



Comunicação Pública em debate:
Ouvidoria e Rádio

Fernando Oliveira Paulino
Luiz Martins da Silva
(Organizadores)



Universidade de Brasília



50 1962
2012



Empresa Brasil
de Comunicação

**Comunicação Pública em debate:
Ouvidoria e Rádio**



UnB

Universidade de Brasília

Reitor: Ivan Marques de Toledo Camargo

Vice-reitora: Sônia Nair Bão

Decano de Ensino de Graduação: Mauro Luiz Rabelo

Decano de Administração: Luís Afonso Bermudez

Decano de Pesquisa e Pós Graduação: Jaime Martins de Santana

Decana de Extensão: Thérèse Hofmann Gatti R. da Costa

Decana de Assuntos Comunitários: Denise Bomtempo Birche de Carvalho

Decanato de Gestão de Pessoas: Gardênia da Silva Abbad

Decanato de Planejamento e Orçamento: Carlos Alberto Muller Lima Torres

Secretário de Comunicação: Hugo Costa

EDITORA



UnB

Editora Universidade de Brasília

Diretora: Ana Maria Fernandes

Conselho Editorial: Ana Maria Fernandes, Ana Valéria Machado Mendonça, Eduardo Tadeu Vieira, Fernando Jorge Rodrigues Neves, Francisco Claudio Sampaio de Menezes, Marcus Mota, Neide Aparecida Gomes, Peter Bakuzis, Sylvia Ficher, Wilson Trajano Filho, Wivian Weller



**Empresa Brasil
de Comunicação**

Empresa Brasil de Comunicação

Diretor-Presidente: Nelson Breve

Diretor-Geral: Eduardo Castro

Conselho Curador: Ana Luiza Fleck Saibro (Presidente), Heloisa Maria Murgel Starling (Vice-presidente), Ima Célia Guimarães Vieira, Cláudio Salvador Lembo, Rosane Maria Bertotti, José Antônio Fernandes Martins, Maria da Penha Maia Fernandes, Rita de Cássia Freire Rosa, Paulo Ramos Derengoski, Daniel Aarão Reis Filho, João Jorge Santos Rodrigues, Murilo César Oliveira Ramos, Takashi Tome, Mário Augusto Jakobskind, Ana Maria da Conceição Veloso, Wagner Tiso, Guilherme Gonçalves Strozi, Sueli Navarro, Helena Chagas, Marta Suplicy, Aloizio Mercadante e Marco Antonio Raupp

Comunicação Pública em debate:

Ouvidoria e Rádio

**Fernando Oliveira Paulino
Luiz Martins da Silva
(organizadores)**



Universidade de Brasília



50 1962
2012



COMUNICAÇÃO
PÚBLICA
EM
DEBATE:
OUVIDORIA
E
RÁDIO

Organização

Fernando Oliveira Paulino / Luiz Martins da Silva

Agradecimentos

Messias Melo / Boleslaw Skowronski / Lucio Haeser / David Renault da Silva/ José Geraldo de Sousa Junior / Lúcia Helena Pulino / Murilo César Ramos / Daniele Perdomo / Fernando Soares dos Santos / Ivoneide Brito de Oliveira / Jose Alves Sobrinho / Alessandro Oliveira / Carolina Farah / Marcos Gomes / Maria Luiza Busse / Luzia Helena Alves de Castro / Joseti Marques / David Silberstein / Tiago Martins / Ana Cristina Santos / Williamsmar da Silva / Marcos Tavares / Edson Néri / Carlos Moraes / Josemar França / Efraim Lisboa / Joca Sanz / Ageu Cantilino / Anderson Ribeiro / Octavio Pieranti / Marco Antonio de Carvalho Moreira / Reynaldo dos Santos / Christiane Araújo Santos / Edielton Paulo / Grazielle Oliveira / Samuel Faria de Abreu / Adrielen Alves / Andhrea Tavares / Luiza Inês / Walter Antônio Teixeira / Zélia Leal / Carlos Senna / Mara Régia di Perna / Jessé Costa / Jaider Ribeiro de Amorim / Célio Antonio / Leleco Santos / Vânia Vieira / Patrícia Borges / Laureana Telles / CAO-Rádio MEC / SOARMEC / Central do Ouvinte/ Arquivo Rádio Nacional do Rio de Janeiro/ Joaquim Monteiro / Lacy Barca e todas as pessoas que contribuíram com a parceria UnB e EBC.

Projeto Gráfico

Patrick Cassimiro / Thiago Lima / Mariana Pizarro / Miryan Rodrigues

Revisão

Regina Marques / Simone Garcia / Fernando Oliveira Paulino / Luiz Martins da Silva

Apoio Técnico

Juliana Soares Mendes

Copyright © 2013 by Editora Universidade de Brasília

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação poderá ser armazenada ou reproduzida por qualquer meio sem a autorização por escrito da Editora.

Editora Universidade de Brasília

SCS, quadra 2, bloco C, n.º 78, edifício OK

2.º andar, CEP 70302-907, Brasília-DF

Telefone: (61) 3035-4200

Fax (61) 3035-4230

Internet: www.editora.unb.br

E-mail: contato@editora.unb.br

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade de Brasília

C741 Comunicação pública em debate : ouvidoria e rádio /
Fernando Oliveira Paulino, Luiz Martins da Silva, organizadores. -- Brasília :
Editora Universidade de Brasília, 2013.
200 p. ; 22 cm.

ISBN 978-85-230-1097-3

1. Comunicação. 2. Comunicação pública. 3. Ouvidoria. 4. Rádio. I. Paulino,
Fernando Oliveira. II. Silva, Luiz Martins da.

CDU 654.19

*A todos os servidores da Universidade de Brasília e da
Empresa Brasil de Comunicação que colaboraram com as
atividades desenvolvidas entre 2009 e 2012.*

*Aos membros da Comissão UnB 50 Anos e à Editora
Universidade de Brasília por incluir o livro nas celebrações
do Jubileu da UnB.*

SUMÁRIO

PREFÁCIO..... 13

Nelson Breve

PREÂMBULO 15

Regina Lima

INTRODUÇÃO 17

Fernando Oliveira Paulino e Luiz Martins da Silva

PARTE I ENTREVISTAS: ORIGENS DA EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO E DA OUVIDORIA DA EBC

COMO SURTIU A EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO? 27

Entrevista com Tereza Cruvinel

COMO SURTIU A OUVIDORIA DA EBC? 41

Entrevista com Laurindo Leal Filho

PARTE II PRÁTICAS NA OUVIDORIA DA EBC

OS SERVIÇOS DA OUVIDORIA DE RÁDIOS PÚBLICAS COMO INSTRUMENTO DE PRESTAÇÃO DE CONTAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL DA MÍDIA 55

Fernando Oliveira Paulino

PARÂMETROS PARA A OUVIDORIA DA EBC 71

Luiz Martins da Silva

OUVIR, FALAR, TRANSMITIR: A INTERATIVIDADE NO RÁDIO E O PROGRAMA <i>RÁDIO EM DEBATE</i>	87
Leonardo Barreiros Rocha	

OUVIDORIA NA AGÊNCIA BRASIL	101
Paulo Machado	

PARTE III DEPOIMENTOS

DEPOIMENTOS DE OUVINTES, PROFISSIONAIS E GESTORES	111
---------------------------------------------------------	-----

DEPOIMENTOS DE ESTUDANTES QUE ATUARAM NA OUVIDORIA	121
----------------------------------------------------------	-----

PARTE IV OUTRAS PRÁTICAS DE OUVIDORIA

A OUVIDORIA NO SERVIÇO PÚBLICO BRASILEIRO	135
José Eduardo Elias Romão	

OS MEDIA AO ESPELHO: A EXPERIÊNCIA DO OMBUDSMAN EM PORTUGAL E ESPANHA.....	165
Madalena Oliveira	

OUVIDORIA NA TELEVISÃO COLOMBIANA	183
Jairo Faria	

PARTE II

PRÁTICAS NA OUVIDORIA DA EBC

PARÂMETROS PARA A OUVIDORIA DA EBC

LUIZ MARTINS DA SILVA¹

Em se tratando de uma empresa pública, há uma premissa a ser levada em conta como ponto de partida para qualquer debate sobre os procedimentos de uma ouvidoria: o investimento é público e o retorno do mesmo deve reverter-se em benefício do público. Este é, portanto, um diferencial importantíssimo num exercício de elaboração de parâmetros para a Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação.

No caso da EBC, a primazia do ato de ouvir deve estar centrada no cidadão. Que não é o cidadão-consumidor, mas o cidadão-contribuinte, em síntese, esse *status* de soberania civil: o patrão é o cidadão. Temos, porém, de evitar que a cidadania seja transformada numa abstração, tal como abstrações são macrovalores como: o Estado, a Sociedade, a Comunidade, o Público. Pertinente rememorarmos a célebre ironia imortalizada nas Ciências Sociais pelo sociólogo francês Pierre Bordieu: “A opinião pública não existe”. E um dos motivos pelos quais ele resistiu em enxergá-la como algo empírico foi a constatação do quanto eram tantos os que falavam em nome dela.

O Estado, quando o procuramos, vamos encontrá-lo quando ele tem faces humanas, funcionários, rostos e nomes de responsáveis, literalmente, pessoas que respondem. A Sociedade deixa de ser abstração, ironicamente, à medida que se vai dessocializando, em partes: movimentos, associações, grupos, famílias e, por fim, seres portadores de

¹ Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Fundador e Coordenador do Projeto de Pesquisa e Extensão SOS-Imprensa. Membro da Rede Nacional de Observatórios da Imprensa (RENOI). Email: silvalmd@unb.br

direitos. E o mais elevado de todos os *status* de uma pessoa é o de Ser e, a partir dessa essência, construir identidades: ser humano, ser brasileiro, ser cidadão, ser contribuinte e ser usuário de um serviço público. O contribuinte é o usuário dos serviços prestados pelo Poder Público deve ser ouvido. Mas, quando e como?

Em geral, os serviços de atendimento são passivos e responsivos. Se em determinado expediente ninguém ligou, escreveu, ou depositou alguma sugestão, tanto melhor. Em conformidade com esse padrão, as organizações oferecem os serviços do tipo SAUs ou SACs: serviços de apoio ao usuário, serviços de atendimento ao cidadão (ou ao consumidor, ou ao cliente etc). Nessas modalidades, o público (ente abstrato) se materializa através de um “chato”, aquele que apareceu para reclamar. E sugestão seria eufemismo para queixa. Elogios? Ah! Esses, de preferência num quadro, para visibilidade geral. Tais sistemas, no entanto, já são um avanço, pois quando não existem ou são apenas figurativos, o jeito é procurar a imprensa, que, nas últimas décadas, tem criado espaços para reclamações e até gritos. O jornal *Correio Braziliense* tem, há bastante tempo, colunas do tipo: “Grita Geral”; “Grita do Consumidor”. Certa vez, participando de uma mesa que debatia as funções do Ouvidor, estava ao meu lado o *ombudsman* de uma estatal, mais especificamente de uma companhia de água e saneamento. E, então, como é o seu trabalho? Cochichei. Ao que respondeu. Em geral, “eles” ligam primeiramente para emissoras de rádio. E as rádios encaminham para mim as queixas. Ora, dispondo aquela empresa de um ouvidor, por que os usuários preferiam ligar para programas de rádio? Certamente, porque a mídia amplia de forma agônica as demandas da população. Mas há um lado compensador. As respostas às críticas, num meio massivo, atingem uma coletividade. E os esclarecimentos seguem até para quem não se queixou.

Andar aos gritos não é de bom decoro. Inimaginável um balcão onde haja uma placa: “Grite, aqui”. Risível seria também algo assim: “Proibido gritar neste local”. Lamentavelmente, por vezes os cidadãos têm de andar aos berros, sair às ruas empunhando faixas, interditando vias, queimando pneus,

depredando... Bem, nesses casos, é comum o que se pretendia ser manifestação desandar para a desordem. Não raro, o desespero ou a indignação do público resultam em situações que atraem tropa de choque, gás de pimenta e outras circunstâncias em que a resposta do Estado é a do ‘uso da força legal no estrito cumprimento do dever’. Estágios limítrofes significam, com certeza, mais do que a falta de canais institucionais para atendimento, representam a inexistência de diálogo. E como pensar uma ouvidoria que faça parte do cotidiano e das rotinas produtivas de um órgão público?

Em primeiro lugar, é preciso não perder de vista que o Ouvidor Público é um representante do público, facilmente localizável e identificável. Ao contrário, portanto, de atendimentos impessoais do tipo: disque 1 para tal alternativa; 2, para outra; 3, para... Lá pela 5ª alternativa, já se provará uma falsa promessa, a de que se trata de um canal de intersubjetividade, conceito tão na moda nos contextos democráticos e civilizados. A impessoalidade forma com a moralidade e a publicidade a tríade que caracteriza o serviço público. No caso do Ouvidor, ele tem de ser pessoal (não no sentido de parcial), deve ter voz e duas grandes orelhas: uma, que ouve de fora para dentro; e, outra, que ouve de dentro para fora. Para que seja impessoal, no sentido da isenção, é preferível que não pertença diretamente aos quadros com os quais irá ser o portador de críticas, queixas e sugestões. Pois, findo o mandato, terá de encarar no dia-a-dia àqueles a quem dirigiu questionamentos da qualidade dos serviços prestados ao público. Uma forma de se evitar esse tipo de constrangimento é o convite a uma pessoa notória, mas de fora, para representar a sociedade junto à organização, no caso, a EBC. Sim, porque em se tratando de um ente público, o Ouvidor é um representante da sociedade, ao mesmo tempo em que funciona como interface da organização perante os seus públicos: o externo e o interno. Daí, a lembrança tautológica de que tem duas orelhas, claro, orelhas institucionais. Mas é preciso que esse sistema de mão dupla seja institucionalizado. Já existe, digamos, uma cultura do

assunto, dos modos de fazer, que remontam aos mais antigos ouvidores e *ombudsmen*.

Em 1998, tive a oportunidade de apresentar num congresso um trabalho intitulado “Imprensa, subjetividade e cidadania”, no qual analisava formas e estágios de relacionamento entre veículos de comunicação e sociedade. Sugeri, então, uma escala de modelos, em seis estágios:

Grau 1: a empresa designou um profissional de seus quadros (*interna corpore*) e atribuiu-lhe a missão de representar os interesses do público, o que pode ser feito mediante imunidade e mandato. Tanto pode ser a figura do *ombudsman*, quanto do ouvidor, entre alternativas.

Grau 2: a empresa (ou organização) recrutou na sociedade uma pessoa notória, capaz de ser reconhecida como representante do interesse público. É, por exemplo, o *ombudsman* que não é funcionário da casa. Depois do seu mandato, não estará exposto aos eventuais ressentimentos e sequelas resultantes dos interesses contrariados durante o exercício do seu mandato.

Grau 3: em nome do pluralismo, a empresa abriga uma representação colegiada do público, um conselho misto, uma amostra representativa dos mais variados segmentos da sociedade, mas ainda sob seu controle: nomeação e gestão a seu critério. São, por exemplo, os conselhos de leitores, mas criados e controlados de forma endógena.

Grau 4: a empresa se expõe permanentemente a avaliações externas que lhe são dirigidas por organizações independentes, criadas mediante formas associativas: associação de leitores, clube de leitores, associação de telespectadores, observatórios, *media watchers*, SOS, disques, etc. Estes mecanismos atuam como ouvidorias públicas independentes da Ouvidoria da própria organização, mas cooperantes com a Ouvidoria da organização.

Grau 5: a empresa/organização se filia a uma Alta Autoridade, ou a um Conselho Superior, alguma modalidade de órgão público, porém não estatal, de composição plural e representativa da sociedade. Contribui para mantê-lo e acata suas decisões, que são consensuais (e não jurídicas). São formas corporativas de auditoria.

Grau 6: sem prejuízo dos graus anteriores a empresa cria mecanismos de interação com o público, a exemplo dos serviços online para a recepção de pautas e mensagens para dar retorno às mesmas. Nesse nível, o público é colaborativo e corresponsável pela qualidade dos serviços prestados por uma organização.

Em relação à EBC, coube-nos, numa etapa de execução de um acordo de cooperação com a Universidade de Brasília, apresentar sugestões de sistematização de procedimentos para que a Ouvidoria da empresa possa contar com um Sistema de Acompanhamento de conteúdos e, com isto, ter facilitado o seu trabalho, tanto no atendimento de “demandas” dos públicos leitores-radiouvintes-telespectadores, quanto na construção metodológica de amostras das opiniões desses usuários. Isto, para que a Ouvidoria da EBC funcione também de forma proativa, ou seja, não sendo meramente reativa às críticas e sugestões. Como se sabe, desde o advento do conceito de “maioria silenciosa”, parcelas significativas das audiências não se manifestam. Já a teoria da “espiral do silêncio”, formulada pela pesquisadora alemã Elisabeth Noëlle-Neumann, boa parte do público expressa opiniões diferentes do que realmente pensa na intimidade. Há, portanto, pessoas que se intimidam em revelar publicamente quais são os seus gostos e escolhas políticas. Acabam respondendo em favor do que julgam ser, publicamente, o mais aceitável. Um viés como este demonstra o quanto uma organização não deve avaliar os seus produtos e a sua imagem confiando tão somente em sondagens de opinião. Uma forma de compensar tais desvios seria a criação de formas permanentes de consulta a diferentes segmentos de seus públicos.

Para que a pessoa designada para a Ouvidoria da EBC conte com uma equipe e um suporte de rotinas e procedimentos, e de modo a cumprir com o melhor desempenho as suas atribuições legais, foi projetado um cenário em que disponha de um Sistema de Acompanhamento. Primeiramente, no entanto, foram pontuadas algumas das características da própria natureza de um órgão como a EBC.

76 | A Empresa Brasil de Comunicação é uma organização singular. Uma decorrência natural é que abrigue um modelo singular de ouvidoria. Trata-se, portanto, de uma singularidade dentro de outra. Singular é a EBC por ser um ente público, sob a égide do Estado, mas que também presta, por contrato, serviços ao Governo: Poder Executivo Federal. Seu principal cliente, no entanto, é a Sociedade como um todo, e os cidadãos brasileiros, a quem se destina, por lei e missão. A Ouvidoria da EBC, além de estar atenta a esse perfil multifacetado, adiciona-lhe uma singularidade a mais, por oferecer um serviço participativo, isto é, ouve o seu público sobre o que ele, *a priori*, deseja de um Sistema Público de Comunicação. Vai muito mais além do que ser um escaninho para queixas e sugestões.

A Ouvidoria da EBC difere, portanto, dos sistemas usuais de atendimento: ao cliente, ao consumidor e ao usuário. E mesmo como um sistema de atendimento ao cidadão tem uma peculiaridade, é proativo. Não se limita a ficar passivamente esperando que apareçam as críticas por parte dos seus públicos. Pretende ser uma ouvidoria avançada, pois quer, na medida do possível e do viável, ter o público como co-produtor de conteúdos e como corresponsável por eles, já que uma das finalidades da Ouvidoria da EBC é a de proporcionar ao público uma forma de controle (o que não significa censura) sobre a qualidade da programação (no que se refere aos seus propósitos, constitucionalmente delimitados).

A Ouvidoria da EBC foge, portanto, do padrão seguido pelos serviços congêneres de mercado que, em geral, declaram estar a serviço da sociedade, mas a prioridade se volta para as estratégias de marketing das empresas ou das organizações

às quais pertencem. Entre as funções precípua das ouvidorias comuns está o amaciamento de conflitos entre os interesses endógenos e os da população, esgotadas as possibilidades diretas de entendimento entre as partes. Acabam por se desempenhar mais como instrumento de detecção de inclinações do público do que como representação da sociedade junto à mesma.

A Ouvidoria da EBC, sem se esquivar de intermediações e sem deixar de ser uma antena sensível aos sinais dos públicos e das audiências, pretende zelar tanto pelo cumprimento das atribuições legais de um Sistema Público de Comunicação quanto da possibilidade de que a sociedade possa contribuir com a consolidação do mesmo, especialmente nele encontrando o que não é rarefeito nas programações comerciais de radiodifusão, ou seja: conteúdos educativos, culturais, informativos e de um lazer não ofensivo ao decoro, especialmente das crianças e dos jovens. Conteúdos de “besteirol” e de “baixaria”, por mais que angariem altos índices de audiência, definitivamente não podem fazer parte da produção, da programação e da distribuição de produtos e serviços a cargo de um Sistema Público de Comunicação.

É de se esperar, portanto, que a Ouvidoria da EBC seja um canal aberto à sociedade brasileira, para que a população tenha como cobrar de um Sistema Público de Comunicação o atendimento às determinações constitucionais e aos princípios, valores, objetivos e diretrizes aos quais se subordina, entre eles, os seguintes:

- promoção do acesso à informação; da livre expressão do pensamento; da criação; e da comunicação;
- respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família;
- não discriminação: religiosa, política, filosófica, étnica, de gênero e de orientação sexual;
- observância da ética jornalística;
- autonomia em relação aos poderes públicos, religiões e grupos econômicos;
- finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas;

- participação plural da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão;
- compromisso com o desenvolvimento da consciência crítica do cidadão;
- fomento à construção da cidadania, à consolidação da democracia e à participação da sociedade nesses processos;
- expressão da diversidade social, cultural, regional e étnica;
- cobertura jornalística capaz de respeitar a pluralidade de idéias e de percepções da realidade e dos fatos.

Para que a Ouvidoria da EBC cumpra o seu papel – diferenciado e avançado –, torna-se necessário que se aparelhe para tal. Primeiramente, com dois sistemas de audição, literalmente, duas orelhas, uma, voltada para fora; outra, para dentro. Que seja capaz de ouvir, tanto as manifestações que vêm do público externo, quanto as observações que emanam do público interno, aquelas oriundas de todo um quadro de profissionais que estão na base na produção e da veiculação de conteúdos midiáticos difundidos pela EBC para todo o país. E que seja capaz de funcionar como ponte e não como curto-circuito de insatisfações, de um lado ou de outro. Se tanto o público externo quanto o interno têm o mesmo propósito, que é o de atingir uma comunicação pública de qualidade, porque haver dissensões? A expectativa é de que os dois lados sejam cooperativos. É justo registrar que a EBC divulga com muita frequência nos intervalos de sua programação “chamadas” que convidam o público a ser participativo, por meio da Ouvidoria. O que se propõe, no entanto, é que a EBC vá mais além. Conheça os seus públicos e extraia dele “auditores” dispostos a cooperar com o controle de qualidade dos conteúdos oferecidos. Isto requer, porém, muito mais do que a divulgação de números e endereços para contatos.

O aparelhamento de uma ouvidoria nos moldes pretendidos pela EBC requer, para além dos canais padronizados (0800, e-mail, site, redes sociais), o planejamento

e a implantação de um Sistema de Acompanhamento de Conteúdos Midiáticos, capaz de reunir recursos humanos e técnicos de modo a fornecer à Ouvidoria da EBC os subsídios para os seus desempenhos, ou seja, uma pluralidade de afazeres e produtos, entre eles: boletins, relatórios, avaliações, publicações e, claro, os contatos com os públicos da organização. Entre os produtos resultantes de um termo de cooperação firmado entre a EBC e a Universidade de Brasília está o programa *Rádio em Debate*, por meio do qual ouvintes e especialistas são consultados. O novo sistema proposto, no entanto, acrescentaria uma série de ferramentas para qualificar o trabalho da Ouvidoria da EBC. Dependendo do sucesso desse piloto, inicialmente limitadas ao meio radiofônico, o novo suporte seria estendido aos demais segmentos midiáticos.

O Sistema de Acompanhamento de Conteúdos da EBC (SAC-EBC) foi encaminhado como proposta à Ouvidoria da empresa, no início de 2012, no contexto do acordo da EBC com a Universidade de Brasília. Foi sugerida a assinatura de convênios semelhantes com outras instituições universitárias. Existem no Brasil milhares de cursos de Comunicação, sendo que aproximadamente 50 deles mantêm cursos de pós-graduação e parcela significativa contando com doutorados, linhas de pesquisa e quadros de pesquisadores. Numerosos pesquisadores se dedicam a temas como: jornalismo público, comunicação pública, sistemas de radiodifusão, leitura crítica da comunicação e educomunicação. Pertinente, portanto, inferir que há um enorme potencial de cooperação entre a EBC e o meio acadêmico.

Firmados os protocolos necessários com as instituições cooperantes, o SAC-EBC teria a sua fase experimental testada junto às emissoras de rádio da EBC, em Brasília e na Amazônia. O desdobramento seria a ampliação desse sistema para o restante das rádios da EBC e, posteriormente, para todos os veículos da empresa: rádio, TV e agência. Note-se, porém, o esforço em se propor, não mais um SAC nos moldes

correntes e criticados pela sua unilateralidade, mas um serviço de auditoria com a participação de extratos representativos do público. Foram propostos os seguintes objetivos para o SAC-EBC:

Geral:

Fornecer elementos para acompanhamento de conteúdos midiáticos da EBC (experiência-piloto – meio rádio).

Específicos:

- Fornecer elementos para a elaboração de relatórios da Ouvidoria da EBC.

- Fornecer elementos para facilitar o trabalho da EBC nas suas interações com os seus públicos, incluindo a criação e manutenção de um Cadastro de Ouvintes, “Auditores Voluntários”, a serem consultados para a realização de sucessivas sondagens de opinião sobre a qualidade de programas da EBC.

- Fornecer elementos para o planejamento, produção, execução e acompanhamento do programa *Rádio em Debate*.

- Fornecer elementos para a elaboração de um livro eletrônico anual sobre o trabalho da Ouvidoria da EBC, suas interações com o público e avaliações dos conteúdos midiáticos veiculados.

A proposta foi a de que a Ouvidoria da EBC e as Ouvidorias Adjuntas (Rádio/TV/agência) venham a funcionar, mediante acordos de cooperação, com o apoio de equipes externas, situadas em universidades e compostas por professores, pós-graduandos e graduandos. Estas equipes produziriam subsídios tanto para um monitoramento – quantitativo e qualitativo – dos conteúdos midiáticos oferecidos à população, quanto para a produção de elementos destinados às manifestações da Ouvidoria em seus espaços de interlocução com os públicos: de rádio, TV e agência.

A principal inovação proposta para o referido Sistema consistiu na sugestão de que viesse a ser criado um cadastro de pessoas representativas dos mais variados segmentos de radiouvintes, telespectadores e leitores da EBC, capazes de

funcionar como “auditores externos” das programações de rádio e TV e dos conteúdos fornecidos pela Agência Brasil. Esse contingente de pessoas “colaborativas” seria rotineiramente sondado pelas equipes conveniadas e estimulado a opinar sobre a qualidade dos conteúdos da EBC.

Foi proposto para o referido Sistema uma série de “rotinas produtivas”, contemplando as seguintes etapas:

- a) monitoramento de conteúdos;
- b) elaboração de relatórios preliminares;
- c) sondagens junto a extratos representativos dos públicos (consultas a auditores/ouvintes/telespectadores/leitores cadastrados);
- d) elaboração de subsídios para as manifestações dos Ouvidores (rádio, TV e agência) em seus espaços de interlocução com os usuários dos serviços da EBC nos seus variados segmentos;
- e) elaboração de subsídios para os relatórios semestrais e anuais da Ouvidoria (em seus respectivos segmentos: rádio, TV e agência).

O SAC/EBC funcionaria sem prejuízo das manifestações espontâneas do público, por meio dos canais já em funcionamento: cartas, e-mails e telefonemas (diretos ou pelo 0800). Assim, além de realizar as suas próprias auditagens, os Ouvidores da EBC contariam rotineiramente com amostras de opinião colhidas junto a extratos representativos dos públicos da Empresa. Essas duas fontes de avaliação dos conteúdos midiáticos fornecidos pela EBC serviriam, por sua vez, para interlocuções junto aos corpos funcionais e diretivos da empresa a respeito da qualidade das programações e noticiários. Propõe-se, portanto, uma ouvidoria avançada e proativa, e não apenas um mecanismo a ser deflagrado em casos de insatisfações manifestas. Propõe-se que a Ouvidoria conheça também as satisfações e possa contribuir para que o Brasil venha a consolidar um amplo e efetivo Sistema Público de Comunicação.

Para o trabalho dos professores, pós-graduandos e graduandos envolvidos nas propostas mencionadas foram sugeridas as seguintes ferramentas e procedimentos:

1. **GUIA DE PRINCÍPIOS:** para classificação e monitoramento de conteúdos midiáticos da EBC. Este Guia teria como base a legislação e as normas que dispõem sobre as competências e atuações da EBC, bem como as recomendações contidas no seu Manual de Jornalismo. Serviria para orientar as equipes avaliadoras de conteúdos midiáticos e para a condução das entrevistas com as pessoas representativas dos públicos da EBC, a serem consultadas mediante sondagens. Conteria indicações para que as equipes avaliadoras assinalem nas FICHAS de avaliação quais são os VERIFICADORES DE QUALIDADE encontrados nos dois procedimentos: a) na análise de conteúdos difundidos pela EBC; e b) quando das consultas às pessoas integrantes do CADASTRO de “auditores externos”.
2. **Ficha MODELO A** para registros resultantes da escuta de conteúdos veiculados pelas rádios (monitoramento direto de conteúdos). Desta ficha constariam as categorias (afirmativas e negativas) a serem assinaladas – baseadas no Guia de Princípios.
3. **Ficha MODELO B** para registros resultados de sondagens de opinião junto aos “auditores externos” cadastrados. Nesta ficha constariam as categorias (afirmativas e negativas) a serem assinaladas – baseadas no Guia de Princípios.
4. **CADASTRO** de ouvintes/telespectadores/leitores, a serem contactados pelos pós-graduandos e graduandos. Cada um dos “meios” explorados pela EBC – rádio, TV e agência –, contaria com o seu CADASTRO DE AUDITORES EXTERNOS e com um sistema de rodízio de consultas junto aos mesmos (rodadas de auditagem).
5. **Guia de orientação de pós-graduandos** e graduandos com vistas à sistematização de dados a partir das fichas (A e B).
6. **Seminários semestrais** de acompanhamento e avaliação do SAC-EBC.

CONCLUSÃO

Ouvir o povo. Ouvir o cidadão. A voz do povo é a voz de Deus. Outrora, tais assertivas ou seriam demagógicas ou alegóricas. A democracia como o governo do povo para o povo.

E, assim por diante. A soberania popular era um chavão retórico próprio das totalidades políticas, especialmente oriunda dos panfletos de agitação e propaganda, típicos de períodos de discursos carismáticos e milenaristas e de cenários onde o grande líder, ungido pelas massas, falavam para elas desde um palanque, físico e ritualístico. Hoje, ouvir o povo e ouvir o cidadão não tem mais as conotações messiânicas e populistas de outros tempos.

A história da subjetividade do povo remonta aos primórdios da democracia, na polis, na ágora e nos espaços literalmente públicos, arenas que ainda continuam existindo, mais para as multidões, as marchas, as manifestações. Público, no entanto, é um conceito que vem evoluindo, desde o público-plateia e à mercê dos encantamentos dos artistas e oradores, até a noção iluminista de que público não é a massa manipulável pelos demagogos, mas é sinônimo de segmentos organizados da sociedade civil, o *public-éclairé*, ao qual já se referia Rousseau, registro que não escapou a Habermas quando escreveu a sua famosa tese de livre-docência, transformada no livro *Mudança estrutural na esfera pública*.

Hoje, ouvir o povo e ouvir o cidadão tem força de lei. E não somente para assegurar validação semântica a sentenças capitulares da Carta Magna, mas, sobretudo, para operacionalizá-las, para que providências práticas e técnicas sejam adotadas para que o cidadão-rei se manifeste, opine, exija, cobre e avalie. Haverá, certamente, uma supremacia temporal na cronologia da história em que mandavam os reis, os imperadores, absolutos e até divinos. Hoje, no entanto, qualquer entrevista do tipo “fala povo” será capaz de demonstrar o quanto essa consciência de que o cidadão-contribuinte é que é o verdadeiro patrão está presente, mas não apenas num certo imaginário. Está presente na cobrança dos meios, da infra-estrutura e dos canais diretos de expressão da vontade e da crítica.

Ao ser criada, a EBC já foi concebida sob esse novo paradigma de que a cidadania é uma pragmática e não um dogma ufanista. O povo deve exercer a sua primazia e, para tal, é

preciso que sejam criados os meios, os suportes para que exerça a sua condição de soberano. Mas também de corresponsável. No caso do Sistema de Acompanhamento de Conteúdos sugerido à EBC, no âmbito de um termo de cooperação com a UnB, não se tirou da cartola acadêmica e utópica (a utopia é própria e inerente ao ambiente universitário) um desenho mágico típico da Era das Luzes que marcou o alvorecer da Revolução Francesa. Tratou-se de antever cenários de interlocução entre um serviço público e os seus usuários, modalidade já prevista, no entanto, quando da concepção da própria Radiobrás e ainda mais quando a legislação exigiu que a mesma fosse ultrapassada no cumprimento das prerrogativas cívicas. Daí, pensar-se uma ouvidoria diferente dos padrões até então existentes, das Ouvidorias que ouvem desde dentro e para dentro, pois que servem a um padrão interno. Deste vez, a voz rouca das ruas não precisa mais sussurrar pela via do clamor das multidões nas praças e esplanadas. A ágora, hoje, é mais uma questão de mediação e de mediação do que de balcão de queixas. Chega de lamúrias. O povo e o público merecem orelhas estendidas até a sua voz. Sem demagogia. Com apreço e reverência.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. Jornalismo Cidadão. *Estudos Históricos, Mídia*, n.31, 2003/1.

BBC – *BBC Editorial Guidelines: The BBC's Values and Standards*. Londres: BBC, 2005.

DUARTE, Jorge (org.). *Comunicação pública*. São Paulo: Atlas, 2006.

EBC – *Manual de Jornalismo da EBC*. Brasília: EBC, Edição em PDF, 2012. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/sites/default/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf>

PAULINO, Fernando Oliveira. *Responsabilidade Social da Mídia. Análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, Portugal e Espanha*. Brasília: Casa das Musas, 2009.

PAULINO, Fernando Oliveira; DA SILVA, Luiz Martins da Silva. “Em nome da responsabilidade social da mídia”. Em: *Observatório da Imprensa*, 12/09/2005, edição 346. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/em_nome_da_responsabilidade_social_da_midia>

DA SILVA, Luiz Martins; PAULINO, Fernando Oliveira. “Por que os observatórios não observam ‘boas práticas’” Em: CRISTOFOLETTI, R. e MOTTA, L. G. (orgs). *Observatórios de mídia: olhares da cidadania*. São Paulo: Paulus, 2008, pp. 115-135.

DA SILVA, Luiz Martins. *Ética na comunicação*. Brasília: Casa das Musas, 2010.

_____. *Jornalismo público: o social como valor-notícia*. Brasília: Casa das Musas, 2008.

_____. "O jornalismo como teoria democrática". VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – UMESP (Universidade Metodista de São Paulo), novembro de 2008.

_____. "Imprensa e subjetividade e cidadania". São Paulo: comunicação apresentada no VII Encontro da Compós, PUC-SP, 1998.

_____. *Jornalismo Público: O social como valor-notícia*. In: FRANÇA, Vera et al. (org.). *Estudos de Comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. 3.ed. São Paulo: Senac, 2003.

A LEI QUE CRIOU A EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (EBC) PREVIU A EXISTÊNCIA DE DUAS INSTÂNCIAS QUE GARANTEM A PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL NOS RUMOS DA EMPRESA. UM DESSES ÓRGÃOS É O CONSELHO CURADOR QUE TEM, ENTRE SUAS PRERROGATIVAS, A FUNÇÃO DE CONTROLAR E FISCALIZAR, EM NOME DA SOCIEDADE, A QUALIDADE DOS CONTEÚDOS OFERTADOS PELAS EMISSORAS DA EBC. O OUTRO É A OUVIDORIA, QUE TEM COMO COMPETÊNCIA RECEBER E EXAMINAR AS QUEIXAS E RECLAMAÇÕES DO PÚBLICO, ALÉM DE EXERCER A CRÍTICA INTERNA DA PROGRAMAÇÃO PRODUZIDA PELOS VEÍCULOS DA EMPRESA.

NESSOS PRIMEIROS CINCO ANOS DA EBC, O TRABALHO COLABORATIVO ENTRE OS DOIS ÓRGÃOS TEM SIDO FUNDAMENTAL. AS DEMANDAS RECEBIDAS PELA OUVIDORIA NÃO RARO PASSAM A CONSTITUIR FOCO DAS DISCUSSÕES E DECISÕES DO CONSELHO CURADOR, COM REFLEXO DIRETO NA ORIENTAÇÃO DA LINHA EDITORIAL A SER ADOTADA PELOS VEÍCULOS DA EMPRESA.

A EXPERIÊNCIA EM ANDAMENTO NA EBC, EMBORA EM SEU ESTÁGIO INICIAL, SOMA-SE ÀS DEMAIS RELATADAS NESTE **COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM DEBATE: OUVIDORIA E RÁDIO**, QUE VISAM AO APRIMORAMENTO PERMANENTE DOS CANAIS DE PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE NAS EMISSORAS PÚBLICAS DE COMUNICAÇÃO. DENTRE ELAS, ESTÁ O RELATO DAS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS EM PARCERIA INOVADORA COM PROFESSORES E ESTUDANTES DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA.

É PRECISO TER EM MENTE QUE SE NÃO FORMOS CAPAZES DE OUVIR A SOCIEDADE, NÃO SEREMOS CAPAZES DE ABRIR O ESPECTRO DE RADIODIFUSÃO BRASILEIRO PARA A MANIFESTAÇÃO DE MÚLTIPLAS IDENTIDADES, PARA A GERAÇÃO DE PROGRAMAÇÃO NÃO-PAUTADA PELA NECESSIDADE DO FATURAMENTO E PELAS INGERÊNCIAS POLÍTICAS. BOA LEITURA!

ANA FLECK, *PRESIDENTA*
DO CONSELHO CURADOR DA EBC

ISBN 978-85-230-1097-3



9 788523 010973