



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

A OUVIDORIA NA AGÊNCIA BRASIL

PAULO MACHADO¹

Em outubro de 2008, a Diretora-Presidente da EBC, Tereza Cruvinel, nomeou o Professor Laurindo Leal Filho como Ouvidor e os seguintes Ouvidores Adjuntos: Fernando Oliveira Paulino, Sistema de Rádio; Maria Busse, Sistema de Televisão; e Paulo Sergio Machado, Sistema de Internet (Agência de notícias).

Recomeçava, então, como Ouvidor Adjunto da EBC, para a Agência Brasil, o trabalho que havia iniciado dois anos antes, à frente da Ouvidoria Geral da Radiobrás. Em janeiro de 2007, eu havia sido nomeado para o cargo de Ouvidor pelo Presidente da Radiobrás, Eugênio Bucci. Era o quarto ano de uma administração marcada pelos princípios da ética e da transparência na qual se havia empreendido um esforço muito grande para adequar uma antiga empresa estatal, dependente administrativa, financeira e editorialmente do governo federal, aos princípios da comunicação pública, com relativa independência editorial em relação ao Poder Executivo.

Minha participação até então se dava por meio de assessoria ao Comitê de Qualidade Editorial, um colegiado responsável pela avaliação e fiscalização dos planos editoriais dos veículos de comunicação. Na qualidade de assessor, fazia a leitura crítica dos conteúdos do jornalismo e da programação que chegavam ao público preparando relatórios analíticos que depois eram discutidos pelo Comitê em conjunto com as chefias dos veículos. As análises baseavam-se na adequação dos conteúdos

¹ Ex-Ouvidor Adjunto da EBC para a Agência Brasil e ex-Ouvidor da Radiobrás. Email: paulodomachado@gmail.com

veiculados às normas, regras e planos editoriais da empresa, em parte consolidados no *Manual de Jornalismo da Radiobrás*.

Uma vez na Ouvidoria, continuei meu trabalho de leitura crítica, só que não mais a partir de uma demanda interna da empresa, e sim a partir das demandas dos leitores da agência de notícias (Agência Brasil), dos telespectadores das tevês (TV Nacional, TV NBR e TV Brasil – Canal Integración) e dos ouvintes das rádios (Rádio Nacional de Brasília AM, FM, Rádio Nacional do Rio de Janeiro, Rádio Nacional da Amazônia – OC), veículos que compunham o sistema de comunicação da Radiobrás.

102

Além de administrar o relacionamento da Ouvidoria com o público, dispúnhamos de canais de comunicação para divulgação das demandas. Semanalmente eram produzidas *Colunas do Ouvidor* na Agência e programas *Ouvidoria no Ar*, nas tevês e rádios. Nessas colunas e programas eram analisadas e comentadas as mensagens recebidas sobre o jornalismo e a programação. Foram ao todo 38 semanas de colunas e programas com quatro conteúdos distintos para o público de cada tipo de mídia (internet, televisão e rádios nacionais e da Amazônia).

Naquela oportunidade pudemos experimentar um formato inédito no telejornalismo e no radiojornalismo em âmbito mundial. Os programas *Ouvidoria no Ar* entravam às sextas-feiras como um bloco do telejornal e do radiojornal da empresa, analisando as notícias veiculadas no decorrer da semana. Essa foi uma forma que garantiu um acesso eficiente da Ouvidoria ao público do respectivo programa noticioso. Pelo mesmo motivo, a *Coluna do Ouvidor*, publicada também às sextas-feiras na Agência Brasil, ganhava espaço na primeira página, entre as notícias do site. Com essa iniciativa, em termos de agências de notícias, a Agência Brasil inovou não somente em ser a primeira a contar com uma ouvidoria como também em ser a primeira e única a dar um espaço fixo em sua página principal para a comunicação da Ouvidoria com o público leitor.

Na transição da Radiobrás para a EBC, auxiliamos na formulação do projeto de Ouvidoria pública ora em vigor. Em outubro de 2008 a nova Ouvidoria iniciou seus trabalhos. Na EBC, a organização da Ouvidoria com Ouvidorias Adjuntas por veículos, ao contrário do que acontecia na Radiobrás com uma única Ouvidoria para todos os veículos, permitiu uma dedicação maior aos assuntos e as demandas do público específico de cada mídia.

Ouvidoria e a qualidade da informação e da programação

Definir o referencial teórico com o qual uma ouvidoria deve trabalhar é, por si só, uma tarefa bastante difícil. Mas como é a partir desse referencial que as demandas do público são analisadas do ponto de vista de sua pertinência, este foi um dos maiores desafios para a equipe da nova Ouvidoria. Para constituir um arcabouço legal e ético, que contemplasse a diversidade de questões demandadas pelos públicos de distintos veículos de comunicação (leitores internautas, ouvintes e telespectadores), baseamos nosso trabalho na legislação federal pré-existente: Constituição Federal, Código de Ética do Funcionalismo Público; princípios e normas da antiga Radiobrás (revalidados pelo Conselho de Administração da EBC): *Código de Ética do Radialista, Manual de Jornalismo e Princípios e Normas da Radiodifusão Pública*, além, é claro, da legislação que criou a EBC.

Os códigos e normas constituíam parâmetros para avaliarmos a programação e o jornalismo da EBC, mas a principal matéria prima de nosso trabalho foi o direito do cidadão à informação e à comunicação de qualidade. Conforme previstos em nossa Constituição, esses direitos fundamentais estão associados às concepções de liberdade de pensamento, de expressão e de acesso à informação e ao conhecimento.

Ao mesmo tempo em que a comunicação tem por objetivo proporcionar a satisfação desses direitos fundamentais, ela também deles se vale para o pleno exercício de suas funções

no âmbito da sociedade democrática, contribuindo para que se estabeleça o debate sobre as questões de interesse público em busca do bem comum.

Portanto, entendíamos que a comunicação deveria ser um espaço eminentemente democrático de argumentação e de discussão contribuindo para a formação das opiniões do público. Neste contexto se inseriu a Ouvidoria de veículos públicos de comunicação, visando garantir o caráter democrático de participação do cidadão na gestão da comunicação e da qualidade da informação e da programação veiculadas.

No Brasil, ainda há um imenso vazio e um grande desafio quando se fala em qualidade da informação e da programação. Muito se tem falado e pesquisado a respeito da qualidade da informação jornalística e de seu papel na construção de significados pela sociedade. Pesquisadores de universidades mundo afora têm-se dedicado a estabelecer indicadores e a desenvolver metodologias que permitam sua aferição.

No entanto, nos três anos em que estivemos na Ouvidoria Adjunta da EBC, para a Agência Brasil, não conseguimos convencer a direção da empresa, e tampouco daquele veículo, da necessidade de se implantar uma metodologia de aferição da qualidade da informação.

As colunas da Ouvidoria tinham como objetivo mostrar para o público, a partir de suas próprias demandas, aquilo que ele deveria observar para que se estabelecesse uma relação mais crítica e consciente com os produtos midiáticos – são instrumentos didáticos de formação e informação do público sobre seus direitos e a qualidade do jornalismo/programação dos veículos da empresa.

A Ouvidoria da agência pública de notícias

O serviço de ouvidoria, ao atender às demandas dos leitores, tem também a função de identificar onde estão ocorrendo problemas no processo de apuração e produção da notícia e indicar possíveis soluções, que são apresentadas

em forma de recomendações para os gestores da Agência. A eles caberia decidir que providências tomar para sanar os problemas ou, pelo menos, minimizá-los. Era importante que os erros fossem corrigidos, não se repetindo indefinidamente e que se aprimorasse a qualidade da informação oferecida ao leitor. Essa era uma das principais consequências que se esperava de nosso trabalho, esse era o melhor fruto das mensagens do leitor que tinha, na Ouvidoria, um mecanismo democrático de participação na gestão da agência pública.

Tudo o que se publica na Agência Brasil tem um custo para o contribuinte que paga, cada palavra, cada imagem. Assim, se o leitor considera que tal ou qual assunto não tem justificativa para estar ali publicado, ele reclama. Se a abordagem de um tema não contemplou todos os possíveis lados da questão, se os diversos interesses envolvidos não estão representados, ou, ainda, se a reportagem reflete algum tipo de preconceito de cor, gênero, lugar ou classe social, o leitor reclama. Se há uma informação errada, ou até mesmo algum erro ortográfico ou gramatical, ele reclama. Se desconfiar que estejam tentando induzi-lo a uma determinada conclusão, ele protesta.

A Ouvidoria trabalhava para que essas manifestações influenciassem e repercutissem no trabalho dos profissionais de jornalismo da Agência no sentido de levar a voz do leitor e suas necessidades para dentro da redação, para que a opinião do público contaminasse as pautas e que as reportagens fornecessem as informações de que o cidadão precisava para entender e decidir qual sua relação com o mundo.

Os elogios recebidos referiam-se principalmente à relativa diferenciação dos temas abordados em relação às demais agências. Outra diferença ocorria em relação aos portais de notícias da internet – ser uma agência e não um portal significa que ela tem sua própria apuração da informação e não que simplesmente reproduz o que os outros publicam. A decisão editorial da EBC e da Agência Brasil em suprir a falta de correspondentes internacionais com a simples reprodução de notícias de outras agências noticiosas

foi motivo de protestos por parte de muitos leitores que percebiam a carência de uma informação isenta e de um olhar próprio sobre os fatos quando se tratava de assuntos externos e conflitos internacionais. O problema foi tema debatido em diversas *Colunas do Ouvidor*.

Considerávamos que o sentimento de que a Agência pertencia ao público poderia representar sinais de uma mudança na qualidade da relação do cidadão com o Estado e do leitor com a mídia – ao reclamar, sugerir ou elogiar, o leitor está contribuindo e participando da construção da empresa pública de comunicação, da qual é o legítimo dono.

106

Entre julho de 2008 e janeiro de 2012, milhares de leitores enviaram mensagens para reclamar de erros que percebiam nas matérias da Agência e que deram origem a processos internos. Antes de abrir um processo, a equipe da Ouvidoria analisava a pertinência da reclamação do leitor que, se constatada, era encaminhada à chefia da Agência para os procedimentos que julgasse necessários, dentre eles, fazer a devida correção ou pronunciar-se a respeito, justificando a manutenção da informação na forma originalmente publicada. Infelizmente percebemos que havia certa resistência nos gestores em utilizar as manifestações dos leitores como instrumento de gestão para a melhoria da qualidade da informação. Tal resistência causou inúmeros entrosques entre a Ouvidoria e aquele veículo.

Os erros cometidos nas matérias eram classificados pela Ouvidoria conforme critérios pré-estabelecidos: erros gramaticais, de digitação ou padronização, falta ou erro de apuração, falta de informação, ou ainda, informação errada. Essa classificação permitia tentar identificar as causas dos erros nas diferentes etapas do processo de produção da informação e sugerir medidas para que eles não se repetissem.

Os erros nas matérias geralmente eram muito mais numerosos do que os apontados pelos leitores. Em média, 40% das notícias continham erros, segundo apuração feita por um serviço interno que visava detectá-los e corrigi-los antes que fossem percebidos pelos leitores. O que estava em jogo

era a qualidade da informação jornalística e a conseqüente credibilidade do veículo de comunicação – seu maior patrimônio.

Tão importante quanto a quantidade de erros é o seu tipo, porque muitas vezes eles alteram, deturpam, a informação que o jornalista quer transmitir. Se um erro médico pode causar a morte do paciente, quais os danos que um erro de informação jornalística pode causar ao leitor? Essa é uma pergunta que todo jornalista deveria se fazer diariamente, várias vezes ao dia, ao ter que tomar inúmeras decisões no processo de produção da notícia.

Além da classificação inicial das demandas dos leitores, a Ouvidoria fazia uma apuração mais detalhada para descobrir onde e porquê os erros eram cometidos. Constatamos que os erros de apuração talvez fossem aqueles que mais danos causavam aos leitores, pois afirmavam algo geralmente inverídico. Percebemos e apontamos que eles decorriam, em grande parte, da falta de planejamento no jornalismo. Em diversas *Colunas do Ouvidor* sugerimos métodos para que tal deficiência fosse sanada.

Para Carina Andrade Benedeti² o jornalismo arvora para si a competência de construir o discurso informativo jornalístico:

É em nome dessa competência de bem informar em condições adversas de tempo que sua credibilidade (e autoridade) social existe. A ampliação do poder da atividade jornalística na sociedade impõe-lhe exigências de qualidade cada vez maiores, de forma que as dificuldades peculiares da atividade, e as restrições criadas pelos interesses financeiros no jornalismo (pela concorrência) não servem de justificativas absolutas para as suas deficiências.

2 A Qualidade da Informação Jornalística: Uma Análise da Cobertura da Grande Imprensa sobre os Transgênicos em 2004. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Brasília, 2006.

Ainda sobre a qualidade da informação, o jornalista norte americano Kevin Mckenzie disse que:

por mais de 20 anos escrevi artigos diários em jornais e nunca ninguém perguntou aos meus leitores se meu trabalho era bom. Os prêmios de jornalismo que recebi foram decididos por meus pares e nunca pelo público leitor. Hoje, a definição de qualidade passa a ser decisão do leitor em cujas mãos está o destino do jornalismo.

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