



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 IV
OUTRAS PRÁTICAS
DE OUVIDORIA

OUVIDORIA NA TELEVISÃO COLOMBIANA

JAIRO FARIA GUEDES COELHO¹

No momento em que no Brasil se trabalha para fortalecer a ouvidoria do canal público de televisão e há um debate crescente sobre a adoção desse tipo de mecanismo nas diferentes instituições, importante se torna a análise de experiências internacionais que nos indiquem alguns parâmetros regulatórios. Este capítulo mostra um pouco da iniciativa colombiana de implantação de programas de ouvidoria em canais privados e públicos de tevê aberta. Por meio da criação de órgãos específicos para regular a televisão, o país conseguiu estabelecer uma situação diferenciada em relação a outros países latino-americanos: a implementação de mecanismos de ouvidoria em canais de televisão privados por meio de lei.

¹ Jornalista e mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília.
Email: jairofaria@gmail.com

Breve contexto da tevê na Colômbia

Diferente do caso brasileiro, a televisão na Colômbia nasceu como um projeto estatal, em 1954, no contexto da ditadura do General Rojas Pinilla. O objetivo principal do novo meio de comunicação no país era cumprir uma função educativa e cultural, excluindo os fins de lucro. As primeiras transmissões foram realizadas pela então Radio Difusora Nacional, emissora ligada diretamente à Presidência da República. No início, porém, o governo teve dificuldades em produzir conteúdos para preencher a programação do único canal existente. Nos anos seguintes, os maiores desafios enfrentados pelo governo estavam na importação de aparelhos televisores e na produção de conteúdos para a programação.

184

A partir de agosto de 1955, com a criação da Televisora Nacional, organismo responsável pelo funcionamento das atividades de televisão, foi possibilitada a empresas privadas a comercialização dos espaços televisivos por meio de programas e propagandas realizados por agências publicitárias. Essa forma de funcionamento da televisão gerou o que os colombianos chamam de “sistema misto”, no qual o Estado, administrador do espectro televisivo, alugava espaços a empresas privadas por meio de licitações públicas e critérios definidos por lei. Assim, nesse sistema, enquanto o Estado era responsável por garantir toda a infraestrutura das transmissões, as empresas privadas funcionavam como programadoras e produtoras de conteúdo, arrendando espaços nos canais.

Nesse contexto, vale ressaltar o papel de dois organismos: O Inravisión (Instituto Nacional de Radio y Televisión) e o Conselho Nacional de Televisão (Consejo Nacional de Televisión). O primeiro era responsável por garantir a infraestrutura de transmissão da televisão colombiana e o segundo, composto por membros da sociedade civil, regulava todas as atividades ligadas ao serviço de televisão no país.

O sistema misto guiou os procedimentos da televisão colombiana até o início dos anos 1990. A reforma constitucional da Colômbia, em 1991, trouxe algumas mudanças para o setor

de radiodifusão do país. Dentre as principais modificações, os artigos 76 e 77 da Constituição estabeleciam a criação de um órgão independente e autônomo responsável por regular as atividades de televisão. Esses artigos foram regulamentados a partir de 1995, quando foi aprovada a Lei n.º 182, que cria a Comissão Nacional de Televisão (Comisión Nacional de Televisión – CNTV), órgão que substitui as atividades do Conselho Nacional de Televisão. Com a criação da CNTV, importantes medidas foram tomadas para regular as atividades da tevê na Colômbia. Entre elas, a estruturação do serviço e a implementação de mecanismos que visam garantir a qualidade da programação nos canais do país.

Em 2012, a CNTV entra em liquidação e suas funções são distribuídas entre quatro entidades: ANTV (*Autoridad Nacional de Televisión*), CRC (*Comisión de Regulación de Comunicaciones*), Superintendencia de Industria y Comercio e ANE (*Agencia Nacional del Espectro*). À ANTV compete: outorgar concessões de canais; vigiar e controlar a prestação dos serviços de televisão e seus conteúdos; fomentar o desenvolvimento da indústria de televisão; e regular os assuntos ligados ao serviço, especialmente no que diz respeito ao conteúdo, à comercialização e à concessão dos canais. A CRC é responsável por regular os temas relacionados às configurações técnicas, gestão e qualidade de serviços e utilização das redes de televisão e classificar os serviços de tevê. Já a Superintendencia de Industria y Comercio tem a função de integrar as empresas do setor, incentivando a competitividade e o pluralismo informativo e inibindo práticas monopolísticas. À ANE, cabe planejar, gerir, administrar e fiscalizar a utilização do espectro eletromagnético.

No contexto atual, a televisão colombiana é dividida em canais de tevê aberta e fechada. Os canais abertos são aqueles que chegam aos telespectadores por meio da propagação do sinal no espectro eletromagnético. Esses canais são categorizados por públicos, privados, locais e regionais. Até o fechamento desta publicação, existiam 59 concessionários de tevê aberta na Colômbia: dois canais nacionais de operação privada (RCN

e Caracol); três canais nacionais da rede pública (Canal Uno, Canal Institucional e Señal Colombia); oito regionais de operação pública; e 46 canais locais, dos quais um com fins lucrativos. Os canais fechados são aqueles cujo sinal chega por um meio específico de distribuição destinado à transmissão fechada, como tevê a cabo ou satélite. São modalidades de canais de tevê fechada: comunitários e por assinatura (incidentais e DTH). Atualmente, estão em funcionamento 735 canais comunitários e 44 de tevê por assinatura.

186

No que diz respeito à audiência dos canais, a tevê aberta é mais vista, sendo que os dois canais privados de cobertura nacional, RCN e Caracol, juntos possuem mais de 90% de audiência, enquanto os canais públicos nacionais atingem cerca de 10%. No entanto, nos últimos anos a população colombiana tem cada vez mais assistido aos canais de tevê fechada.

Órgãos reguladores e as Defensorías del Televidente

A criação de órgãos específicos para regular a televisão trouxe para a Colômbia particularidades em relação a outros países da América Latina. Um dos aspectos que chama atenção é a presença de mecanismos de ouvidoria em canais públicos e privados de televisão. Essa medida foi primeiramente incentivada pela promulgação da Lei n.º 335, de 1996. O artigo n.º 11 da norma, que promove alterações na lei de criação da CNTV (Lei n.º 182 de 1995), determina que cada canal privado colombiano de tevê aberta institua uma ouvidoria e reserve em sua programação um espaço destinado ao ouvidor do canal.

Posteriormente, em 2007, o Acordo n.º 001 da CNTV regulamenta esse artigo, ampliando as exigências e estabelecendo critérios para as ouvidorias dos canais de televisão aberta. O Acordo determina que os operadores privados de cobertura nacional e local e os operadores públicos de

cobertura nacional e regional da tevê aberta devem transmitir programas de ouvidoria semanais, com duração mínima de 30 minutos, e que esses programas devem permitir a participação dos telespectadores. Em decorrência da aplicação dessa norma, 13 operadores de televisão aberta da Colômbia adotaram uma Defensoría del Televidente para receber as críticas e sugestões dos telespectadores e um programa de ouvidoria onde os comentários recebidos são mostrados e debatidos. Apesar de possuírem um mesmo objetivo, os programas podem se apresentar em diferentes formatos, de acordo com as diretrizes do canal e dos ouvidores. Exemplos desses mecanismos são os programas transmitidos pelos dois canais de maior audiência do país. O programa “Tu Tele” é dirigido e apresentado por Consuelo Cepeda, Ouvidora do canal RCN desde 2001. Já o canal Caracol produz o “Doble Vía”, programa apresentado por Amparo Pérez, Ouvidora do canal desde 1999.

Programas de Ouvidoria de Canais de Televisão na Colômbia

Operadores Privados

EMISSORA	COBERTURA	OUVIDOR(A)	PROGRAMA	HOR. DO PROGRAMA
RCN	NACIONAL	CONSUELO CEPEDA	TU TELE	SÁBADO – 7H
CARACOL	NACIONAL	AMPARO PEREZ	DOBLE VÍA	SÁBADO – 7H
CITY TV	LOCAL	PAULA ARENAS	LA CÁPSULA DE LA JUSTICIA	DOMINGO – 15H

Operadores Públicos

EMISSORA	COBERTURA	OUIDOR(A)	PROGRAMA	HOR. DO PROGRAMA
CANAL 1	NACIONAL	PATRICIA GÓMEZ	1TV	SEG. 12H30
SEÑAL COLOMBIA	NACIONAL	EDUARDO ARIAS	TODO LO QUE VEMOS	SÁBADO – 19H
INSTITUCIONAL	NACIONAL	-	-	-
TELECAFÉ	REGIONAL	SANDRA ZUÑIGA	TELECAFÉ TeVe	SÁBADO – 19H
TELEPACÍFICO	REGIONAL	JOSÉ VICENTE ARIZMENDI CORREA	ASÍ NOS VEN	DOMINGO – 3H30 (REPRISE)
TELECARIBE	REGIONAL	VANESSA RAPALINO MARTINEZ	APRENDE A VER TV	SÁBADO – 19H
TRO	REGIONAL	MARIO LUÍS MANTILLA BARAJAS	CONTROL TV	SÁBADO – 18H30
TELEANTIOQUIA	REGIONAL	COMITÉ DEFENSOR DEL TELEVIDENTE	SABERTVER	SEXTA-FEIRA – 20H30
TELEISLAS	REGIONAL	NÃO IDENTIFICADO	OUR IDENTITY	SÁB. – 19H30
CANAL CAPITAL	REGIONAL	GUSTAVO CASTRO CAYCEDO	DEFENSOR DEL TELEVIDENTE	SEGUNDA A SEXTA-FEIRA – 10H54
CANAL Tr3CE	REGIONAL	EQUIPE DO PROGRAMA	YO SOY Tr3CE	SEX. – 20H SÁBADO – 5H (REPRISE)

Apesar de serem mecanismos consolidados em canais de televisão colombianos, algumas considerações surgem a respeito da implementação dessas ferramentas. O relatório final, “Diagnóstico de oportunidades de cambio cultural em los televidentes”, produzido pela CNTV em 2008, aponta algumas conclusões sobre as ouvidorias dos canais. Segundo o documento:

- os programas das Ouvidorias estão no ar: em geral, os operadores cumprem com as normas que os obrigam a destinar um espaço para a Ouvidoria na programação;

- os telespectadores os assistem, apesar dos horários e do público especializado: uma das reclamações mais frequentes dos telespectadores colombianos é sobre o horário dos programas de Ouvidoria. Em muitos dos casos, são transmitidos em horários de baixa audiência e para um público específico que se interessa pelo tema. Em geral, os operadores justificam a escolha dos horários com argumentos que envolvem o faturamento;

- as Ouvidorias estão desarticuladas: o documento cita que não existe uma organização nacional de Ouvidores na Colômbia que possa servir de espaço para troca de experiências. Além disso, as defensoras dos canais RCN e Caracol são as únicas que participam de alguma organização de ouvidores, mas internacional: a Organization of News Ombudsman (ONO);

- não existe um sistema de centralização de queixas no país: de acordo com o relatório, um sistema como esse seria de grande utilidade para que os agentes reguladores e a sociedade tomassem conhecimento dos comentários emitidos às Ouvidorias;

- as ouvidorias não sistematizam as queixas e algumas delas não são arquivadas: no geral, as Ouvidorias não adotam sistemas para organizar a grande quantidade de comentários recebidos, e muitas vezes as mensagens são apagadas.

Ainda de acordo com o relatório da CNTV, existem também algumas hipóteses para que os telespectadores não utilizem os mecanismos de ouvidoria dos canais:

1) falta de credibilidade nos ouvidores: isso se justificaria pela falta de independência dos defensores del televidente, já que telespectadores afirmam que o fato desses profissionais serem pagos pela empresa causa uma dependência econômica. Além disso, alguns criticam o fato desses mecanismos serem implementados somente com o objetivo de cumprir a lei, sem que haja um compromisso real dos canais;

2) não voltam a se queixar porque ficam insatisfeitos com a ouvidoria;

190

3) altos custos de “transação”: segundo o relatório, os telespectadores reclamam do grande esforço que teriam que despender para realizar queixas, além do tempo que teriam que gastar para realizar a atividade;

4) não acham legítimo queixar-se, uma vez que acreditam que o serviço de televisão é gratuito: de acordo com a pesquisa, 46% dos colombianos acham que “Se não pago pelo serviço de televisão, não tenho o direito de exigir qualidade” e 44% acreditam que “A televisão de qualidade é um privilégio pelo qual se tem que pagar”;

5) não sabem como fazê-lo: de acordo com os dados levantados pela CNTV, 74% dos colombianos pesquisados não conhecem a figura do defensor del televidente;

6) os telespectadores não conhecem as leis: grande parte das correspondências que chegam à CNTV são perguntas por informações sobre leis e os canais recebem queixas sobre violações de leis que não existem. Por outro lado, o relatório ainda cita a grande quantidade de mensagens sobre temas de menor importância ou que mostram pouco sentimento de cidadania;

7) telespectadores não sabem qual é o papel do ouvidor: segundo o documento, as ouvidorias se queixam que grande parte das mensagens que chegam deveriam ser direcionadas a outros setores. De acordo com o informe, isso talvez se

justificaria pelo fato dos telespectadores verem a ouvidoria como o único canal de comunicação com o meio;

8) as ouvidorias não são suficientes para garantir a participação dos telespectadores, uma vez que os resultados das pesquisas apontaram que grande parte dos entrevistados gostariam que o contato com o público fosse incrementado.

Uma outra questão que pode ser colocada é a respeito do mandato dos ouvidores, uma vez que em alguns canais, como é o caso das emissoras Caracol e RCN, os profissionais não têm um período pré-definido de atuação no cargo e não há alternância. Amparo Pérez, ouvidora da Caracol, ocupa o cargo desde 1999 e Consuelo Cepeda é ouvidora da RCN desde 2001. Além disso, não há regulamentação que estabeleça critérios para a indicação dos ouvidores e a escolha é feita pelos próprios operadores. Em geral, os defensores del televidente colombianos são jornalistas experientes e com muitos anos de casa. Além disso, segundo as próprias ouvidoras, os canais privados adotaram esses mecanismos obrigados pela lei, já que constituem exigências para a concessão dos canais.

A CNTV chegou a refinar alguns parâmetros para a regulamentação desse tipo de serviço. O Acordo n.º 02, de 30 de junho de 2011, trouxe mudanças nas normas que regulam as ouvidorias dos canais. Assim, os artigos 35, 36 e 37 estabelecem outras regras para os programas de ouvidoria. O texto amplia as exigências para todos os concessionários do serviço de televisão aberta, ratificando que esses espaços devem ter uma duração mínima de 30 minutos semanais (de segunda a domingo), no formato escolhido pela emissora, e acrescentando que devem ter blocos de no mínimo dois minutos de duração e passar no horário entre 7 e 21h. O Acordo traz também outras diretrizes para as ouvidorias, uma vez que determina que cada canal deverá dispor de mecanismos que facilitem a recepção dos comentários dos telespectadores e que estes deverão ser informados sobre essas ferramentas durante o horário nobre da programação (entre 19h e 22h). Além disso, o artigo n.º 40 do documento responsabiliza os concessionários a produzirem e enviarem à

CNTV um relatório trimestral que contenha petições, queixas e reclamações sobre a programação recebidas no período, bem como o trâmite de cada uma delas. Atualmente, os programas de ouvidoria dos canais RCN e Caracol são transmitidos no mesmo horário: todos os sábados, às 7h da manhã.

Complementando seus estudos, a CNTV publicou em dezembro de 2011 o documento “Lo que el televidente grita”, que analisou 1.359 petições, queixas e reclamações recebidas pela Ouvidoria do órgão sobre a programação dos canais de televisão colombianos no ano de 2010. Segundo o relatório, esta é a primeira investigação que trata do que os telespectadores pensam, querem ou desgostam dos conteúdos que recebem, já que as pesquisas em geral enfocam o consumo e possuem objetivos comerciais. De acordo com os dados trazidos pelo documento, 79,84% das mensagens recebidas foram sobre a programação dos canais privados, o que pode ser justificado pela audiência, mas também pelo fator de exibirem conteúdo mais polêmico.

192

O artigo n.º 48 do Acordo expedido pela CNTV também trouxe uma outra novidade relacionada ao tema: obriga os canais a formularem e apresentarem um Código de Autorregulação que contenha parâmetro para a prestação dos serviços de ouvidoria. O texto do artigo acrescenta oito itens básicos que devem estar contidos nesse código, dentre eles um que verse sobre o fortalecimento das Defensorías del Telespectador. Em decorrência desse artigo, no início de 2012 os canais colombianos de tevê aberta lançaram três códigos de Autorregulação: um elaborado por todos os canais regionais; um do canal señal colombia; e outro que reúne os canais RCN, Caracol e Uno. Este último foi desenvolvido pela Asociación Nacional de Medios de Comunicación (ASOMEDIOS), que possui 40 afiliados, entre empresas de publicidade, revistas, rádios e canais de televisão.

No Código de Autorregulação da ASOMEDIOS, os canais se comprometem a ter um ouvidor “dedicado a conhecer as opiniões e necessidades dos telespectadores” e a dar maior publicidade aos programas de ouvidoria, por meio de mensagem emitida pelo menos uma vez por semana, entre 19h e 22h

(ASOMEDIOS, 2012, p. 5). O texto ratifica o que já havia disposto no acordo da CNTV e se compromete com o que a norma estabelece, sem acrescentar mais disposições sobre o assunto. De qualquer forma, a publicação dos códigos representa um compromisso firmado pelos canais no sentido de fortalecer suas ouvidorias.

Todos os assuntos relativos à vigilância dos conteúdos da televisão colombiana, à proteção dos telespectadores e às ouvidorias dos canais eram tratados, na CNTV, pela Oficina de Contenidos y Defensoría del Televidente. Com a liquidação do órgão, a ANTV ficou responsável por dar continuidade às ações relacionadas a esse tema.

Considerações Finais

193

A experiência colombiana de adoção de ouvidorias em canais de televisão tem suas limitações e ainda está em evolução. Apesar disso, todo o processo regulatório ligado a esse tema empreendido naquele país pode servir de parâmetro para outras iniciativas pelo mundo. Na América Latina, a Colômbia é o único país que logrou implementar mecanismos desse tipo em canais de televisão privados por meio de lei. No mundo todo, tem-se tornado cada vez menos incomum essa prática em canais públicos, mas chegam a ser raros os exemplos impetrados por emissoras com fins lucrativos.

Essa discussão pode tornar-se bastante relevante em países como o Brasil, em que as operadoras privadas de televisão possuem importante papel na formação dos cidadãos. Os conteúdos veiculados por essas empresas atingem grande parte da população e em muitos casos significam uma das únicas fontes de informação. Daí a necessidade de regulação desses conteúdos. As ouvidorias não são as únicas ferramentas de que dispomos para tornar a televisão um meio mais democrático, mas, aliadas a outros mecanismos, iniciativas desse tipo podem fazer dela um instrumento de cidadania.

REFERÊNCIAS

ANTV. Agenda Estrategica 2012. Colombia, 2012. Disponível em: <http://www.antv.gov.co/Proyectos/Docs_PAgenda/120622_Agenda_Estrategica_ANTV_2012.pdf>, acesso em: 6 fev. 2013.

ASOMEDIOS. Código de Autorregulación. Colombia, 2012. Disponível em: <www.cntv.org.co/cntv%5Fbop/noticias/2012/febrero/asomedios.pdf>, acesso em: 10 mar. 2012.

194

BERTRAND, C.J. *O arsenal da democracia: Sistemas de Responsabilização da Mídia*. Bauru: EDUSC, 2002.

CEBALLOS, D. A. *50 años - la televisión en Colombia: una historia para el futuro*. Bogotá: Zona, Caracol Televisión, 2004.

CNTV. Cartilla Modalidades y Requisitos del Servicio de Televisión en Colombia. Colombia, 2004. Disponível em: <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/servicio_cober/modalidades/cartilla.pdf>, acesso em 31 out. 2011.

_____. *Plan de desarrollo de la televisión 2004-2007*. Colombia, 2003.

_____. Diagnóstico de oportunidades de cambio cultural em los televidentes: Informe Final. Colombia, 2008. Disponível em <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/estudios/diagnostico_oportunidades.pdf>, acesso em: 31 out. 2011.

_____. *Plan de desarrollo de la televisión 2010-2013: la televisión que queremos ver*. Colombia, 2009. Disponível

em <www.cntv.org.co/cntv%5Fbop/noticias/2011/marzo/plan_desarrollo.pdf>, acesso em: 05. mar. 2012.

_____. Estudio General de Medios (EGM): Tercera Ola 2011 (III-2011). Colombia, 2011. Disponível em: <www.cntv.org.co/cntv%5Fbop/estudios/egm_2011_3ola.pdf>, acesso em 7 mar. 2012.

_____. Lo que el televidente grita. Colombia, 2011. Disponível em <www.cntv.org.co/cntv_bop/investigaciones/Lo_que_el_televidente_grita.pdf>, acesso em: 16 fev. 2012.

_____. Acuerdo n.º 01/2007. Disponível em <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/acuerdos.html>, acesso em 10 dez. 2011.

_____. Acuerdo n.º 02/2011. Disponível em <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/acuerdos.html>, acesso em 10 dez. 2011.

_____. Acuerdo n.º 03/2011. Disponível em <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/normatividad/acuerdos.html>, acesso em 10 dez. 2011.

COELHO, J. F. G. Agentevê: uma proposta de programa de Ouvidoria para a UnBTV. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) – Universidade de Brasília, Distrito Federal. Disponível em: <<http://bdm.bce.unb.br/handle/10483/3266>>, acesso em 16 mai. 2013.

COELHO, J. F. G. Ouvidoria na TV: a experiência dos canais privados colombianos. Dissertação de Mestrado (Curso de Comunicação, Linha de Pesquisa em Políticas de Comunicação e Cultura) – Universidade de Brasília, Distrito Federal.

COLOMBIA. Constitución Política de 1991. Disponible em: <http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/cp/constitucion_politica_1991_pr002.html#75>, acceso em: 10 mar. 2012.

_____. Ley 182, de 1995. Por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la comisión nacional de televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones. Disponible em: <http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1995/ley_0182_1995.html>. Acceso em: 12 mar. 2012.

_____. Ley 335, de 1996. Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones. Disponible em: <http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley_0335_1996.html>. Acceso em: 12 mar. 2012.

_____. Acto Legislativo n.º 2/2011. Diario Oficial No. 48.107 de 21 de junio de 2011. Disponible em: <http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/cp/acto_legislativo_02_2011.html#1>, acceso em: 10 mar. 2012.

_____. Ley 1507, de 2012. Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones.

OSSA, C.M.V. e ÁLVAREZ, H.C. El defensor del público: una figura por descubrir. In: Revista Palabra Clave. No. 6. Universidad de La Sabana – Facultad de Comunicación Social y Periodismo Campus Universitario, Puente del Común.º Colombia, 2002. Disponível em: <<http://pensamientoycultura.unisabana.edu.co/sabana/index.php/palabraclave/article/view/394/533>>, acesso em 31/10/2011.

Historia de la televisión en Colombia. Sítio web disponível em: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/index.htm>, acesso em: 05 mar. 2012.

A LEI QUE CRIOU A EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (EBC) PREVIO 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

A LEI QUE CRIOU A EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO (EBC) PREVIO 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