaques das manifestações do público.....	31
3.1 TV Brasil.....	31
3.1.1 Reclamações que são também elogios .....	31
3.1.2 Brincadeira de criança? .....	31
3.1.3 Telespectador faz reparos ao <i>Caminhos da Reportagem</i> .....	32
3.2 Sistemas de Rádios.....	33
3.3 Agência Brasil e Portal EBC .....	39
3.3.1 A credibilidade da notícia na boca de fontes oficiais .....	39
4. Prestação de Contas da Ouvidoria nos Veículos da EBC.....	42
4.1 Programas da Ouvidoria nas Rádios e Na TV .....	42
4.2 Coluna da Ouvidoria na Agência Brasil.....	42
5. Quantitativo de Atendimentos .....	43
5.1 Atendimentos da Ouvidoria .....	44
5.1.1 Reclamações.....	45

5.1.2 Elogios.....	46
5.1.3 Sugestões.....	47
5.1.4 Pedidos de Informação.....	48
5.1.5 Comentários.....	49
5.1.6 Serviços.....	50
6. Quantitativo de atendimentos da Ouvidoria.....	52
6.1 TV Brasil.....	52
6.2 Sistema de Rádios.....	52
6.3 Agência Brasil.....	55
6.4. Portal da EBC.....	56
6.5. TV Brasil Internacional.....	57
6.6. Empresa Brasil de Comunicação-EBC.....	58
7. Pendências no Atendimento.....	59
8. Serviço de Informação ao Cidadão–SIC.....	60
8.1 Abordagem quantitativa.....	61

## **Apresentação**

O Relatório da Ouvidoria da EBC apresenta um conjunto de análises dos conteúdos veiculados pelas diversas plataformas da empresa: TV Brasil, TV Brasil Internacional, Agência Brasil, Portal da EBC e emissoras de rádio AM e FM. As avaliações são feitas pela equipe de ouvidores, com base nas manifestações do público e também verificando se os conteúdos estão compatíveis com o que determinam a legislação e as regras estabelecidas para os produtos da empresa. Em convênios com universidades, professores de Comunicação também fazem a avaliação crítica dos conteúdos veiculados.

A partir do dia 22 de maio, a Ouvidoria passou a emitir boletins diários de avaliação crítica da programação recente dos veículos, direcionados exclusivamente à Diretoria Executiva, conforme determina a Lei que criou a EBC. O objetivo dos boletins é proporcionar aos gestores um instrumento de monitoramento da qualidade dos conteúdos produzidos. No geral, a publicação tem sido bem recebida, proporcionando maior aproximação e diálogo com os gestores dos diversos veículos, o que dá oportunidade à implementação de medidas de correção de eventuais problemas. As análises constantes dos boletins são referidas também nos Relatórios da Ouvidoria.

Neste relatório, apresentamos uma análise das primeiras quatro edições do *Espaço Público*, programa semanal de entrevistas da TV Brasil que estreou no dia 6 de maio. O programa vai ao ar, ao vivo, às 10h da noite das terças-feiras e tem uma hora e meia de duração. Na visão da Ouvidoria, o programa tem muitos méritos, especialmente por abrir amplo espaço para pessoas que têm o que dizer e que dispõem de pouco ou nenhum espaço nos veículos tradicionais. Mas o programa apresenta diversas inadequações. A avaliação do programa visa a contribuir para as discussões da equipe. O principal desajuste observado é em relação ao Manual de Jornalismo da EBC, que estabelece, entre outros pontos, que “O conteúdo jornalístico da EBC não visa a tutelar ou direcionar a formação da opinião pública”. Esta regra e a que diz que “O repórter não pode induzir respostas ou demonstrar parcialidade” não foram observadas nas edições analisadas.

Em relação à Agência Brasil, a Ouvidoria detectou a tendência de ressaltar, como se fosse o principal elemento da matéria, o fato de a informação ter origem em fonte oficial. Atribuir a fonte da informação a ministros, secretários, ministérios, órgãos públicos é uma prática recorrente, que tem sido verificada inclusive nos títulos das matérias. A Ouvidoria constatou também uma incompatibilidade com os ditames da comunicação pública de matérias a respeito de esquemas de autopromoção do Google, que é uma potência econômica. Os *doodles* do Google são versões do logotipo da empresa baseadas em efemérides, aniversários de personalidades, etc., uma eficiente forma de promoção do site

bilionário. Nos últimos 18 meses, há 55 registros de matérias no Portal da EBC e alguns na Agência Brasil a respeito desses *doodles*, que nada têm a ver com jornalismo público.

Em 21 de maio, a apresentadora Maria das Graças Meneghel, a Xuxa, compareceu à Câmara dos Deputados para acompanhar a votação da chamada Lei da Palmada. Um deputado evangélico destratou a apresentadora e foi criticado asperamente por outros parlamentares, inclusive da bancada evangélica. Diante do tumulto, a sessão acabou sendo suspensa. Na página de abertura do site da Agência Brasil, nada disso pareceu ter importância – o destaque foi para a visita de Xuxa e de Ideli Salvatti ao Disque 100, que recebe denúncias de violação de direitos humanos.

Na avaliação das emissoras de rádio, foi identificado o que pode ser entendido como propaganda indevida, ou merchandising. O artigo 36 do Código de Defesa do Consumidor diz que a publicidade deve ser exibida de tal forma que o consumidor a identifique. A Ouvidoria verificou que há casos de desrespeito a essa norma. Por exemplo, na Rádio Nacional da Amazônia, uma entrevista foi conduzida de forma a promover uma empresa de serviços odontológicos. Trecho lido pelo apresentador: “A UniOdonto é a maior cooperativa odontológica do mundo e aqui em nosso país está presente em 1350 municípios”. O objetivo do monitoramento é mostrar a necessidade de uma normatização da publicidade e de controle por parte dos gestores.

Os conteúdos da programação da TV Brasil estão sendo avaliados também pela equipe de professores de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS – por meio de convênio firmado com a EBC. Neste Relatório mensal são apresentados resumos das avaliações críticas de programas da TV Brasil como *Aglomerado*, *Repórter Brasil* e *Sem Censura*. A programação das emissoras de rádio está sendo monitorada por professores de Comunicação da Universidade de Brasília – UnB – também por meio de convênio assinado com a EBC. A UnB examinou o programa *Ritmo da Notícia*, da Rádio Nacional FM Brasília, apresentado diariamente das 18 às 19h. Foram analisadas 343 matérias veiculadas pelo programa.

Neste mês de maio, a Ouvidoria recebeu 631 manifestações do público com comentários, sugestões, pedidos de informações, reclamações/críticas e elogios. Por veículo, a TV Brasil lidera com 54,8% das manifestações; as rádios vêm em segundo lugar, com 17,3%, seguidas da EBC, com 16%; Agência Brasil, com 8,7%; Portal da EBC, com 2,5%; e TV Brasil Internacional, com 0,6%. Em relação às reclamações/críticas, a maior parte refere-se à má qualidade ou ausência de sinal.

Na TV Brasil, por exemplo, das 73 reclamações, quase a metade (34) são a respeito de problemas de sinal. Observe-se que estas críticas encerram também um elogio. São telespectadores que querem receber o sinal da TV e de boa qualidade, o que significa que aprovam a programação.

A produção dos programas da Ouvidoria, tanto o da TV quanto o das rádios, está sob a responsabilidade da Diretoria de Produção – DIPRO – que já deu início aos trabalhos em Brasília. A data da estreia não está definida. Quanto ao programa a ser veiculado pelas rádios, a DIPRO ainda não definiu a equipe que será encarregada de executar o trabalho.

## 1. Análise Crítica – Monitoramento de Conteúdo

### 1.1 TV Brasil

#### 1.1.1 Espaço Público – quem deve opinar é o entrevistado

*Marcio Bueno – Ouvidor-adjunto*

#### 1. Opinião e postura

O programa Espaço Público tem tudo para deslanchar e vir a ser um produto de destaque na grade de programação da TV Brasil. É comandado por jornalista com larga experiência na mídia impressa e, como é próprio em uma emissora pública de televisão, não está atrelado a interesses de anunciantes ou de grupos econômicos e/ou políticos. Não tem o compromisso de defender o governo nem a oposição, o que nos permite vislumbrar seu potencial de crescimento. Em relação às quatro primeiras edições, constatamos que o programa tem muitos méritos. Um dos principais é o de abrir espaço amplo para personagens que têm o que dizer e que, nos meios tradicionais, dispõem de pouco ou nenhum espaço.

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

Na Seção 2 do *Manual de Jornalismo da EBC*, encontramos a seguinte definição: “O conteúdo jornalístico da EBC não visa a tutelar ou direcionar a formação da opinião pública”. Na Seção 3, capítulo 2, está estabelecido: “Quem entrevista deve se pautar pelo respeito, firmeza e objetividade. (...) O repórter não pode induzir respostas ou demonstrar parcialidade.” Como veremos mais adiante, em vários momentos, essas regras não foram observadas. Um dos problemas mais evidentes é o posicionamento explícito do âncora a favor ou contra o entrevistado e a indução de respostas. Nas

edições analisadas ficou evidenciada a identificação com – e o apoio aos – pontos de vista de representantes do governo.

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

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

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

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

Um outro aspecto a ser considerado, além da exposição aberta do posicionamento, é a forma de o âncora se exprimir. As intervenções são feitas em geral com muita veemência, em tom muito elevado de voz. Em televisão, temos que ter cuidado porque estamos entrando na casa das pessoas e o mais adequado é sermos comedidos, como se estivéssemos pedindo licença. Pode ser o estilo do âncora mas, na visão da Ouvidoria, essa forma de se colocar prejudica inclusive o entendimento do que está sendo dito. Há exemplos de homens públicos que se pronunciavam na TV de forma estridente, como se estivessem num palanque e o resultado era negativo. Assim que mudaram a maneira de se apresentar passaram a ser ouvidos e a ter mais efetividade nos seus pronunciamentos.

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

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

Em outro programa, enquanto o ministro Aldo Rebelo respondia a uma pergunta, foi inserida no rodapé do vídeo a seguinte frase: “Não vi a menor demonstração do ministro em relação aos problemas colocados pelo povo” (Kaká Oliveira). A frase é genérica, pouco inteligível, assim como a seguinte: “Ministro, excelentes números estatísticos, mas os números sociais em relação aos benefícios são outros” (Amauri Barros). No programa cujo convidado foi o deputado Paulo Maluf, enquanto ele falava,

apareciam no vídeo frases como “O Maluf é o político caricato! Se compromete a responder e não responde! Responde as perguntas, doutor.” (Vanessa Araújo). Outra: “Cuidado historiadores e humoristas, ele poderá “roubar” a profissão de vocês” (Lucas Magno). O questionamento nem é em relação às frases selecionadas. O que se questiona é a própria inserção dessas frases – o convidado não tem ideia do que os internautas estão dizendo dele.

As reportagens de apoio ao programa também têm apresentado problemas. O VT com o perfil do ministro Guido Mantega foi exageradamente elogioso. No VT sobre os gastos da Copa (entrevista com Aldo Rebelo), o enfoque foi praticamente o mesmo da mídia tradicional, sem mostrar a visão do Ministério do Esporte. Segundo Aldo Rebelo, “com todo o respeito, a matéria explica pouco”. Disse que se falou nos aumentos dos gastos com a construção de estádios em relação aos orçamentos iniciais, sem explicar, assim como a grande imprensa, que os projetos sofreram mudanças. No caso do Itaquerão, por exemplo, houve um acréscimo de 50% no número de assentos. Sobre os gastos de R\$ 28 bilhões com a Copa, garantiu também que não era verdade. O perfil do deputado Paulo Maluf também tinha várias incorreções: o off dizia que ele está com 83 anos, quando está com 82. Ele teria sido nomeado prefeito de São Paulo pelo presidente Costa e Silva. Na verdade, quem indicava os prefeitos de capitais eram os governadores de estado – no caso, foi Abreu Sodré. Segundo o VT, o deputado está na vida pública há 40 anos. São 47. Além de outras impropriedades.

## 2. Considerações de caráter técnico

Voltamos a insistir: o programa recém-estreou, de maneira que as inadequações, inclusive as de caráter técnico, já eram previsíveis e devem ser solucionadas com o tempo. Nos programas analisados, o âncora faz perguntas ao convidado, mas olhando para a câmera, como se estivesse entrevistando o telespectador. O mais apropriado é o âncora olhar para o convidado quando estiver formulando uma pergunta, olhar para um dos entrevistadores quando estiver se dirigindo a ele e para a câmera quando estiver falando com o telespectador.

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

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

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

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

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

A Ouvidoria se reuniu com a Diretoria de Jornalismo para apresentar o resultado da análise do programa. A Diretora Nereide Beirão concordou com diversos aspectos, indicando, inclusive, que já havia se posicionado em relação a alguns dos aspectos apontados pela Ouvidoria. Uma das informações colhidas nesta reunião e que consideramos relevante tratar neste relatório diz respeito aos cortes inadequados de câmera. Esta parte do trabalho está diretamente relacionada à Direção de TV e, portanto, deverá ser tratada pela área no que for necessário para qualificar a atuação dos responsáveis diretos pela operação.

## 1.2 Agência Brasil e Portal EBC

### 1.2.1 A credibilidade da notícia na boca de fontes oficiais

*Tão Gomes Pinto – Ouvidor-adjunto\**

A tendência a acrescentar o nome de alguma autoridade nos títulos para reforçar o conteúdo de uma notícia (por exemplo, quando se acrescenta um “diz ministro”) tem sido crescente na ABr, o que poderá comprometer a imagem da Agência como uma instituição noticiosa de interesse público não estatal, o que é crucial, inclusive, para estimular a capacidade crítica das pessoas. No momento em que se transfere a palavra e o conteúdo da notícia para um agente oficial, o jornalista praticamente se descompromete com o que está escrito, deixando implícita uma certa fragilidade sobre a credibilidade da informação.

O núcleo da informação pode ser importante. No caso, deveria ser o assunto dominante, que se esvazia e até perde em credibilidade quando seguido de um questionável “diz ministro”. Percorrendo os arquivos recentes da Agência, constatamos que apenas na última semana de maio a Agência Brasil divulgou, entre outras, as seguintes manchetes.

Segunda, 26:

*Brasil precisa melhorar conexão aérea com outros países, diz Ministro do Turismo*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-05/brasil-precisa-melhorar-sua-conexao-aerea-com-outros-paises-diz-ministro>

Terça, 27:

*Ministro descarta risco de epidemia de dengue durante a Copa*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/ministro-descarta-risco-de-epidemia-de-dengue-durante-a-copa>

*Ideli: Copa não deve causar pânico em relação a casos de exploração sexual*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2014-05/ideli-copa-nao-deve-causar-panico-em-relacao-casos-de-exploracao-sexual>

*Lobão: "com a graça de Deus", não haverá racionamento de energia como em 2001*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-05/lobao-diz-que-com-graca-de-deus-nao-havera-acionamento-como-em-2001>

*Telecomunicações: Paulo Bernardo alerta sobre números apontados em pesquisas*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/telecomunicacoes-paulo-bernardo-alerta-sobre-numeros-apontados-em-pesquisas>

Quarta, 28:

*Copa: ministro aposta no bom-senso dos brasileiros para evitar imagem negativa*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/copa-ministro-aposta-no-bom-senso-dos-brasileiros-para-evitar-imagem-negativa>

*Janot diz que decisão sobre semiaberto gera insegurança jurídica*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2014-05/janot-diz-que-decisao-sobre-semiaberto-gera-inseguranca-juridica>

*Tereza Campello critica projeto do Senado que altera o Bolsa Família*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2014-05/tereza-campello-critica-projeto-do-senado-que-altera-o-bolsa-familia>

Quinta, 29:

*Taxas de juros devem interromper ritmo de alta, diz Banco Central*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-05/taxas-de-juros-devem-interromper-ritmo-de-alta-diz-diretor-do-banco-central>

*Execução do PAC Saneamento em esgoto chega a 60,2%, informa ministério*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/execucao-do-pac-saneamento-em-esgoto-chega-602-informa-ministerio>

*Secretário diz que não há aumento de tráfico de pessoas por causa da Copa*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/Secret%C3%A1rio%20diz%20que%20n%C3%A3o%20h%C3%A1%20aumento%20de%20tr%C3%A1fico%20de%20pessoas%20por%20causa%20da%20Copa>

*Dividendos e renegociações são fontes de receitas iguais às outras, diz Augustin*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-05/dividendos-e-renegociacoes-sao-fontes-de-receitas-iguais-outras-diz>

Sexta, 30:

*Seca afetou desempenho da agricultura no primeiro trimestre, diz Mantega*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2014-05/seca-afetou-agricultura-no-primeiro-trimestre-diz-mantega>

*Cardozo diz que integração das forças de segurança é legado da Copa*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/cardozo-diz-que-integracao-das-forcas-de-seguranca-e-legado-da-copa>

Sábado, 31:

*Moreira Franco: só mau tempo pode prejudicar aeroportos da Copa*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/moreira-franco-diz-que-so-mau-tempo-pode-prejudicar-aeroportos-na-copa>

E isto sem levar em consideração as declarações da Presidenta Dilma Rousseff.

### **1.2.2. Google: onde está o interesse público?**

Os *Doodles* do Google são um sucesso. Mas o que o jornalismo público brasileiro tem a ver com isso? Nada que não nos remeta à ideia de propaganda gratuita de uma empresa bilionária.

A “brincadeira” do cubo do Google nada tem a ver com o jornalismo público. No dia 18 de maio, o Portal da EBC e a Agência Brasil fizeram matéria para lembrar os 40 anos do Cubo de Rubick (“Cubo Mágico”). A abordagem da matéria não foi exatamente o cubo, mas o “*Doodle*” criado pelo Google para prestar homenagem à invenção do brinquedo. De acordo com o Google, “os *doodles* são versões divertidas, surpreendentes e, muitas vezes, espontâneas do logotipo do Google”. “Uma interessante forma de divulgação da marca, aproveitando as efemérides e comemorações de feriados, aniversários e a vida de artistas famosos, pioneiros e cientistas”. Uma bela e divertida estratégia de marketing. Nos 30 dias anteriores, seis *doodles* foram publicados no Portal da EBC, acompanhados de textos sobre os próprios *doodles*. Ao todo, há 55 registros de matérias baseadas nos *doodles*, desde 20 de dezembro de 2012, quando os contos dos irmãos Grimm completaram 200 anos de lançamento. A maioria dessas matérias foi publicada pelas editorias de Tecnologia (35) e de Cultura (15), mas também há matérias nas editorias de Esportes (3) e Cidadania (2). Do ponto de vista de negócios, que no fundo é do que se trata, o Google é com certeza um fenômeno empresarial. No entanto, por mais que os *doodles* sejam

divertidos e possam atrair o interesse do público, a Ouvidoria considera que há excessiva exposição da marca, conflitando com as regras da comunicação pública.

### **1.2.3. Agência Brasil “esconde” polêmica sobre Xuxa**

A presença de Xuxa Meneghel na CCJ da Câmara, em 21/05, provocou troca de desaforos entre os parlamentares. Xuxa veio até Brasília para presenciar a votação do projeto conhecido como Lei da Palmada. Durante a discussão do projeto, um deputado da chamada bancada evangélica, o pernambucano Pastor Eurico, do PSB, lembrou que “a conhecida rainha dos baixinhos, em 1982, provocou a maior violência contra as crianças em um filme pornô”.

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

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

No Portal: <http://www.ebc.com.br/cidadania/2014/05/presenca-de-xuxa-na-votacao-da-lei-da-palmada-provoca-primeira-mudanca-na-ccj>

Na Agência Brasil: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/xuxa-e-ideli-visitam-central-de-atendimento-do-disque-100>

### **1.2.4. Espaço “galeria”, no site da Agência Brasil, confunde os leitores**

Continua causando estranheza a seção “galeria”, onde são postadas fotos na página que abre do site da por exemplo, o espaço dedicado a fotos na seção mostrava, até o início da tarde, uma seleção

de fotos de Porto Alegre. Fotos de boa qualidade. Cenas das mais variadas. Desde imagens de um bairro pobre e desprovido de recursos até fotos da Arena da Copa. Somente quem percorrer uma a uma as 17 fotos exibidas na “galeria” vai descobrir o elo que aproxima o bairro da nova Arena. O fotógrafo Valter Campanato escolheu como tema um local onde estão as famílias que foram desalojadas de suas casas para a grande reforma feita no antigo Beira Rio. Qualquer leitor menos avisado iria procurar entre as chamadas da primeira página do site da Agência uma reportagem, ou alguma referência sobre a nova Arena gaúcha ou sobre determinada região de Porto Alegre. Não vai encontrar. Terá de entrar, primeiro, na área reservada às várias editorias e descobrir se o assunto está colocado entre algumas delas. Como vem sendo apresentada, a “galeria” parece um corpo estranho na página de abertura do site da Agência Brasil.

### **1.2.5. A exigência de maior equilíbrio na cobertura política**

O Brasil tem mais de 30 partidos políticos. Parte deles vem produzindo fatos políticos, em função da proximidade das eleições. Mas nem todos têm a mesma visibilidade no site da Agência Brasil. Por exemplo, ontem, segunda feira (26) foram produzidas pela ABr, no total, 65 matérias. O PT “dormiu” da segunda para terça (27) com três chamadas na capa.

*PT vai ao STF contra decisão que nega trabalho externo a Dirceu*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2014-05/pt-vai-ao-stf-contra-decisao-de-barbosa-de-negar-trabalho-externo-dirceu>

*Saúde de Genoíno piorou após retorno ao presídio, diz defesa*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2014-05/saude-de-genoino-piorou-apos-retorno-ao-presidio-diz-defesa>

*PT pede mandato de André Vargas ao TSE*

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2014-05/PT%20pede%20mandato%20de%20Andr%C3%A9%20Vargas%20ao%20TSE>

Além dessas, apenas uma informação pouco relevante sobre desmentido de Collor a um possível depósito de doleiro em sua conta. A Ouvidoria aponta a necessidade de uma maior e mais criteriosa distribuição do espaço político no site, especialmente em anos pré-eleitorais. Seria importante a ABr informar sobre atividades eventualmente desenvolvidas por outras legendas.

### 1.2.6. Dilma e o contexto

No final de semana, a matéria da ABr sobre o 17º Congresso da União da Juventude Socialista (UJS) virou uma espécie de suporte para o discurso da presidenta sobre propostas e assuntos variados, desde reforma política, programas do governo na Educação e até a expectativa para a “Copa das Copas”.

A fala da presidenta mereceu destaque especial no Portal, sob a rubrica, “Executivo”. Pronunciada na tarde de sexta feira, permaneceu no ar pelo menos até as 12 horas de segunda feira, dia 26. O texto começa praticamente com aspas da presidente: “A presidenta Dilma Rousseff anunciou hoje (24), em Brasília, que encaminhou ao Congresso Nacional proposta de participação popular no processo de reforma política. “Encaminhei ao Congresso uma proposta de participação popular para que todos possam participar do processo de reforma política. Estou convencida que sem a força da participação popular não teremos a reforma política que o Brasil exige e necessita”, disse a presidenta em discurso no 17º Congresso da União da Juventude Socialista (UJS)”.

Ela ressaltou a importância da educação no processo de desenvolvimento do país e fez questão de mencionar vários programas do governo na área, como o Programa Universidade para Todos (ProUni), o Fundo de Financiamento Estudantil (Fies) e o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), além de citar os números do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), divulgados na manhã de sábado (24), quando foram registrados 9,5 milhões de inscritos. Dilma participou do ato “Amar e mudar as coisas para o Brasil avançar”, uma das atividades do congresso da UJS. Essa prática, de utilizar eventos paralelos para dar a palavra à presidenta tem sido usual no Portal e na Agência.

Na matéria, a referência mais detalhada ao congresso da UJS só apareceu no último parágrafo: “O congresso da UJS teve início na última quinta feira (22) e reúne cerca de 2,5 mil jovens. Em sua abertura, a UJS cobrou a revisão da Lei de Anistia, com punição aos torturadores, e prestou homenagem às vítimas da Guerrilha do Araguaia, ocorrida entre o fim dos anos 1960 e início dos anos 1970, no sul do Pará e norte de Goiás (hoje Tocantins), na região conhecida como Bico do Papagaio.” A Ouvidoria acredita que uma maior contextualização do evento Congresso da UJS evitaria qualquer estranhamento provocado pela fala da presidenta naquela circunstância. Por maior contextualização, queremos dizer que o Congresso da Juventude Socialista mereceria mais do que as poucas linhas que lhe foram reservadas. A matéria fere as regras do texto jornalístico, já que antes de informar sobre o fato, ofereceu um de seus aspectos. Além disso, o destaque ao discurso da presidenta pode parecer favorecimento, especialmente por se tratar de pré-candidata.

## 1.3 Sistema de Rádios

### 1.3.1 Merchandising e propaganda subliminar – o que não pode no jornalismo público

Ruth Helena Vieira – Ouvidora-adjunta

Atualmente, na mídia, há uma tendência cada vez mais acentuada da fusão de pautas jornalísticas com aspectos de pautas comerciais, configurando *merchandising* e/ou propaganda subliminar. Há uma dimensão ainda não regulamentada entre o fazer jornalismo e o fazer publicidade e não há uma delimitação onde um começa e o outro termina. Aquela imagem do jornalismo porta-voz, ou ponte entre o fato e a opinião pública está cada vez mais distante. Além disso, as assessorias de imprensa e comunicação estão se tornando altamente profissionalizadas, gerando pautas que são facilmente absorvidas pelas redações, muitas vezes sem que haja da parte dos jornalistas uma reelaboração da abordagem ou do assunto. É um mal que afeta toda a mídia. A mídia pública não está livre disso, mas é necessário que se tome medidas de correção e providências de regulamentação do que é ou não publicidade, além de orientar jornalistas e comunicadores para que se mantenham dentro dos princípios legais e das regras que orientam a produção de conteúdo nos veículos públicos, onde o *merchandising* e a publicidade são proibidos, e os casos autorizados dentro da Lei são muito específicos, referindo-se basicamente à publicidade institucional.

Durante o mês de maio, observamos diversas produções das rádios públicas e percebemos um nível preocupante de publicidade não autorizada – um eufemismo que resolvemos adotar para nominar a prática. São “dicas”, “recadinhos” de apresentador, locutor, ou debatedor entre os quadros de um programa, um noticiário. E isto é o *chamado merchandising*: uma publicidade sutil, uma 'encaixada' no corpo de uma matéria, seja de TV, rádio jornal ou revista. A *Folha de S. Paulo* revelou, no caderno Ilustrada de 11 de novembro de 2012 (<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/77283-goela-abaixo.shtml>), um levantamento inédito sobre *merchandising* na televisão. A pesquisa foi realizada pela *Merchanview*, ferramenta do Ibope Media, e diz que as cinco maiores redes televisivas do país, Globo, SBT, Record, Bandeirantes e Rede TV! receberam em torno de R\$ 5,5 bilhões só em *merchandising* entre janeiro e outubro de 2012. Donde se conclui que o que não falta no conteúdo televisivo é publicidade camuflada, anúncio velado.

O Procon e o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça tentam acompanhar, mas nem sempre conseguem reprimir ou enquadrar os casos no artigo 36 do Código de Defesa do Consumidor, que diz que a publicidade deve ser exibida de tal forma que o consumidor a identifique. A propaganda subliminar não é citada diretamente na Constituição brasileira e não existe nenhuma lei que a proíba de forma direta. Mas a propaganda subliminar fere o que diz o artigo 20 do

Código de Ética dos Publicitários, onde se afirma que todas as mensagens devem ser ostensivas e assumidas (explícitas).

No sistema de Rádios da EBC essas questões também são recorrentes e há casos em que estes procedimentos são tão explícitos que podem ser facilmente identificados. No mês de maio, esta Ouvidoria apurou algumas ocorrências que foram relatadas nos Boletins diários. Ao destacar aqui a que consideramos mais grave, ocorrida na Rádio Nacional da Amazônia, nossa intenção é reforçar a ideia de que é necessário não apenas uma normatização da publicidade, mas um controle rigoroso por parte dos gestores dos veículos sobre a incidência de propaganda não autorizada:

Com a chamada: “Conheça as cooperativas que prestam serviços odontológicos” o programa Nossa Terra, veiculado no dia 9 de maio pela Rádio Nacional da Amazônia, deu ao assunto um tratamento explicitamente comercial. A entrevistada é dentista e presidente regional de uma cooperativa – a UniOdonto. O programa pareceu fazer merchandising do começo ao fim. Na transcrição de trechos da entrevista, pode-se observar logo de início a publicidade implícita: “Não sei se ouviram falar em cooperativa odontológica, mas provavelmente, grande parte conhece a UniOdonto”. E continua: “A UniOdonto é a maior cooperativa odontológica do mundo e aqui em nosso país ela está presente em mil e trezentos e cinquenta municípios. São mais de 22 mil dentistas reunidos nessa cooperativa odontológica que prestam serviço pelo nosso país. E provavelmente em muitos estados, na área rural, também está presente, tem algum cirurgião dentista da UniOdonto trabalhando”.

Depois a entrevistada anuncia que é fácil fazer o plano odontológico: “Hoje nós temos planos em que pessoas podem contratar a UniOdonto para fazer o serviço odontológico e principalmente para fazer a manutenção da saúde bucal (...)”. Também informa o site e o telefone para os ouvintes. O apresentador do programa reforça a pergunta: “a senhora é uma das dentistas da UniOdonto, é isso?” No que a profissional responde: “Sim. Sou uma das dentistas da UniOdonto e atualmente, sou presidente da UniOdonto Manaus”. Entra novamente o apresentador e dá o seguinte recado: “Eu queria deixar bem claro pro público aqui que nós não estamos fazendo propaganda da UniOdonto. Graças a Deus conseguimos alguém para falar do assunto que é de tanta importância e que tá aí, no Norte e Nordeste brasileiro prestando seus serviços. Eu tô fazendo essa recomendação, esse aparte aí, porque muitas vezes a pessoa diz: ah, mas o Airton tá falando sobre um assunto por causa disso, por causa daquilo. Não, não tem patrocínio, absolutamente nada. O que nós temos aqui é a obrigação de levar aos nossos, vou dizer cooperandos, nossos ouvintes, as informações que eles tanto precisam (sic).”

A entrevista continua com perguntas sobre custos e vantagens financeiras. Em determinado momento da entrevista, o apresentador comenta: “Não paga mais nada? Olha só gente, que legal!” Ao final do programa, diz: “(...) gostaria que a senhora deixasse aí telefones, afinal de contas a senhora nos ajudou... Agora a gente ajuda. Vamos prestar um favor à UniOdonto que está esparramada por este

mundão de Deus pra um contato através de um site, através de um e-mail, telefone. Eu gostaria que a senhora deixasse essas informações também no ar (sic)". A entrevistada voltou a informar tudo conforme foi pedido.

A situação foi relatada no Boletim diário da Ouvidoria e o Gerente Regional da Rádio/Amazônia, Mario Sartorello, prontamente se manifestou, reconhecendo o equívoco da pauta:

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

Ainda em maio, o destaque foi para o assunto sobre a estética masculina como tema de interesse público em pauta. Na seção "Diário da Saúde" do programa Cotidiano, veiculado para Brasília e Rio de Janeiro pela Rádio Nacional de Brasília, o tema foi o aumento da procura por procedimentos estéticos por homens. A pauta se resumiu à entrevista com uma dermatologista, de São Paulo, que falou sobre depilação, filtro solar e mais enfaticamente sobre *botox* para homens. Notadamente um merchandising; uma recorrente prática que se observa em algumas rádios do sistema EBC. Insistimos em apontar os exemplos para que os gestores possam dimensionar a necessidade de alinhamento das práticas de produção de pautas e abordagens de temas que sejam efetivamente de interesse público. Em outro caso, um programa divulga venda de acessórios para mulheres com câncer. Foi no programa Cotidiano, veiculado pela Rádio Nacional de Brasília, que destacou, no dia 21 de maio, o trabalho de uma estilista que atua na produção de peças para embelezamento de mulheres em tratamento de câncer. São

turbantes, lenços, cílios e outros materiais para que elas tenham condições de elevar a autoestima e cuidar do lado estético. Tudo isso seria muito válido se não houvesse por trás desse espaço público, na rádio, uma intenção subliminar de publicizar o trabalho de uma profissional. Provavelmente a pessoa entrevistada não é a única disponível – e na entrevista ela anuncia seu produto. Não se trata de trabalho voluntário, nem de doações a mulheres em condições sociais desfavoráveis. O que esta Ouvidoria coloca em debate é a forma de utilização de espaço para divulgar algo que está à venda. Mesmo que seja por, digamos, uma causa nobre e solidária. No final, a entrevistada cita o nome, o site e o contato.

Um outro caso que esta Ouvidoria questiona é se a divulgação de evento privado é um espaço privilegiado ou apoio à arte. A chamada no programa Espaço Arte diz: “Começa nessa quinta-feira (22) e vai até sábado (23) a 6ª edição do Cantalão, festival que reúne talentos de diversas regiões do país. Neste ano, a atração será realizada em espaço aberto e contará com oficinas de meio ambiente para crianças. Para saber mais sobre a programação, ouça a entrevista do apresentador do programa (...)”. A matéria, veiculada na Rádio Nacional de Brasília, no dia 22, deu destaque ao Festival de Música Brasileira de Catalão (cidade a 270 km de Goiânia-GO). Seria apenas uma divulgação em uma rádio pública se no site de divulgação as informações não mostrassem que é um evento privado e patrocinado por empresas. O espaço dado ao evento na rádio pública foi generoso - menos pelo espaço e mais pelo privilégio de ter divulgação que outros eventos não têm. Apesar do apoio institucional de esferas de poder federal e distrital, o evento é de caráter privado, conforme diz o próprio site: “(...) O Festival **realizado através de parceria entre a Revista Portal VIP e João Aluá**, é um projeto grandioso por se tratar de uma iniciativa para valorizar a cultura musical brasileira, além de divulgar Catalão”.

O que esta Ouvidoria quer ressaltar é que um evento privado certamente já conta com publicidade paga em outros veículos comerciais. Este seria mais um caso de necessidade de normatização das regras de publicidade ou de definição do que, na Cultura, merece destaque de acordo com as normas que regem a produção e divulgação de conteúdos nos veículos públicos.

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

Foi o caso da notícia veiculada pela Radioagência, no dia 28 de maio, que informa: “*Brasília inaugura pontos de bicicletas públicas*”. A matéria ressaltou o que era relevante como prestação de serviços ao cidadão, sem dar qualquer destaque às empresas envolvidas, mesmo tendo citado os

patrocinadores do serviço ao final – uma parceria entre o Governo do Distrito Federal com um banco privado, o Itaú, e a empresa pernambucana Serttel (Samba Transportes Sustentáveis). Mesmo tratando-se de uma iniciativa de marketing com forte presença de empresas, a matéria conseguiu ater-se ao que é de interesse público, respeitando os parâmetros da comunicação pública.

Outro aspecto que merece atenção: na página das rádios, pequenos erros denotam uma edição descuidada e prejudicam a credibilidade do serviço. No portal do programa “*Revista Brasília*”, em 19 de maio, havia um erro de grafia no título da chamada da matéria, e que se repete no corpo do texto: “DF tem campanha de promoção de trabalho **descente** para Copa”. Outro equívoco foi no programa **Bate Bola Nacional**, da Rádio Nacional do Rio, onde o comentarista parecia não saber quando começariam os Jogos da Copa, o que não pega bem para um comentarista de Esporte: “(...) começa daqui a alguns dias... em torno de 18...17...por aí, talvez um pouquinho mais ou um pouquinho menos...”. E na Radioagência, a matéria de chamada do Nacional Informa do dia 26 é “Manifestação marca saída da seleção brasileira no Rio”, mas o áudio fala apenas da greve no IBGE, do ato promovido pela OAB e do prejuízo provocado pelo atraso nas obras do PAC. A matéria da manifestação sumiu.

## **2. Monitoramento de conteúdos - Termo de cooperação técnica com universidades**

O Termo de Cooperação firmado entre a EBC e universidades federais tem como objetivo o monitoramento de conteúdos da TV Brasil, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul-UFRGS, e das rádios Nacional AM, Nacional FM e MEC Brasília pela Universidade de Brasília-UnB. A dinâmica do trabalho prevê a emissão de boletins semanais e mensais de análise qualitativa das produções selecionadas a partir de critério metodológico previamente apresentado à Ouvidoria. As análises, iniciadas no mês de abril (UFRGS) e maio (UnB), referem-se sempre à programação do mês anterior. Para a finalidade deste relatório, apresentaremos aqui os aspectos mais relevantes das análises apresentados pela UFRGS e UnB, mas nos colocamos à disposição para o envio dos boletins completos, caso haja interesse.

### **2.1 UFRGS: TV Brasil**

#### **“Aglomerado”: programa precisa de ajustes, mas está no rumo certo**

O programa Aglomerado, conduzido pelos rappers MV Bill e Nega Giza em cenário montado sob o Viaduto de Madureira, no Rio, uma parceria da TV Brasil com a Central Única de Favelas – CUFA –, foi considerado em linhas gerais condizente com a proposta de apresentar manifestações socioculturais urbanas e de periferia. A conclusão é da equipe de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS –, que mantém convênio com a TV Brasil para a análise de sua programação dos pontos de vista estético e de conteúdo, tendo como parâmetros as diretrizes estabelecidas para a empresa pública de comunicação.

O programa vai ao ar aos sábados, às 16h30, e tem a duração de uma hora. Neste relatório, os analistas, embora no geral aprovem as edições focalizadas – quatro no mês de março e três no mês de abril –, fazem alguns reparos pontuais. A edição de imagens foi considerada adequada, mas não a iluminação do cenário, que é desigual, sendo menos intensa nas laterais. Foram registrados ruídos e vazamentos de som ambiente tanto no cenário da gravação quanto nas entrevistas dos quadros do programa.

De modo geral, a atuação dos apresentadores – MV Bill e Nega Giza – foi tida como adequada ao programa. Eles mostram desenvoltura ao tratar das temáticas abordadas. Mas nem sempre demonstram espontaneidade, aparentando pouca segurança quando precisam ler no *teleprompter*. Nos

comentários pessoais e nas entrevistas, quando podem improvisar, o desempenho dos apresentadores torna-se mais fluente.

Os temas que mais apareceram foram arte/cultura, em todos os sete programas analisados, comportamento, em quatro edições, cidadania, em duas edições, e esportes, também em duas edições. São temas importantes para a construção da cidadania. Mas, o relatório registra também que outros temas igualmente relevantes não apareceram, como ciência, educação, meio ambiente e saúde.

A participação de especialistas, em quatro edições, e de representantes de ONGs, em três edições, também foi destacada. Outro ponto positivo que os analistas ressaltaram foi a presença de artistas e cidadãos em todas as edições. Observaram também que “os shows constituem espaço para músicos pouco contemplados pela mídia comercial, normalmente ligados a vertentes como rap, pagode e hip hop, que têm forte relação com o cotidiano dos grupos sociais representados no programa”.

A equipe de análise constatou também que, talvez por seu caráter de entretenimento, o programa não suscita aprofundamento das temáticas abordadas, ficando, algumas vezes, na superficialidade. Mesmo assim, a conclusão é de que o Aglomerado tende a cumprir, em síntese, os seguintes objetivos: apresentar programação artística e cultural, especialmente de caráter popular; promover e fomentar a construção da cidadania; desenvolver a consciência crítica do cidadão, ao problematizar a realidade sociocultural das periferias e promover um olhar diverso acerca dessa realidade; apoiar processos de inclusão social; apresentar formato criativo e inovador, ao ocupar espaço público; ser uma produção em parceria com a Central Única de Favelas – CUFA – organização que busca promover conhecimento, autoestima, cultura e qualidade de vida aos moradores das favelas.

Os analistas fazem algumas poucas recomendações: observar os aspectos técnicos, relacionados especificamente com iluminação e som que, embora não comprometam a qualidade geral, podem ser aprimorados em benefício da melhoria da qualidade; observar o desempenho dos apresentadores, que devem ter uma atuação mais espontânea e dinâmica em relação à leitura do *teleprompter* e à condução do roteiro. São essas, em resumo, as considerações – e, ao mesmo tempo, contribuições – da equipe de Comunicação da UFGRS, depois da análise de sete edições do programa, totalizando 420 minutos da programação.

### **“Repórter Brasil” aborda temas relevantes, mas é preciso avançar**

O telejornal trata de temas de relevância nacional e internacional e parece fomentar a construção da cidadania e a consciência crítica do cidadão. Mas o programa oferece pouco ou nenhum mecanismo

qualificado para o debate público direto ou para a participação da sociedade. A análise é da equipe de professores de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS – que mantém termo de cooperação técnica com a EBC/Ouvidoria para análise da programação da TV Brasil, sob os pontos de vista estético e de conteúdo.

Foram analisadas cinco edições, dos dias 7 a 11 de abril de 2014, totalizando 300 minutos da programação. Em relação às questões técnicas, a equipe identificou alguns problemas, como corte no meio da fala de entrevistados, erros de câmera e de enquadramento, ausência de um dos âncoras, deixando uma cadeira vazia, o que foi mostrado em plano aberto. Houve também falha grave de vazamento de áudio no dia 7/4 – no início de uma das matérias, foi possível ouvir uma voz no estúdio anunciando o início da gravação. Em casos isolados, foi observado o uso de figurinos inadequados de âncoras, repórteres e comentaristas (cores fortes, uso de xadrez, etc.). Na maior parte das análises, os âncoras demonstraram segurança, autocontrole, domínio sobre os temas abordados e relação adequada com os entrevistados.

A equipe da UFRGS considerou o programa adequado aos padrões do telejornalismo brasileiro, mas questionaram em que sentido as pautas e abordagens se diferenciam da mídia comercial. O quadro Outro Olhar e o aprofundamento de questões pontuais, através de debates, foram considerados esforços relevantes, mas ainda insuficientes para fazer frentes às novas dinâmicas de interação com o público. O quadro Pergunta do Dia precisa ser repensado – são manifestações rápidas de opinião, em geral superficiais ou tendentes a reforçar estereótipos. No entender dos analistas, “o telejornal apresenta pouco ou nenhum conteúdo interativo qualificado”.

Na avaliação geral, não foi constatada a existência de proselitismo. O relatório da UFRGS afirma também que o jornal contribui para os processos de inclusão social, com a insistência na temática cidadania, mas que ainda há espaço para aumentar a presença do tema. Nas conclusões finais, o documento diz que o telejornalismo da TV Brasil tem potencial para contribuir de maneira mais abrangente para o debate público, sobretudo ampliando espaços destinados ao aprofundamento de assuntos polêmicos e proporcionando maior interatividade.

### **“Sem Censura”, aprovação com ressalvas**

Relatório da equipe de professores de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, que mantém termo de cooperação técnica com a Ouvidoria da EBC, concluiu que em linhas gerais o programa Sem Censura cumpre a sua finalidade de discutir em especial o panorama artístico e cultural brasileiro, respeitando os princípios da comunicação pública. Mas há várias observações

pontuais em relação tanto à forma quanto ao conteúdo. Foram analisadas cinco edições – dos dias 25, 28 e 31 de março e de 1º e 4 de abril deste ano – totalizando 450 minutos da programação.

Segundo os analistas, é frequente a ocorrência de enquadramentos em entrevistados que não estão interagindo com a apresentadora e que se mostram distraídos e desatentos. Foi observada também a ocorrência de enquadramentos demorados em um único entrevistado, prejudicando o dinamismo do programa. Em planos fechados é comum aparecerem os fios das câmeras. Outra questão observada: sobre a mesa da apresentadora aparece, de forma desordenada, uma grande quantidade de papéis.

O desempenho da apresentadora foi considerado adequado quanto à segurança e autocontrole; ao domínio sobre os temas abordados; à apresentação visual; à relação com os entrevistados, com a formulação de perguntas pertinentes aos convidados. Mas houve também alguns casos de interrupção abrupta da fala de entrevistados. Verificou-se também desequilíbrio frequente nas participações dos convidados, com tempo de entrevista maior para as áreas de arte e cultura e muito menor para especialistas de outras áreas. Os convidados das áreas cultural e artística são sempre nomes que já contam com espaço privilegiado na mídia tradicional, em detrimento de artistas iniciantes ou cujo trabalho não conta com o beneplácito da mídia.

Na edição do dia 4 de abril, os convidados e a temática não tinham relação com os princípios da comunicação pública. Foram entrevistadas a empresária Natália de Mesquita, da “Escola de Princesas”, organização que diz “buscar resgatar os valores e as boas maneiras das meninas” e a “consultora de boas maneiras” Lenir Lampreia. Para os analistas, a participação “reproduziu a visão hegemônica acerca das relações de gênero, contribuindo para reforçar um tipo de representação social da mulher estereotipada. Além disso, aparentemente, essas participações serviram apenas como merchandising de ações comerciais particulares.”

Nas considerações finais da análise, os professores dizem que o programa é adequado, considerando suas propostas e os ditames da comunicação pública. E que falta apenas, para qualificar o programa, fazer os ajustes relativos aos problemas observados nesse relatório.

## **2.2 UnB: Rádios**

A produção jornalística analisada neste primeiro trabalho é o programa Ritmo da Notícia, veiculado diariamente, de segunda a sexta-feira, das 18h às 19h, pela Nacional FM Brasília. Foram levados em conta o aspecto consistência e contextualização das informações, a amplitude ou limitação da informação de acordo com o interesse público e a pluralidade de fontes. Nos três boletins enviados a

esta Ouvidoria foram avaliadas 343 matérias veiculadas no formato de notas, notícias, reportagens e flashes. As principais observações são as seguintes:

- Poucas matérias utilizaram sonora de fontes

- Há um predomínio de fontes oficiais

- Baixo nível de contextualização do fato relatado nas matérias internacionais. Exemplo: conteúdo veiculado em 17 de março sobre o desaparecimento do voo da Malaysia Airlines, os dados utilizados tiveram como origem a declaração do primeiro-ministro da Malásia sem especificar a fonte jornalística da informação.

- Matérias com temas econômicos sem contextualização. Segundo o relatório, é o assunto que apresenta a maior dificuldade de veicular conteúdos mais contextualizados e traduzidos para o ouvinte. O relatório da UnB detecta a dificuldade do uso de uma linguagem que consiga explicar/traduzir termos e/ou jargões técnicos do setor ou até mesmo as circunstâncias econômicas que estão relacionadas com o acontecimento informado. “Registre-se que algumas matérias apresentam números/ índices sem que se estabeleçam maiores relações de compreensão do que significam e de como estão integrados na realidade econômica de modo geral”.

- Há predominância do uso de nota. Os professores da UnB relataram que existe uma adoção do formato nota que “não permite que haja um tratamento mais elaborado do acontecimento foco da notícia e muito menos gera condições de ouvintes se situarem de modo mais crítico/consciente perante o contexto dos acontecimentos do cotidiano mediados pelas emissoras”.

Nas observações finais a respeito do noticiário “Ritmo da Notícia, veiculado pela Nacional FM Brasília, o estudo da UnB aponta para uma cobertura jornalística basicamente de notas com textos curtos, resumidos, narrados diretamente por locutores ou repórteres, centrados objetivamente em fatos. E enfatiza que “tais fatos são construídos e oferecidos ao ouvinte sem dados e/ou análises complementares que dotem a informação do nível de aprofundamento que permita situar o ouvinte na complexidade da realidade que o cerca e dos acontecimentos que são notícias”. Indica ainda que “é possível afirmar que situações como a presença ou não de fontes nas matérias, a forma de utilizá-las, a escolha adequada dessas fontes, a utilização de sonoras nas matérias são aspectos – de conteúdo e de linguagem – que merecem ser refletidos pelos gestores e produtores da EBC”.

Os pesquisadores apontam para a necessidade de se refletir a maneira como a informação jornalística está sendo pensada estrategicamente dentro da programação das emissoras e, sobretudo, “como está sendo produzida, empacotada e oferecida”. Para eles, há um número significativo de matérias que não apresentam fontes citadas ou mesmo com sonoras. Para os professores esta reflexão

ganha importância “por conta da ligação direta entre a discussão de parâmetros técnicos e editoriais” e defendem que a produção de notícias tenham dados que orientem os conteúdos informativos da emissora e que tragam boas referências para um jornalismo de qualidade.

Dentre várias sugestões, o relatório observa para o aumento do número de fontes nas matérias e utilização mais significativa das fontes sonoras, além de repensar o tempo de duração, a efetividade e a representatividade das notas encontradas em boa parte das matérias analisadas. Em relação aos conteúdos internacionais, o relatório da UnB acha relevante *que gestores/produtores da EBC reflitam sobre a necessidade de repórteres/produtores não se utilizarem somente/prioritariamente de dados e/ou pronunciamentos oficiais como fontes de informação*; e aponta a necessidade de um acompanhamento do processo de produção de conteúdos jornalísticos como *releases*, despachos de agências de notícias e portais de internet para saber como eles estão sendo utilizados nas rotinas produtivas e de que forma estes recursos podem contribuir para reduzir os níveis de coleta de informações pela própria entidade e para o estabelecimento de uma apuração “menos autônoma e institucional” por parte do jornalista, diz o relatório da UnB.

### 3. Destaques das manifestações do público

#### 3.1 TV Brasil

##### 3.1.1 Reclamações que são também elogios

Neste mês de maio, a Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação recebeu de telespectadores 346 manifestações referentes à TV Brasil. Foram 114 pedidos de informação, o que corresponde a 32,95% do total, 73 reclamações/críticas, ou seja, 21,1%; e 42 elogios, o que representa 12,14% do total de manifestações. As demais são sugestões, comentários e serviços. Um dado que merece reflexão é o que se refere ao tipo de reclamação/crítica. Do total de 73, quase a metade (46,6%) refere-se a problemas de sinal. São telespectadores inconformados com a má qualidade ou ausência de sinal, o que é uma crítica, mas que traz implícito um elogio à programação. Os reclamantes entram em contato com a Ouvidoria porque querem assistir aos programas, ou seja, aprovam o seu conteúdo, e estão impedidos por questões técnicas.

##### 3.1.2 Brincadeira de criança?

O quadro “O que é o que é” faz parte do programa infantil “O Teco Teco” e é inspirado em brincadeiras infantis. Trata-se de uma ótima ideia, mas na visão da Ouvidoria é preciso atenção em relação ao tipo de pergunta a ser formulado. A telespectadora Adriana Rosa (processo 667-TB-2014) enviou mensagem à Ouvidoria informando que seu filho estava assistindo ao programa e teve que se deparar com uma “pergunta de gosto duvidoso” e que propicia interpretação de duplo sentido. “A pergunta era a seguinte: ‘Qual país tem uma capital que se chupa?’ e a resposta, ‘É o Peru’” (fotos). No entender da Diretoria de Programação – Dipro –, a entonação na locução é padrão para todas as adivinhas e o desenvolvimento do conteúdo do programa conta com uma equipe especializada para a faixa etária. “Dentro do contexto do programa e da série – diz a Dipro –, o texto completo parece estar adequado”. E esclarece que o texto com a locução é o seguinte:

“O que é o que é? Um país que se come, que tem uma capital que se chupa?

Já sabe que país é esse? É o Peru, nosso vizinho, e sua capital, Lima. Come-se peru e chupa-se lima!

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

### 3.1.3 Telespectador faz reparos ao *Caminhos da Reportagem*

Sobre o programa *Caminhos da Reportagem* que tratou do tema “Exploração sexual – o jogo fora da lei”, recebemos uma crítica extensa e detalhada de Flávio Prieto da Silva (processo 885-TB-2014). Diz o reclamante que sabe – e concorda – que a TV Brasil não se define como chapa-branca nem como antigovernista. Mas diz ter ficado surpreso ao assistir ao programa e perceber que ali se reproduziam, em matéria sobre “prostituição infantil”, todos os preconceitos “já esposados contra o evento Copa do Mundo por parte da mídia convencional e da mídia associada a partidos que buscam a todo custo criar focos de revolta no país e bombardear o governo com inverdades sobre o evento esportivo”. Diz o telespectador que o evento esportivo é pontual e a exploração sexual infantil é um processo de degradação social que dura séculos e hoje é bastante combatido pelo governo federal, não só com campanhas de marketing institucional. Para ele, não é possível acreditar que uma Copa possa solucionar todos os problemas do país ou piorá-los, “mas era justamente isso que a repórter buscava demonstrar”. O reclamante acha que o programa reforça preconceitos contra o evento de um esporte do qual somos pentacampeões e que isso não resolve nada. Segundo ele, para enfrentar os problemas sociais, inclusive da prostituição infantil, há os programas específicos do governo federal. Ele acha que um programa como esse, “mesmo tendo sido premiado por organismo internacional”, reforça preconceitos absurdos e não ajuda a resolver o problema.

O diretor da sucursal de São Paulo da TV Brasil, Florestan Fernandes Jr., responsável por este programa específico, respondeu ao telespectador dizendo que o documentário “em nenhum momento defende ou é contra o fato de o Brasil sediar um evento como a Copa”. E esclarece que o tema foi tratado como “exploração sexual de crianças e adolescentes” e não como “prostituição infantil”, pois o Estatuto da Criança e do Adolescente considera que a criança não “venderia” o corpo por iniciativa própria. Segundo o diretor, o problema existe pois, do contrário, não haveria conselhos tutelares, CPI no Congresso e reportagens na mídia nacional e internacional. E diz que concorda com o telespectador quando afirma que “problemas assim não se resolvem totalmente da noite para o dia e nem em uma década ou duas”. “Em nenhum momento – acrescenta o diretor – quis o documentário defender a ausência da Copa e sim informar sobre uma preocupação e um problema de quem vive e trabalha com comunidades ribeirinhas em Manaus e comunidades da periferia de Fortaleza. Por acaso, muito próximas dos novos estádios.” Termina agradecendo “a contribuição para a discussão de um programa realizado com muito cuidado para revelar, sem expor as vítimas ao constrangimento, e, igualmente importante, sem deixar de ouvir todos os lados envolvidos na questão, princípio básico do bom jornalismo”.

### 3.2 Sistemas de Rádios

As reclamações sobre o áudio em algumas rádios do sistema EBC foram predominantes. Os ouvintes Sindomar, processo 32-FM-2014, de localidade não informada, e Myrian Costa Schüler, processo 29-FM-2014, de Vitória-ES, reclamaram da dificuldade em acessar a Rádio Nacional Brasília FM. Sindomar comentou que “o áudio da Rádio Nacional de Brasília FM está muito ruim, sendo por aplicativo ou pela página”, e Myrian deixou a seguinte mensagem: “eu sou, ou era, ouvinte assídua dessa rádio, que ficava conectada aqui onde trabalho durante todo o horário de expediente. Hoje, com a mudança no site, não conseguimos ouvir nada, poderiam nos ajudar, por favor? Até nossos clientes estão reclamando do silêncio. Obrigada!”

Em resposta ao ouvinte Sindomar, a Superintendência de Comunicação e Multimídia-Sucom, disse o seguinte:

"Estamos verificando a situação. Em casos assim, dada a grande variedade de dispositivos móveis e de aplicativos de navegação, seria de grande valia a indicação do modelo e versão do dispositivo no qual foi encontrada dificuldade, bem como o navegador e versão usados e tipo de conexão de internet empregada. A descrição da página ou as páginas em que foram detectados problemas também pode ser bastante útil. Esse tipo de indicação contribui para a reprodução do problema, com vistas a sua resolução."

E para Myrian, a Sucom explicou que não houve mudança significativa realizada no site nos últimos meses e que o site das Rádios EBC foi lançado, em beta, em setembro de 2013. E acrescentou:

"Naquela ocasião, houve mudanças visuais e de funcionalidades no site e no tocador (player), mas não na dinâmica da retransmissão do conteúdo das Rádios EBC. Eventualmente, a Empresa se depara com dificuldades na transmissão, com instabilidades. Não tivemos conhecimento, até então, de relatos desse tipo de interrupção nesta semana. Como o texto sugere uma impossibilidade de escutar, caso tenha havido parada, agradecemos indicação do dia e horário aproximado em que o episódio aconteceu. Pode também ser de grande valia a identificação do dispositivo usado para acessar o conteúdo, bem como navegador ou aplicativo e tipo de conexão. Essas informações contribuem para a reprodução do problema, com vistas a resolução."

Pode até ser que no mundo virtual esse tipo de comunicação seja plausível – em que horas? Que dispositivo, seu modelo, versão? Qual o Navegador? Convenhamos que é muita informação para alguém que apenas quer ouvir uma rádio e que, diante da complicada investigação, o mais razoável é mudar de estação. Mas ainda que o internauta se dê ao trabalho, o que não dá para entender é o

resultado final a que se chegará: “Essas informações contribuem para a **reprodução do problema...** com vistas a resolução”.

A Rádio MEC FM também recebeu reclamações sobre o áudio: das ouvintes Esther Kuperman (processo 67-MF-2014), do Rio de Janeiro-RJ, e Célia Rodrigues, (processo 20-MA-2014), de Juazeiro do Norte-CE. Esther disse que tem um smartphone com o sistema Windows Phone e que não conseguia conectar o seu celular à Rádio MEC FM. E indagou: “quando vocês criarão uma conexão para este tipo de sistema? aguardo alguma posição, Obrigada.” A ouvinte Célia Rodrigues diz que é radialista e colaboradora semanal do Programa Planeta Lilás e quer saber porque não consegue ouvir na íntegra o Planeta Lilás diariamente. Segundo ela, “o áudio só fica no ar por, no máximo, oito minutos, depois fica falhando e na maioria das tentativas não entra mais! Já verifiquei, não é a minha internet não, pois ouço a rádio normalmente na madrugada! Solicito que nos facilitem a sintonia pela internet, pois é o único recurso que dispomos para interagir com vocês. Abraços radiofônicos.”

A Superintendência de Comunicação e Multimídia da EBC respondeu à Esther que ainda não há previsão de desenvolvimento de aplicativo para Windows Phone. E que em dispositivos com esse tipo de sistema operacional há a possibilidade de uso do próprio site das Rádios EBC (<http://radios.ebc.com.br>). Para Célia, a mesma área informou que “a retransmissão do áudio das Rádios EBC é feita continuamente, sem interrupções. O problema descrito pela demandante pode ter causas variadas.”

E para ambas, a resposta padrão:

“Caso haja dificuldades técnicas nessa opção, dada a grande variedade de dispositivos móveis e de aplicativos de navegação, seria de grande valia a indicação do modelo e versão do dispositivo no qual foi encontrada a dificuldade, bem como o navegador e versão usados e tipo de conexão de internet empregada. A descrição da página ou as páginas em que foram detectados problemas também pode ser bastante útil. Apesar de a descrição dar a entender que o problema acontece diariamente, caso a dificuldade tenha sido maior em algum dia específico, esse dado também auxilia. Esse tipo de indicação contribui para a reprodução do problema, com vistas a sua resolução.”

Mais uma vez, a “reprodução” do mesmo tipo de problema vem de diversas fontes de interessados nas rádios da EBC e a resposta é a mesma. Dada a diversidade de usuários que reclamam, talvez a diversidade de dispositivos já tenha sido alcançada e o problema talvez não precise mais de tanta informação para parar de se “reproduzir”.

Ainda sobre reclamação de áudio, temos a ouvinte da Rádio Nacional de Brasília AM, Jacqueline Pozzo, processo 43-AM-2014, de Santo Ângelo-RS, que fez questão de elogiar toda a equipe e

programação da Rádio e diz que não está conseguindo acessar via internet a rádio referida: Ela é funcionária da justiça estadual gaúcha e ouve a Rádio Nacional no computador do seu trabalho. Disse que só está conseguindo ouvir a Rádio Nacional do RJ. E diz que gostaria de uma solução, pois está "viciada" na programação.

A resposta da Superintendência de Comunicação e Multimídia da EBC, foi a mesma dada às demais reclamações sobre o tema: “dada a grande variedade de dispositivos móveis e de aplicativos de navegação, seria de grande valia (...) Esse tipo de indicação contribui para a reprodução do problema, com vistas a sua resolução.”

Sobre sinal de recepção da MEC FM, a ouvinte Ana Maria Tavares de Oliveira (processo 73-MF-2014), do Rio de Janeiro-RJ, reclamou da impossibilidade de sintonizar as rádios MEC AM e MEC FM no bairro de Santa Cruz, Zona Oeste do Rio de Janeiro: “já solicitei parecer da Anatel e informaram que é necessário processo de legalização de outorga de funcionamento; se é necessário processo de legalização de outorga para funcionamento da rádio porque ela continua funcionando como se estivesse legalizada? Pois é, tem algo de estranho! Solicito fiscalizações e soluções urgentes!”

A equipe de Engenharia da EBC esclareceu que tanto a MEC AM, quanto a MEC FM estão legalizadas. E que com relação à MEC FM, em função de interferência provenientes de emissoras de rádios comunitárias, há um problema de recepção em várias regiões do Rio de Janeiro. E garantem que em breve vão alterar a frequência da rádio para resolver o problema.

Sobre acesso da Rádio MEC FM pelo site, a ouvinte Dina Lucianne enviou duas manifestações que geraram os processos 69-MF-2014 e o 54-MF-2014. Ela é de Tucuruí-PA e pergunta se há algum problema com o site da Rádio MEC FM, pois ela não consegue ouvir os programas da rádio online. Pergunta ainda se foram extintos os podcasts pois ela também não estava conseguindo encontrá-los no site da MEC FM. A área de Conteúdo e Multimídia da EBC informou que “o conteúdo relacionado às Rádios MEC pode ser acessado em MEC FM – <http://radios.ebc.com.br/mecfmrio> e MEC AM – <http://radios.ebc.com.br/mecamrio> e explicou que “apesar de haver a possibilidade tecnológica de publicação dos áudios dos programas no site para que o público possa ouvir o conteúdo quando deseje (sob demanda), inicialmente, a EBC optou por não levar conteúdo musical ao ar na Web. Há indefinições relacionadas a direitos autorais na plataforma Web, o que explica o impedimento.”

Outros ouvintes que reclamaram do acesso à MEC FM, foram Carlos Eduardo Moreira, (processo 58-MF-2014), localidade não informada, e Carlos Renato Souza Soares, (processo 62-MF-2014), de São Gonçalo-RJ. Carlos Moreira disse que não ouve a MEC FM há mais de dois meses porque a única forma de ouvi-la era pela parabólica, mas que a rádio saiu do ar. “Eu a sintonizava em cima da TV Brasil. Eu ouvia somente esta rádio, de 5h30 da manhã até às 22h. Espero ansioso essa rádio funcionar

de novo”. Já o Carlos Renato Soares reclamou que ouvia com frequência as edições recentes de seus programas preferidos transmitidos pela Rádio MEC FM do Rio de Janeiro, em horário diferente da transmissão, ao trabalhar no computador. “Era fácil e simples no *podcast*. De uns tempos para cá, não consigo o mesmo resultado, pois em muitos programas não aparece a opção”.

Ao ouvinte Carlos Eduardo Moreira, a Superintendência de Suporte informou que o sinal da MEC FM do Rio de Janeiro estava sendo transmitido via satélite através de subportadora de áudio do sinal analógico da TV Brasil, cuja subida era a partir do Rio de Janeiro. E que há cerca de dois meses o sinal analógico da TV Brasil no satélite passou a subir a partir de Brasília sem o sinal da MEC FM: “Estamos buscando a solução técnica para que o sinal da MEC FM volte a ser transmitido via satélite”. E para Carlos Renato Soares, a Superintendência de Comunicação e Multimídia, desenvolvedora do Portal das Rádios, e a Gerência da Rádio MEC responderam o seguinte: "o conteúdo dos programas da Rádio MEC FM pode ser encontrado em <http://radios.ebc.com.br/mecfmrio>. É uma das funcionalidades do Portal de Rádios EBC a possibilidade de publicar o conteúdo em áudio dos programas para o público poder ouvir quando desejar, a exemplo do que era feito no site anterior das Rádios MEC. É importante ressaltar que a EBC optou por não publicar áudios de músicas diante de indefinições relacionadas a direitos autorais na plataforma Web".

O ouvinte Valério Bernardo (processo 30-FM-2014), localidade não informada, queixou-se da programação musical da Rádio Nacional FM que, segundo ele, mudou de forma brusca: “antes tínhamos uma programação plural. Instrumentistas, cantores, grupos e orquestras de todo o Brasil desfilavam no 96,1. Agora, a maioria, e em determinados horários, é só bossa-nova e algumas cantadas em inglês. Acho errado. Devemos valorizar nossa cultura e para isso existe a rádio Nacional. "Elitizar" a programação excluindo os novos valores, os sambas, vaneirões, guarânias, batidões, baiões, xotes, maracatus e frevos, restringindo a programação ao centro-sul e especialmente, ao movimento da bossa-nova. Ele solicitou que fosse encaminhado aos programadores uma queixa sobre o excesso de veiculação de músicas de nomes como Milton Nascimento e família Caymmi. Em outro trecho, o ouvinte diz: “abaixo as músicas cantadas em inglês e as diversas homenagens a artistas estadunidenses que ocupam espaço do cancionário brasileiro. E fora essa elitização imbecil que vem sendo praticada em determinados horários da programação Nacional”.

A Coordenação da Rádio respondeu afirmando que a Rádio Nacional FM mantém a sua tradição de executar somente músicas brasileiras em sua programação musical, “com pontuações da música do mundo em alguns programetes e programas especiais.”

O uso da linguagem inclusiva em noticiário da Radioagência Nacional recebeu elogio da ouvinte Sheyla Dutra (processo 17-RN-2014), de Ribeirão Preto-SP. Por telefone, elogiou a *matéria "Infraero treina funcionários para atender pessoas com deficiência durante a Copa"*. Sheyla achou o texto

objetivo e elucidativo e parabenizou pela utilização correta do termo 'pessoas com deficiência'. Ela é presidente da Federação Brasileira das Associações de Síndrome de Down e também solicitou ajuda para divulgar o termo correto, pois segundo ela, as pessoas em modo geral utilizam outros termos como "portadores de deficiência", que devem ser evitados. E se colocou à disposição, pois afirma ter muito material e estar engajada na defesa das pessoas com deficiência.

A equipe da Radioagência agradeceu o elogio e disse que priorizava a temática e estava à disposição para receber pautas ou colaborações. E acrescentou: “A matéria mencionada pela ouvinte faz parte da nossa série diária de programetes, chamada Minuto da Inclusão, produzida pelo Instituto Midi. É possível acompanhar as edições diárias pelo link <http://radioagencianacional.ebc.com.br/tags/minuto-dainclusao>”.

A reclamação de Theodora Fischli, de Brasília-DF, chamou atenção pelo número de mensagens enviadas à Ouvidoria, gerando três processos relacionados à Rádio Nacional de Brasília AM: 37-AM-2014, 38-AM-2014 e 40-AM-2014. Ela reclama sobre a falta de participação do público no programa Bate Papo Nacional.

No primeiro processo, ela reclama: “Há muitos meses, talvez anos, que o programa em epígrafe (Bate Papo Nacional) está no ar aos domingos à noite sem nenhuma participação. Simplesmente está gravado tocando músicas. Antigamente havia realmente o bate-papo entre o locutor e os ouvintes. Até hoje nós ouvintes estamos esperando que este programa volte a ter participação. Agora, se isto não vem a ser mais o caso, então, por favor, mudem o nome do programa, pois assim como está é uma franca mentira...!”

Na segunda manifestação, Theodora solicita: “em nome da grande maioria dos ouvintes do programa noturno "Eu-de-Cá-Você-de-Lá", maior espaço para participação tirando as gravações que já foram colocadas no ar repetidas vezes e só enfezam o ouvinte (...) “precisa a Direção dessa Rádio se conscientizar que grande maioria dos ouvintes é de pessoas solitárias, idosas, caminhoneiros em longas viagens noturnas, cuja única companhia é o rádio, porteiros e vigilantes que atravessam longas noites (...)”

E por último, na terceira mensagem, Theodora arremata: “Sinto que nós ouvintes merecemos um pouco mais de atenção por parte das pessoas que decidem estas coisas; se colocarem mais na pessoa do ouvinte para realmente perceberem e sentirem a importância da participação do ouvinte. Precisam se conscientizar de que a grande maioria dos ouvintes são pessoas idosas ou solitárias ou enfermas, ou simplesmente amigos dos demais ouvintes e dos locutores – são pessoas comunicativas, e que amam participar! Assim, ficarei muito feliz, mas muito feliz mesmo se o programa Bate Papo Nacional, aos domingos à noite, voltasse a ter a participação do ouvinte”.

Theodora falou ainda que nos programas *Eu-de-Cá-Você-de-Lá* (das 21h às 24h00) e *Madrugada Nacional* (24h00 às 03h00) tem sido colocadas muitas gravações durante o dia e tornado a participação do ouvinte muito restrita. Ela pede “a fineza de suspender pelo menos as repetições dessas gravações”.

A Gerência Executiva de Rádio de Brasília agradeceu o contato e os elogios e informou que a grade de programação da emissora está passando por mudanças com a retirada do ar de alguns programas, estreias e reformulações. “Tudo para oferecer um conteúdo cada vez mais diverso, atrativo e de qualidade para os ouvintes. *O Bate Papo Nacional* está entre os programas que serão reformulados em breve. Quanto às demais sugestões, estão anotadas”, salientou.

### **3.3 Agência Brasil e Portal EBC**

#### **3.3.1 A credibilidade da notícia na boca de fontes oficiais**

Das 26 reclamações recebidas conjuntamente pelas áreas do Portal e da Agência Brasil, chamaram atenção, pela controvérsia provocada, as dos leitores Marcelo Mesquita (processo 224-AB-2014), Fauzi Achoa (processo 226-AB-2014) e Antônio Carlos Lima (processo 227-AB-2014) que contrapõem:

O “manchetão” de um protesto contra a Copa que teve menos de 200 pessoas e o anúncio da presidenta que, num evento com milhares de jovens, anuncia um projeto de reforma política e não recebe mais que um registro, colocado no “cantinho” da página, segundo o Marcelo Mesquita. Por que colocar na primeira página (do Portal) um inexpressivo protesto enquanto ignoram a presença da presidenta no Congresso da Juventude Socialista onde ela fez importantíssimo pronunciamento sobre reforma política, indaga o Fauzi Uchoa.

Ate às 2 da manhã deste sábado, o Blog do Planalto não havia postado nenhuma foto, nem um mísero vídeo, da participação da presidente (sic) no Congresso da UJS... A capa do site da EBC, principal portal de notícias do governo federal, não traz nenhuma chamada para um evento que reuniu mais de dois mil jovens em Brasília, com a presença da presidente (sic) da República, a qual fez um anúncio de importância histórica, como constata o Antônio de Castro Lima.

As reclamações foram dirigidas à DIJOR-ABr, que respondeu:

Ao Marcelo Mesquita: “Caro leitor, a matéria sobre a participação da presidenta Dilma Rousseff no Congresso da Juventude Socialista teve destaque na capa da Agência Brasil, desde o momento em que foi publicada, como segunda manchete na linha sequencial. O texto sobre o protesto contra a Copa do Mundo, também foi colocado na capa, porém em espaço menor e mais abaixo. No decorrer do dia, as manchetes são atualizadas. Essas trocas fazem parte do dinamismo do jornalismo. Uma das missões da Agência Brasil é apresentar ao leitor uma pluralidade de assuntos. Além disso, estamos produzindo e publicando matérias sobre a Copa do Mundo, desde protestos contrários ao Mundial, o andamento das obras relacionadas à competição e informações sobre as áreas de saúde, mobilidade urbana, acessibilidade e educação”.

Ao Fauzi Uchoa a equipe da Agência Brasil informou que a matéria citada (Congresso da Juventude Socialista) teve destaque na capa, como segunda manchete na linha sequencial. O texto sobre o protesto na Copa também foi colocado na capa, porém em um espaço menor e mais abaixo. No

mesmo dia, foi publicada galeria de fotos da presidenta Dilma Rousseff no Congresso da União da Juventude Socialista.

Ao Antônio Carlos Lima, a Gerência Executiva de Conteúdo Multimídia, responsável pelo Portal da EBC, disse o seguinte:

“Podemos responder apenas a respeito do Portal EBC. Não podemos responder sobre o Blog do Planalto, que não tem vínculos com a EBC, já que o referido blogue é um produto da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. O Portal da EBC é um veículo de comunicação pública. Alinhado à missão da EBC, o veículo busca criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas. Portanto, o Portal da EBC não é um portal de notícias do governo federal, e sim um portal de notícias de interesse público.”

Observações da Ouvidoria:

A Ouvidoria considerou corretas e suficientes as respostas dadas pela DIJOR e pela área responsável pelo Portal da EBC. As respostas aos três solicitantes deveriam esclarecer completamente a questão, corrigindo a percepção enviesada quanto aos objetivos da EBC.

É o caso do leitor Antônio Castro Lima, que atribui indevidamente à empresa o papel de “principal portal de notícias do governo federal”, além de colocar sobre a agência uma responsabilidade que ela não tem na produção e veiculação do Blogue do Planalto. A Gerência Executiva de Conteúdo Multimídia deixou claro que esse blogue não tem vínculo algum com a EBC e que a EBC não é um órgão oficial do governo.

É importante repetir isso insistentemente porque, em função de experiências passadas, boa parte dos leitores, ouvintes e telespectadores ainda faz uma leitura equivocada do papel da empresa.

As reclamações dos leitores em relação à cobertura feita pela EBC em geral partem de uma visão equivocada que tende a classificar tudo que não seja abertamente favorável ao governo como contra o governo.

Outro que parece não ter entendido o objetivo do noticiário da EBC, e se identifica apenas como Michel (processo 202-AB-2014) expõe, e de maneira muito sincera, seu desalento: “la redigir uma mensagem bem completa e cheia de referências para mostrar que é clara a repetição das pautas da grande mídia pela Agência Brasil. Mas, pensando bem, é tão flagrante que só pode ser um caminho assumido. Um exemplo: O título ‘Em nova vistoria, MPT constata irregularidades no Itaquerão.’

E o leitor pergunta: “É ou não é uma manchete como as que encontramos em revistas semanais, jornais diários e demais órgãos por aí, tentando ampliar a animosidade contra a Copa?”

E conclui, desolado: “Continuem assim, se assim escolheram. Lamentavelmente, penso que a Agência Brasil vem há muito prestando um desserviço público. Não precisa ser ‘chapa branca’. Não se trata disso. Mas editorialmente independente. Seria recomendável. Além de necessário”

Num tom bem menos condescendente com a ABr, é a mensagem do solicitante Elmir Flach (191-AB-2014) que critica o texto identificado pelo link <http://agenciabrasil.ebc.com.br/especial/2014-03/democracia-interrompida>.

Emir ataca: “Que texto invertebrado e pobre, que cita inofensivamente algumas ‘manchetes’ da mídia golpista da época! A quem vocês pensam agradecer chamando de “regime autoritário” o Terrorismo de Estado imposto ao país pelo fascismo midiático-empresarial-militar ???”

Com igual agressividade, avança por sete pontos, onde diz, entre outras “análises”, que “o “complexo de vira-lata” nunca foi superado nem antes nem depois do golpe fascista de 1964. Está mais arraigado do que nunca na cabeça da oligarquia brasileira. Ou as manifestações contra a Copa não são manipuladas exatamente por causa dessa baixeza obstinada dos velhos donos do país?!”

Percebendo que, no caso, qualquer contra argumentação seria inócua, a equipe de Jornalismo da Agência Brasil agradeceu a mensagem e, em resposta, informou apenas que respeita a sua opinião.

Novamente a Ouvidoria considera correta a resposta. Em certas situações, quando o interlocutor usa esse tipo de linguagem, fica evidente a inutilidade de uma contra argumentação.

Ironia... A EBC e a ABr teriam farta munição para responder. Bastaria selecionar as manifestações que acham que ambas estão servindo ao governo e praticam a malfadada “chapa-branca”.

## **4. Prestação de Contas da Ouvidoria nos Veículos da EBC**

### **4.1 Programas da Ouvidoria nas Rádios e na TV**

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

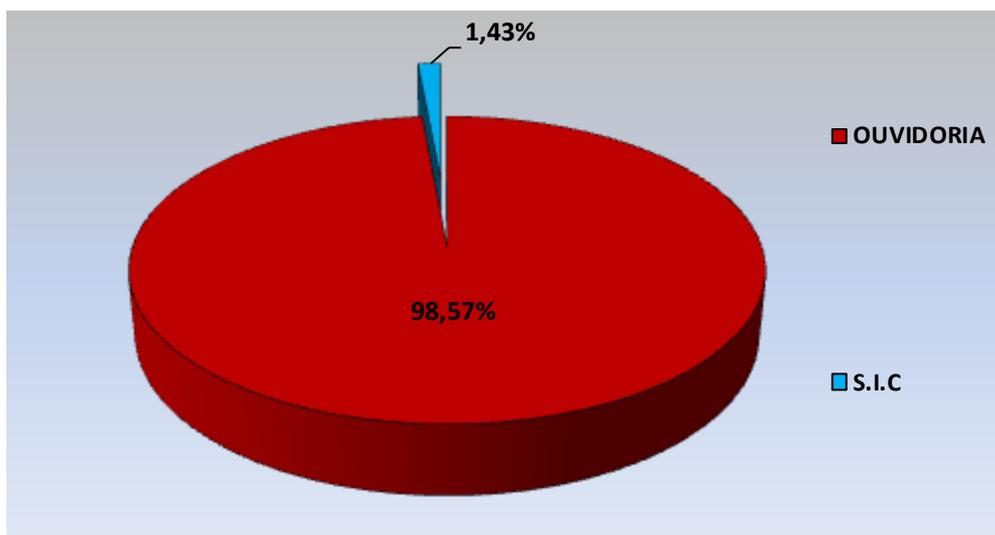
### **4.2 Coluna da Ouvidoria na Agência Brasil**

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

## 5. Quantitativo de Atendimentos

A Ouvidoria da EBC contabilizou em maio 772 atendimentos, são 761 referentes ao atendimento da Ouvidoria e 11 do Serviço de Atendimento ao Cidadão – SIC.

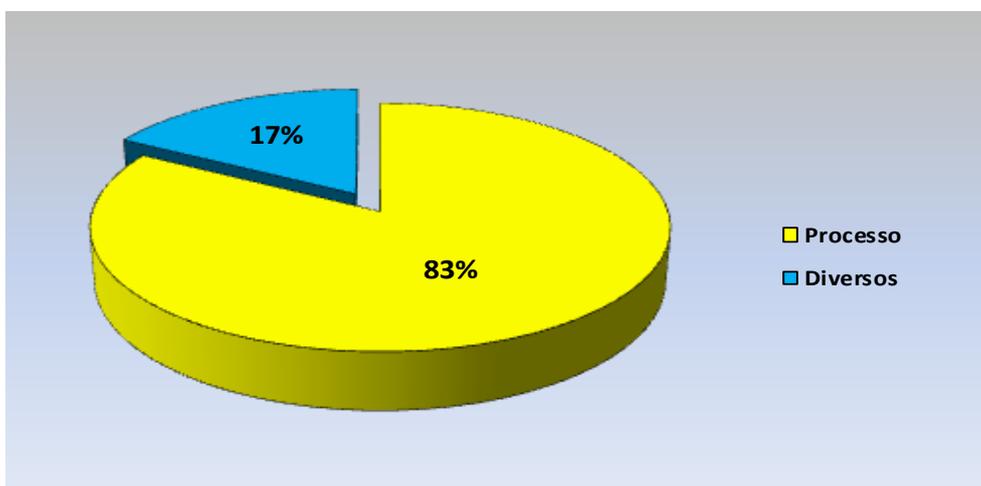
Percentual de atendimentos no período



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

Dos 761 atendimentos relacionados à Ouvidoria, 631 (83%) geraram processos por terem assuntos relacionados aos veículos da EBC. As 130 manifestações (17%) foram respondidas aos usuários sem abertura de processo, são classificadas como “Diversos” por não se referirem a assuntos pertinentes à Ouvidoria.

Percentual de atendimentos por relevância



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

## 5.1 Atendimentos da Ouvidoria

As 631 manifestações que geraram processos distribuem-se entre os veículos conforme demonstrado abaixo:

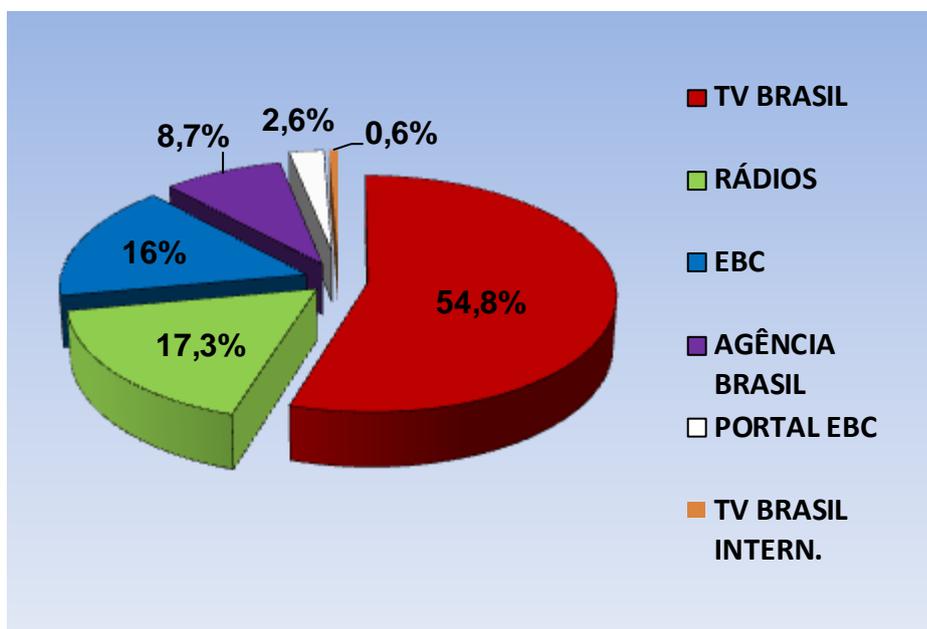
### Manifestações por veículo

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	346	54,8%
RÁDIOS	109	17,3%
EBC	101	16,0%
AGÊNCIA BRASIL	55	8,7%
PORTAL EBC	16	2,5%
TV BRASIL INTERN.	4	0,6%
<b>TOTAL</b>	<b>631</b>	<b>100%</b>

FONTES: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

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

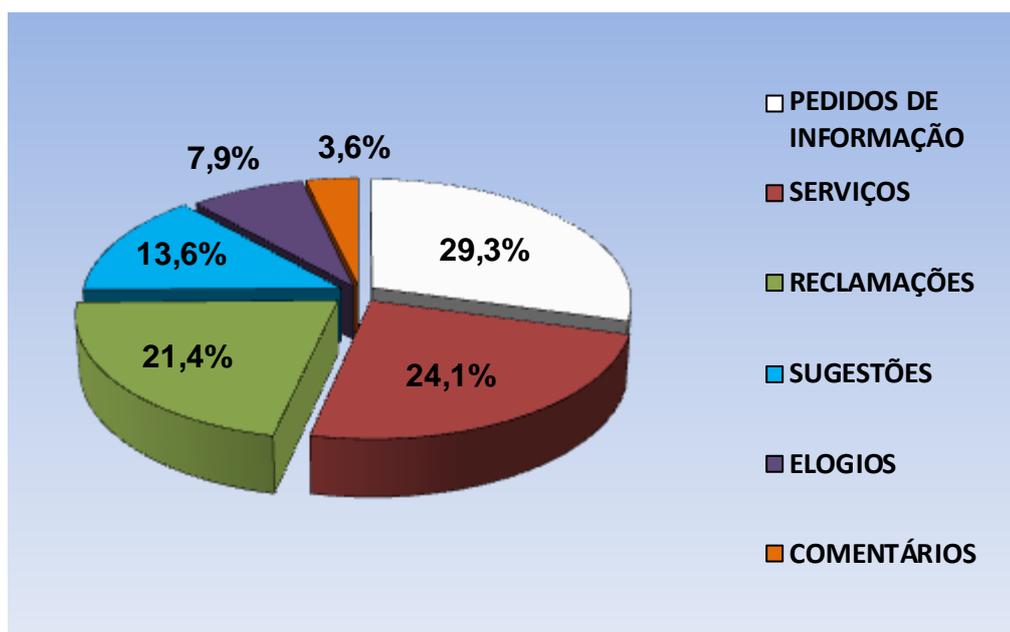
### Percentual de manifestações por veículo



FONTES: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

Os elogios, sugestões, comentários, pedidos de informação e serviços totalizam 78,6% dos atendimentos no mês, contra 21,4% das reclamações.

### Percentual das manifestações por categorias



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

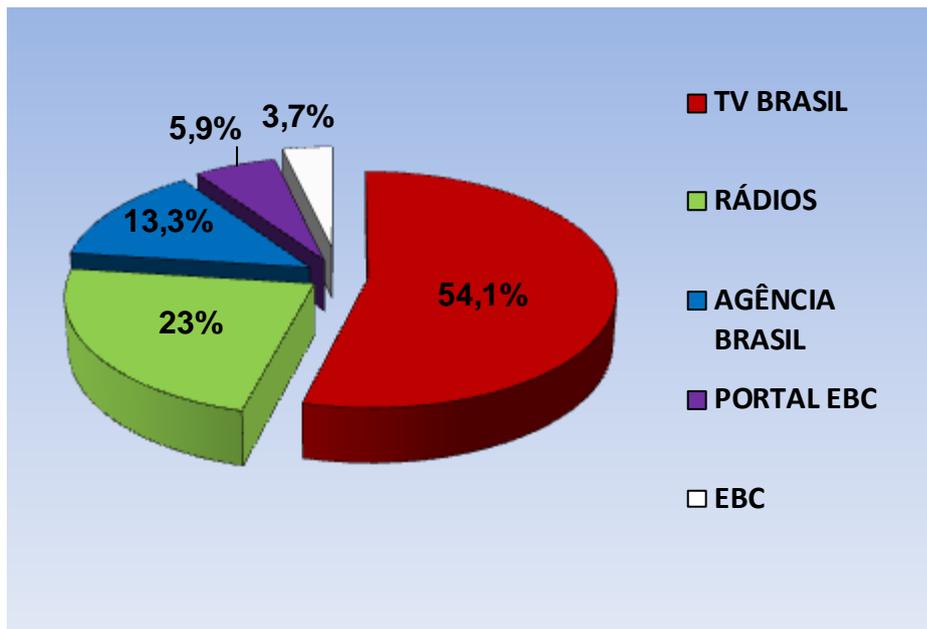
#### 5.1.1 Reclamações

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

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	73	54,1%
RÁDIOS	31	23,0%
AGÊNCIA BRASIL	18	13,3%
PORTAL EBC	8	5,9%
EBC	5	3,7%
TV BRASIL INTERN.	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100%</b>

FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### Percentual de reclamações por veículo



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

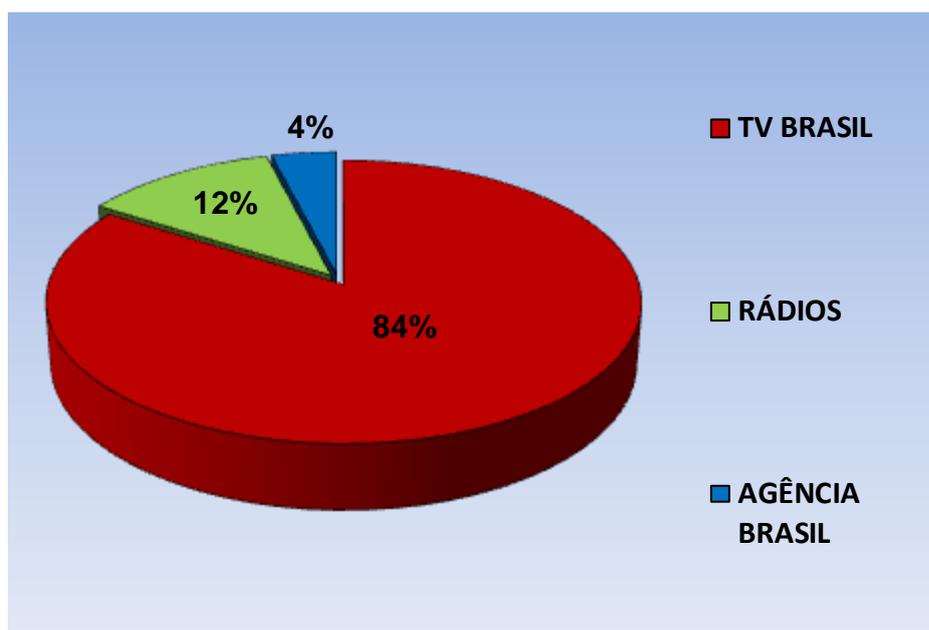
#### 5.1.2 Elogios

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

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	42	84,0%
RÁDIOS	6	12,0%
AGÊNCIA BRASIL	2	4,0%
EBC	0	0,0%
RÁDIOS	0	0,0%
PORTAL EBC	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### Percentual de elogios por veículo



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

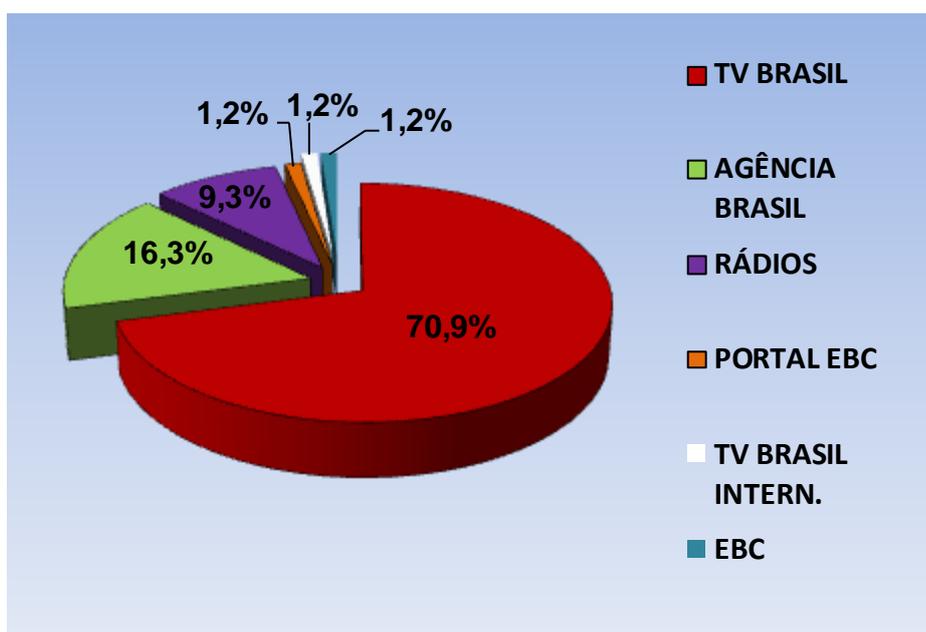
### 5.1.3 Sugestões

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

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	61	70,9%
AGÊNCIA BRASIL	14	16,3%
RÁDIOS	8	9,3%
PORTAL EBC	1	1,2%
TV BRASIL INTERN.	1	1,2%
EBC	1	1,2%
<b>TOTAL</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>

FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### Percentual de sugestões por veículo



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

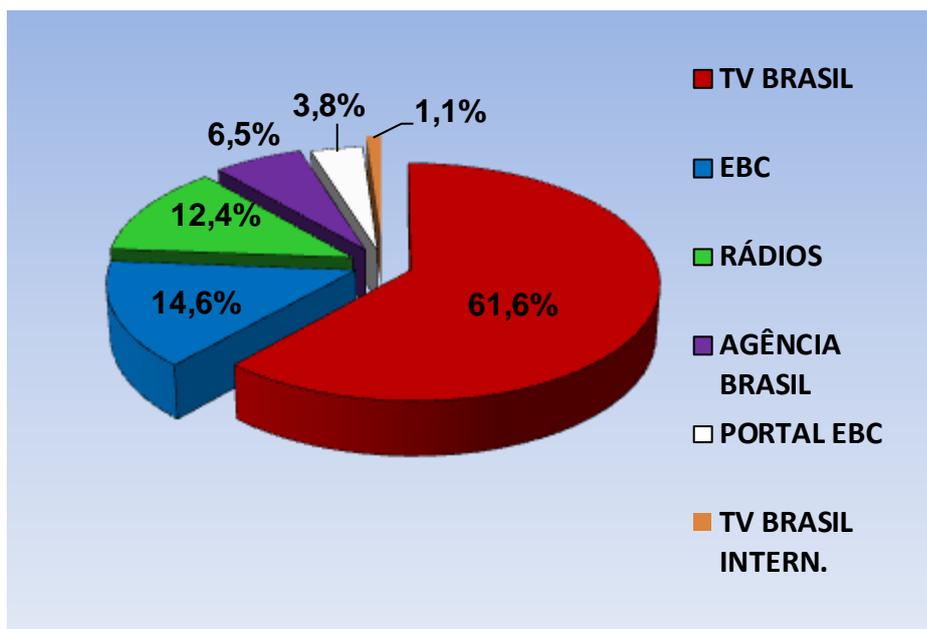
#### 5.1.4 Pedidos de Informação

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

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	114	61,6%
EBC	27	14,6%
RÁDIOS	23	12,4%
AGÊNCIA BRASIL	12	6,5%
PORTAL EBC	7	3,8%
TV BRASIL INTERN.	2	1,1%
<b>TOTAL</b>	<b>185</b>	<b>100%</b>

FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### Percentual de pedidos de informação por veículo



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

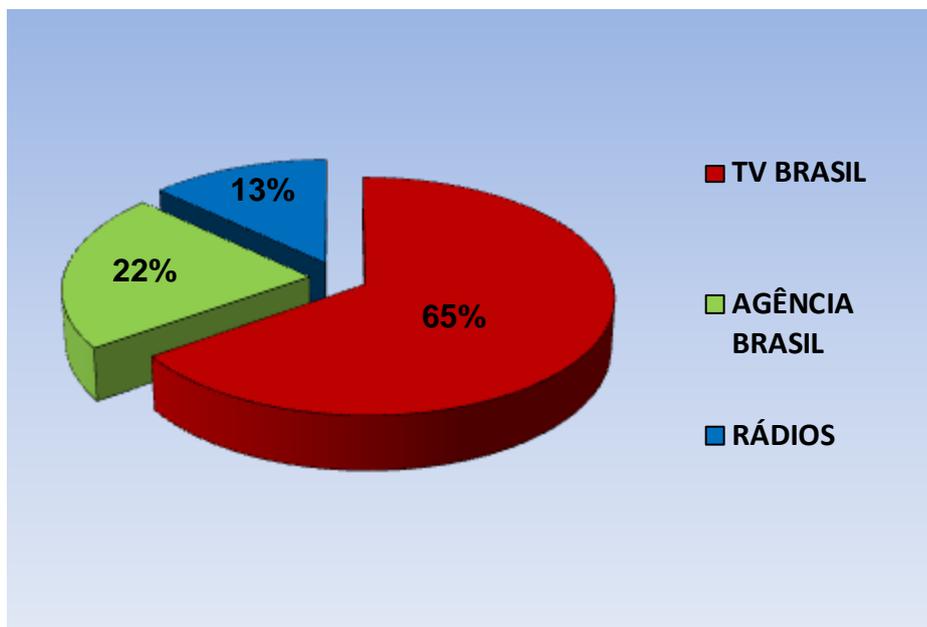
#### 5.1.5 Comentários

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

VEÍCULO	QUANT	%
TV BRASIL	15	65%
AGÊNCIA BRASIL	5	22%
RÁDIOS	3	13%
PORTAL EBC	0	0%
EBC	0	0%
TV BRASIL INTERN.	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### Percentual de comentários por veículo



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

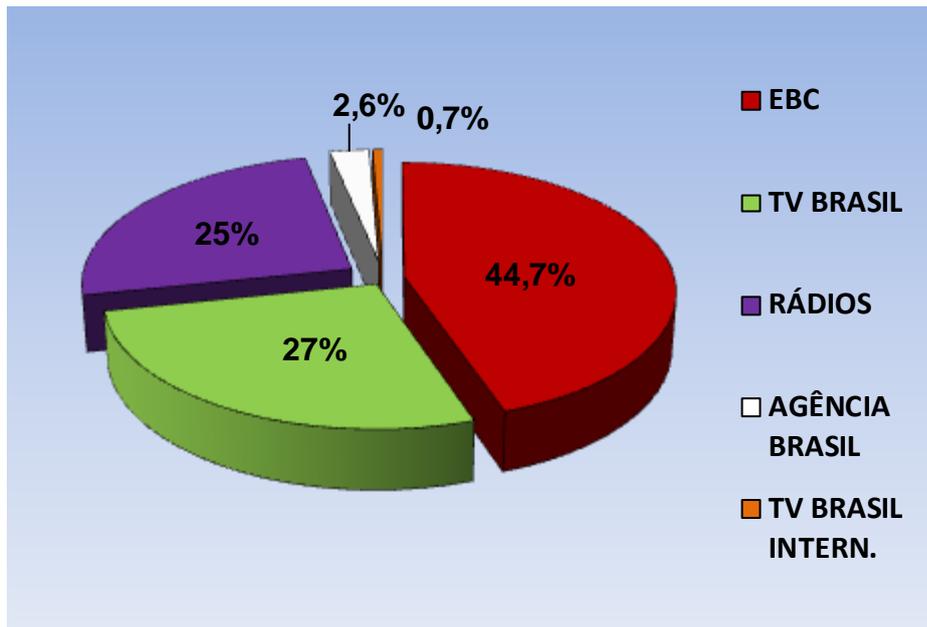
#### 5.1.6 Serviços

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

VEÍCULO	QUANT	%
EBC	68	44,7%
TV BRASIL	41	27,0%
RÁDIOS	38	25,0%
AGÊNCIA BRASIL	4	2,6%
TV BRASIL INTERN.	1	0,7%
PORTAL EBC	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### Percentual de serviços por veículo

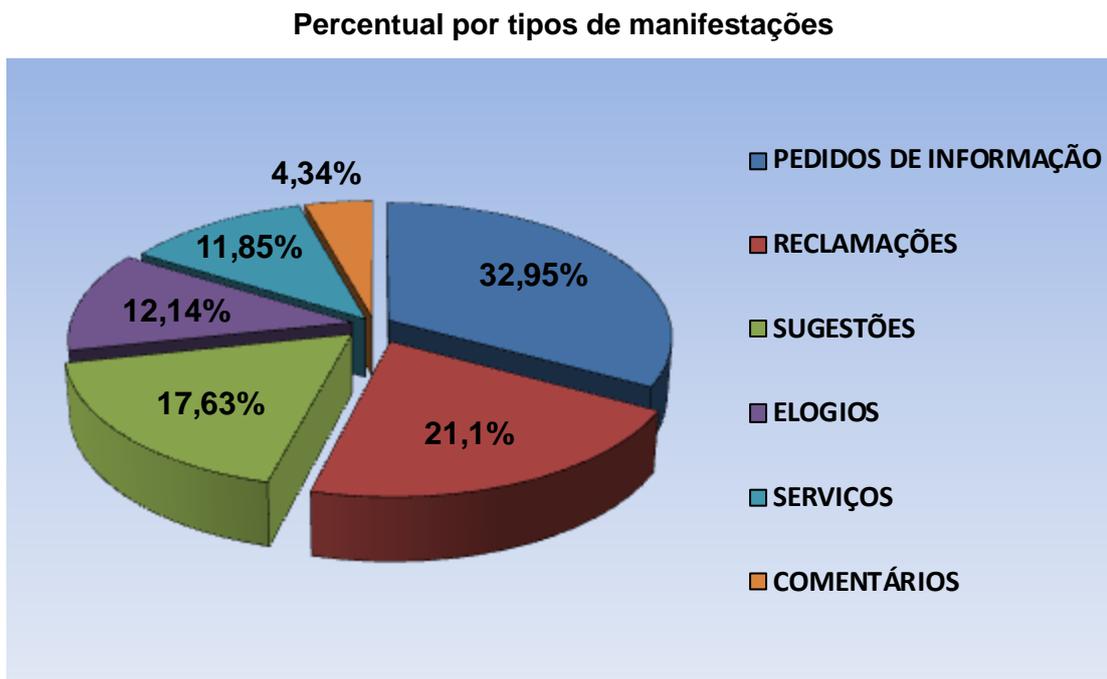


FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

## 6. Quantitativo de atendimentos da Ouvidoria

### 6.1. TV Brasil

A Ouvidoria recebeu 346 manifestações direcionadas à TV Brasil. Destas, o maior número é de pedidos de informação (114). Foram 73 reclamações, 61 sugestões, 42 elogios, 41 serviços e 15 comentários. O gráfico a seguir mostra a distribuição dos tipos de manifestações.

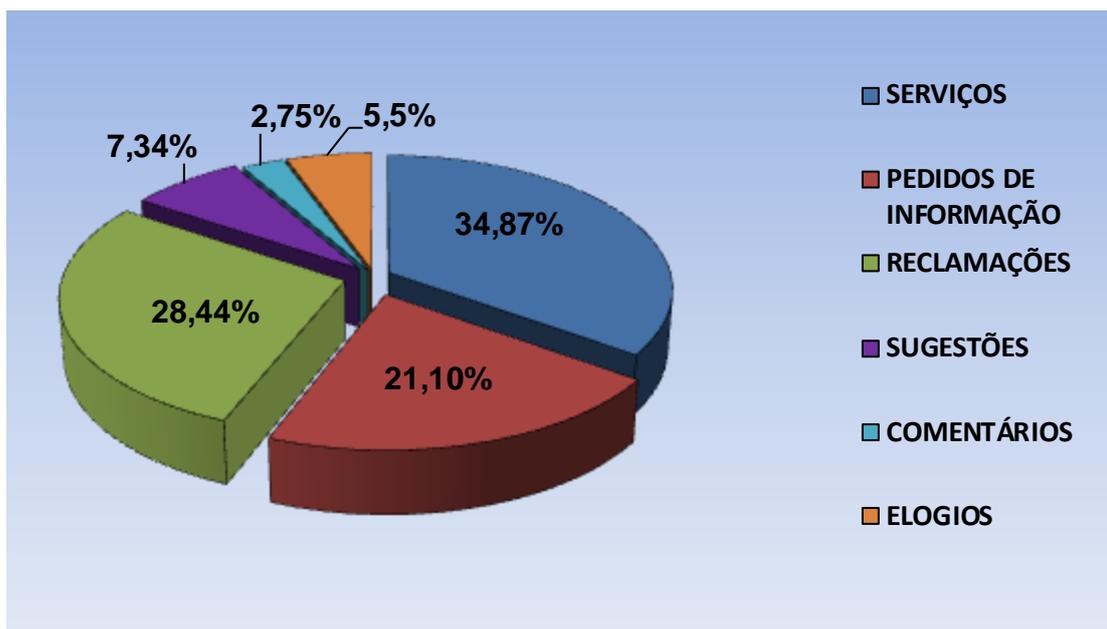


FORTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### 6.2. Sistema de Rádios

A Ouvidoria recebeu 109 manifestações dirigidas às rádios. A maior parte das demandas foi por serviços (38). Em seguida vêm as reclamações (31), pedidos de informação (23), sugestão (8), elogios (6) e comentários (3). Não teve registro de elogios. O gráfico a seguir mostra a distribuição dos tipos de manifestações.

### Percentual por tipos de manifestações



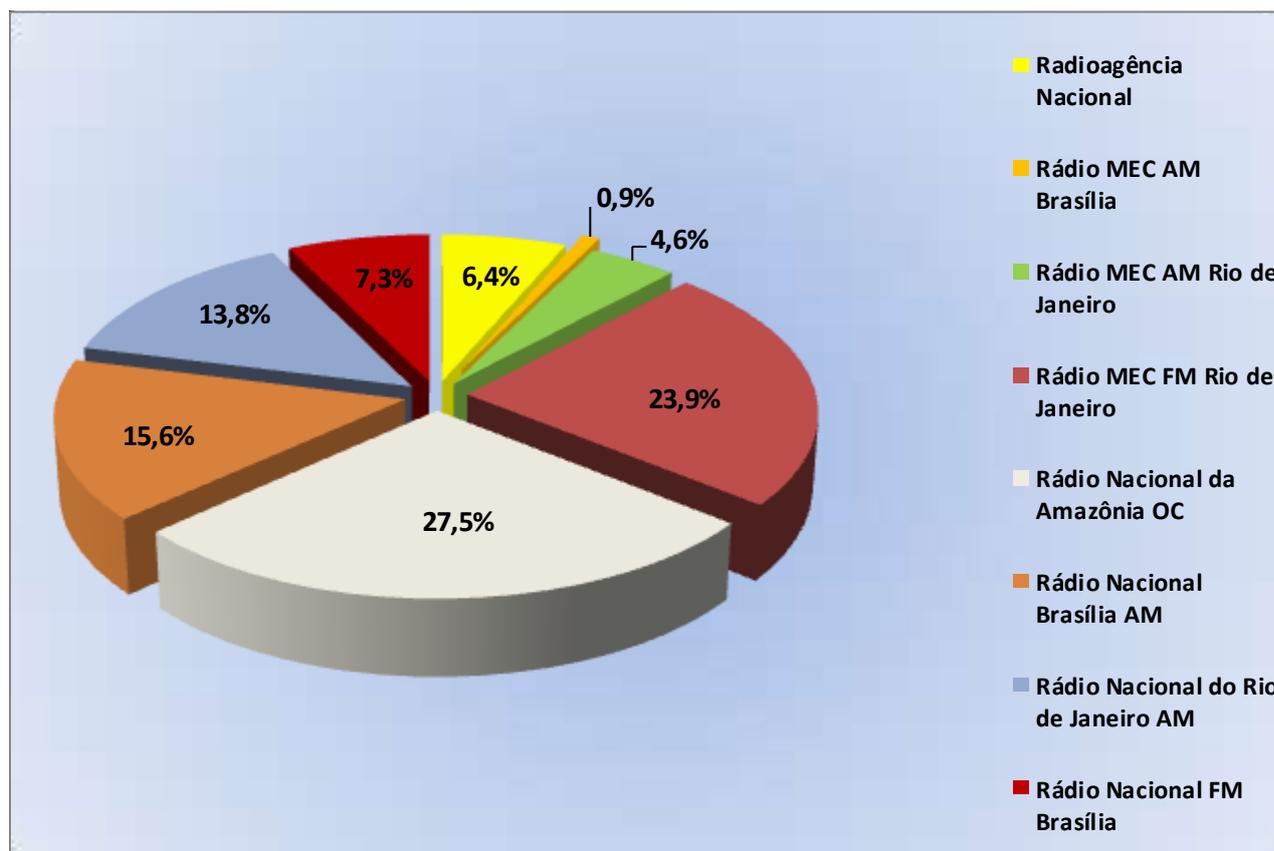
FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

VEÍCULO	Reclam.	Elogio	Suges.	Coment.	Serviço	Pedido	TOTAL	%
Radioagência Nacional	4	1	1	0	0	1	7	6,4%
Rádio MEC AM Brasília	0	0	1	0	0	0	1	0,9%
Rádio MEC AM Rio de Janeiro	2	1	0	1	0	1	5	4,6%
Rádio MEC FM Rio de Janeiro	12	0	2	0	2	10	26	23,9%
Rádio Nacional da Amazônia OC	3	1	1	0	24	1	30	27,5%
Rádio Nacional Brasília AM	4	1	2	0	6	4	17	15,6%
Rádio Nacional do Rio de Janeiro AM	1	2	1	1	5	5	15	13,8%
Rádio Nacional FM Brasília	5	0	0	1	1	1	8	7,3%
Rádio Nacional do Alto Solimões	0	0	0	0	0	0	0	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>3</b>	<b>38</b>	<b>23</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

A rádio com maior quantidade de demandas é a Nacional da Amazônia OC (27,5%) seguida pela MEC FM Rio de Janeiro (23,9%), Nacional Brasília AM (15,6%), Nacional do Rio de Janeiro AM (13,8%), Nacional FM Brasília (7,3%), Radioagência Nacional (6,4%), MEC AM Rio de Janeiro (4,6%) e MEC AM Brasília (0,9%). Não há registro de para Nacional do Alto Solimões. O gráfico a seguir apresenta a distribuição dos processos nas diferentes rádios da EBC.

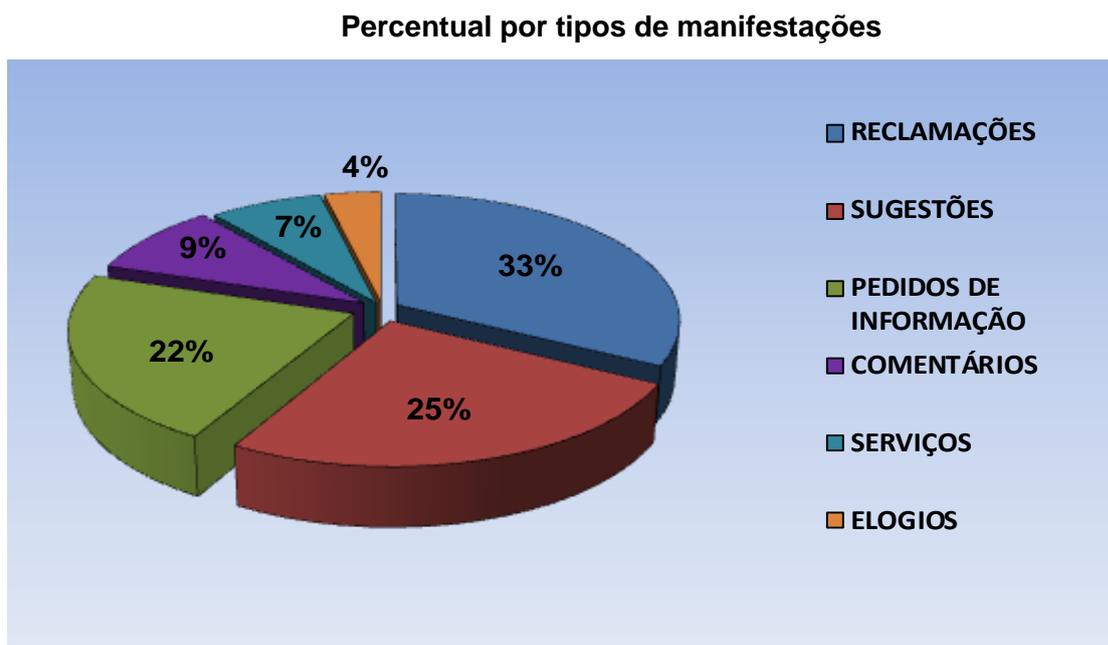
### Percentual de manifestações por rádio



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### 6.3. Agência Brasil

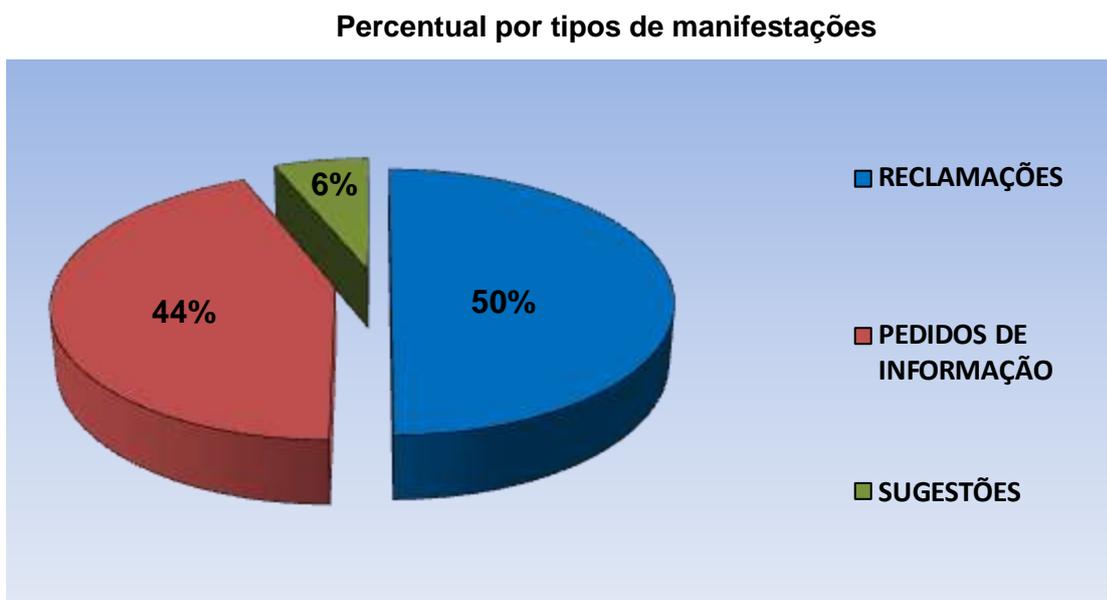
A Ouvidoria recebeu 55 manifestações referentes à Agência Brasil. Deste quantitativo, 18 manifestações foram reclamações, 14 sugestões, 12 pedidos de informação, 5 comentários, 4 serviços e 2 elogios. O gráfico a seguir resume a distribuição dos tipos de manifestações.



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

#### 6.4. Portal da EBC

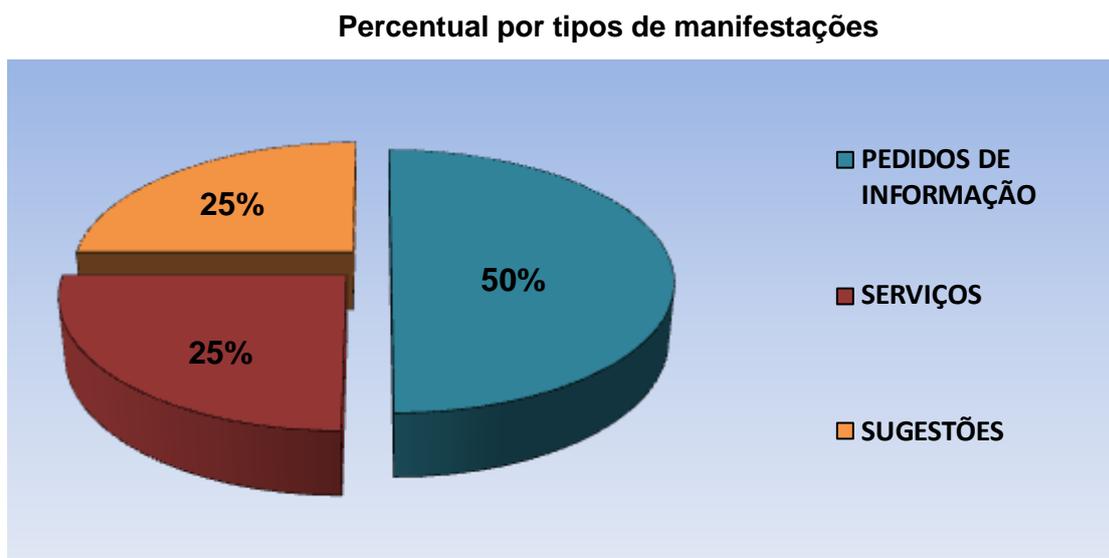
A Ouvidoria recebeu 16 manifestações direcionadas ao Portal da EBC. Destas, o maior número é de pedidos de informação (8). Foram 7 pedidos de informação e 1 sugestão. Não houve registro de elogios, comentários e serviços. O gráfico a seguir mostra a distribuição dos tipos de manifestações.



FORNTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

## 6.5. TV Brasil Internacional

A Ouvidoria recebeu 4 manifestações referentes à TV Brasil Internacional. Deste quantitativo, 2 manifestações foram por pedidos de informação, 1 serviço e 1 sugestão. Não houve registro de reclamação, elogio e comentário. O gráfico a seguir resume a distribuição dos tipos de manifestações.

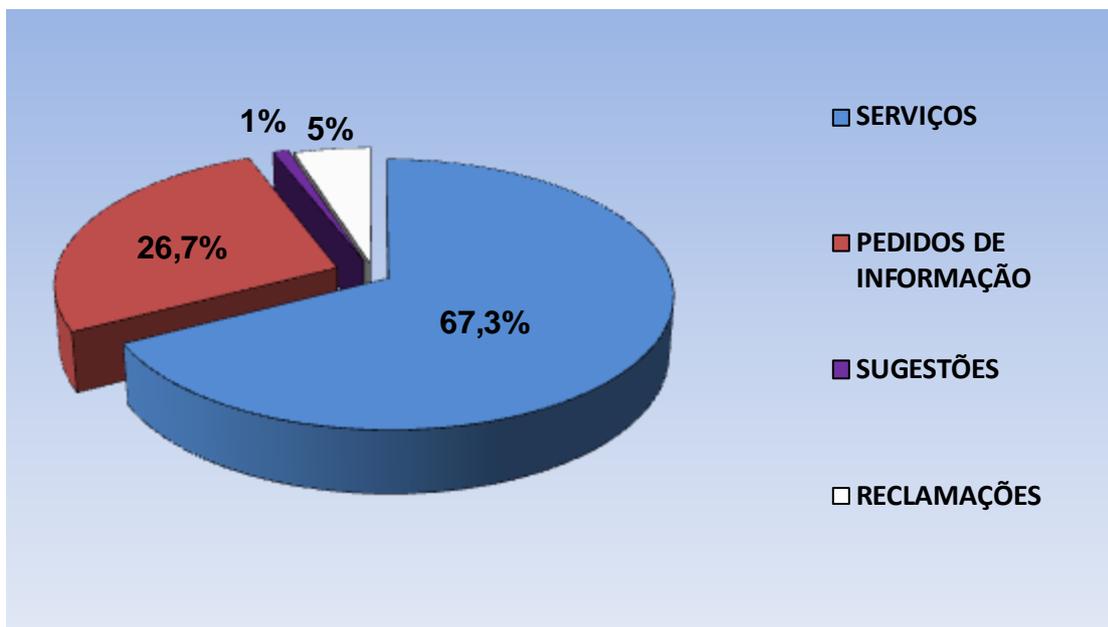


FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

## 6.6. Empresa Brasil de Comunicação-EBC

A Ouvidoria recebeu 101 manifestações referentes à Empresa Brasil de Comunicação – EBC, que seriam mais adequadamente direcionados a um atendimento do tipo 0800 ou “fale conosco”; não são atendimentos característicos de Ouvidoria. Deste quantitativo, 68 manifestações foram por serviços, 5 reclamações e sugestão. Não houve registro de elogios, comentários. O gráfico a seguir resume a distribuição dos tipos de manifestações.

**Percentual por tipos de manifestações**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

## 7. Pendências no Atendimento

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

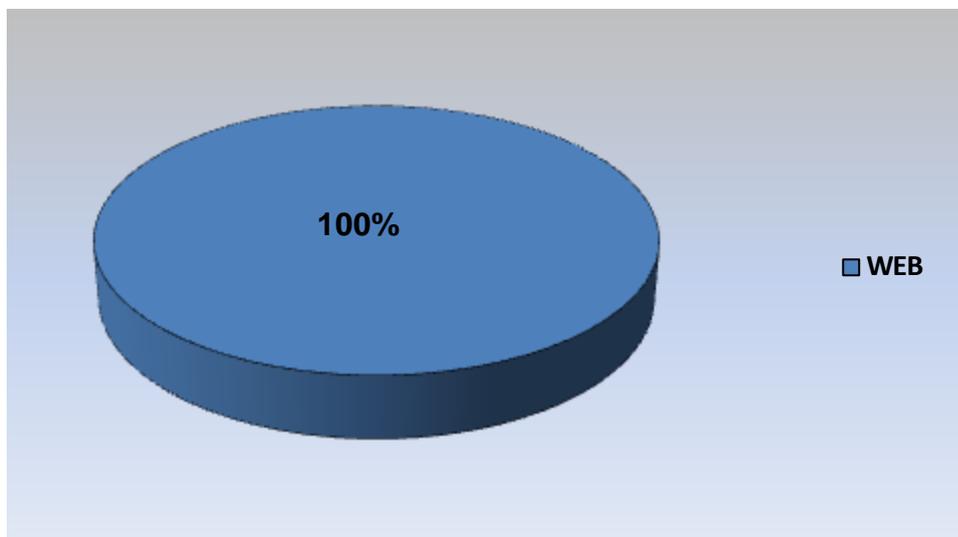
A tabela a seguir relaciona os processos de abril que estão pendentes de resposta e aqueles que foram respondidos fora do prazo.

Veículos	Pendentes	Fora do Prazo	Total
TV Brasil	22	15	37
TV Brasil Intern.	2	0	2
Agência	2	8	10
Rádio	3	3	6
Portal	0	1	1
EBC	1	3	4
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>60</b>

## 8. Serviço de Informação ao Cidadão–SIC

O SIC registrou 11 pedidos de informação. Todos foram recebidos via web (e-sic).

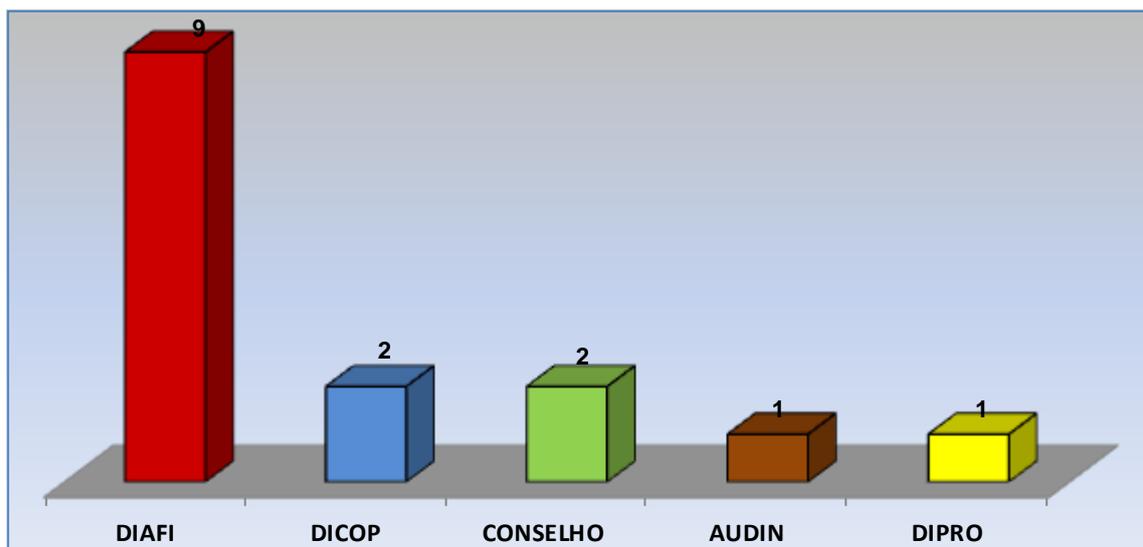
**Pedidos de Informações por Meio de Acesso**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

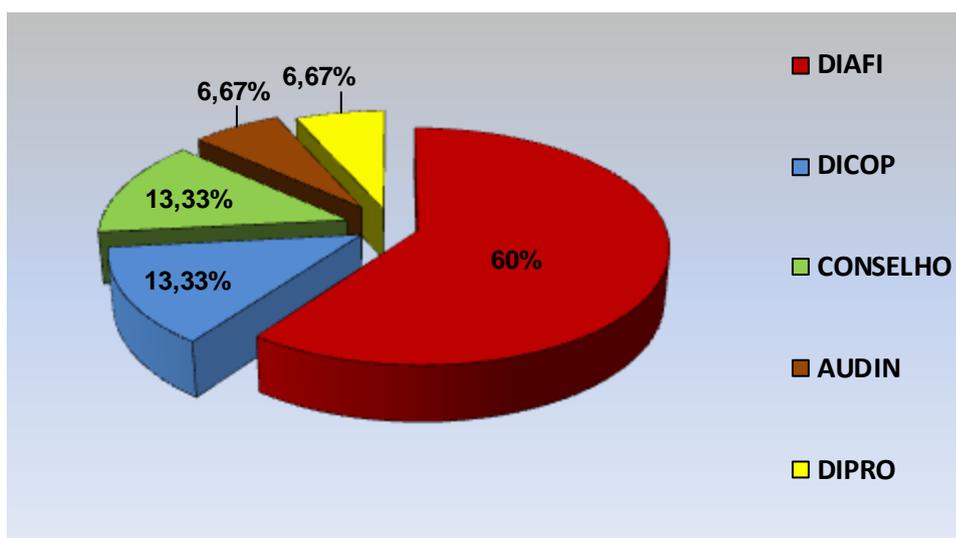
Os pedidos de informações registrados no período são apresentados a seguir por área de competência, em dados absolutos e percentuais. Dos 11 pedidos de informação, 2 foram enviados para mais de uma área.

**Pedido de informação por área de competência**



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

### Pedido de informação por área de competência



FONTE: NAMBI e E-SIC – OUVIDORIA/EBC

O prazo médio de resposta aos pedidos de informação do SIC/EBC foi de 2,55 dias, em conformidade, portanto, com o que estabelece a Norma 104 da Ouvidoria/EBC e a Portaria Presidente - 185–A/2012 de 24/05/2012 – 5 dias úteis. A Lei de Acesso à Informação Nº 12.527 de 07 de Novembro de 2011 estabelece o prazo de 20 dias, prorrogáveis por mais 10 dias.

#### 8.1. Abordagem quantitativa

Dos 11 pedidos de informação registrados em maio, 3 foram respondidos fora do prazo definido pela Norma e pela Portaria.

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

Legenda					
	No Prazo		Fora do Prazo		Pendente

Atendimentos SIC							
Protocolo	Informação Solicitada	Área Responsável	Encaminhada	Encerrado	Dias	Prazo	Prazo NORMA
99936000049201482	Gostaria de saber os valores recebidos dos salários de todos os Diretores da EBC no período de Dezembro de 2009 até Junho de 2012. Obrigado.	DIAFI	05/05/2014	13/05/2014	6		
99936000051201451	Solicito cópia do relatório de auditoria nº 08/2013, bem como dos documentos a ele relacionados. Solicito o envio por meio de cópias scaneadas.	AUDIN	14/05/2014	20/05/2014	0		
99936000052201404	Solicito informações acerca da forma de contratação e valores de remuneração dos apresentadores e comentaristas dos telejornais da TV Brasil - veículo de comunicação da EBC. Procurei os valores de remuneração na lista de empregados da empresa, mas não encontrei. Fui informado que eles são contratados como prestadores de serviço. Gostaria de ter acesso detalhado aos contratos firmados com tais profissionais e respectivos valores de remuneração. Atualmente, aparecem no telejornal os apresentadores Guilherme Menezes, Kátiuscia Néri, Luciana Nascimento, Carla Ramos e Gustavo Minari. Como comentaristas, temos Emir Sader e Luis Nassif	DIAFI	16/05/2014	27/05/2014	7		
99936000053201441	Quanto foi repassado de verba para a EBC em 2013?	DIAFI	20/05/2014	27/05/2014	5		
99936000054201495	Quero saber quantas produtoras independente produziram videos para EBC em 2013? quais são elas e qual valor investido por produtoras?	DICOP DIAFI	27/05/2014	02/06/2014	4		
99936000055201430	Solicito que me mostrem o balanço patrimonial e orçamentário dos anos 2012 e 2013 da EBC. Eu havia feito esta solicitação à própria instituição, mas até agora não obtive retorno. Meu objetivo é acompanhar o desempenho da EBC, pois ela está vinculada à Presidência da República pela Secretaria de Comunicação Social. Quero exercer meu direito de cidadã. Agradeço a atenção e o bom atendimento	DIAFI	21/05/2014	03/06/2014	9		
99936000056201484	Solicito relatório com a receita anual total da EBC desde 2007 até 21 de Maio de 2014. Por gentileza, gostaria de além dos totais anuais, receber as receitas discriminadas com origem e valor.	DIAFI	21/05/2014	28/05/2014	5		
99936.000057201429	Sou candidata aprovada no concurso da EBC para o cargo de nível superior da área de Acervo e Pesquisa e gostaria de confirmar meu endereço, pois na época do concurso estava morando em outro estado. Já enviei meus dados por email, em 2013, mas preciso da confirmação. Meu endereço atual é Rua Rosa Antunes, 180 casa 17 - Vargem Pequena - Rio de Janeiro - Cep 22783-225 telefones para contato (21) 3596-6536 e (21) 98372-1819.	DIAFI	23/05/2014	30/05/2014	5		

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

