



*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](http://www.editora.unb.br)

E-mail: [contato@editora.unb.br](mailto: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
<b>Leonardo Barreiros Rocha</b>	

OUVIDORIA NA AGÊNCIA BRASIL .....	101
<b>Paulo Machado</b>	

### 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
<b>José Eduardo Elias Romão</b>	

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

OUVIDORIA NA TELEVISÃO COLOMBIANA .....	183
<b>Jairo Faria</b>	

# 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





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

FERNANDO OLIVEIRA PAULINO<sup>1</sup>

O objetivo deste texto é analisar e proporcionar parâmetros para a atuação da Ouvidoria em rádios, tomando como referência a experiência desenvolvida na Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), no âmbito das emissoras de rádio. A análise de manifestações de ouvintes permite concluir que a experiência da Ouvidoria pode ser considerada um Instrumento de Responsabilidade Social da Mídia (IRSM), dedicado não apenas ao jornalismo, mas também à música e aos demais conteúdos de entretenimento. O desempenho da Ouvidoria pode ser um IRSM porque oferece visibilidade e transparência a equívocos, questões e dilemas associados a atuação da EBC. Deste modo, estimula a discussão com os leitores, ouvintes e telespectadores e pode encorajar um hábito de crescente *accountability* entre profissionais e gestores. Por meio de parceria com a Universidade de Brasília, a Ouvidoria da

---

<sup>1</sup> Professor nos cursos de graduação e de pós-graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. Pesquisador do Laboratório de Políticas de Comunicação e Coordenador do Programa de Extensão de Ação Contínua Comunicação Comunitária. Membro da Rede Nacional de Observatórios da Imprensa (RENOI). Coordenador do Grupo Ética, Liberdade de Expressão e Direito à Comunicação e Diretor da Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação. Gestor do Termo de Cooperação entre UnB e EBC. Email: paulino@unb.br

EBC buscou ser um canal de mediação, que proporciona transparência a manifestações encaminhadas, por meio do programa semanal *Rádio em Debate*.

## Instrumentos de Responsabilidade Social da Mídia

Segundo Fengler et al. (2011, p. 9) Instrumentos de *Accountability* (Prestação de Contas e/ou Responsabilidade Social da Mídia) contemporâneos podem ser classificados como: a) instrumentos estabelecidos, tais como práticas de *ombudsmen/* ouvidorias; b) instrumentos inovadores, que ocorrem na internet: tais como weblogs editoriais; websites que monitoram conteúdo de notícias; webcasts com seções voltadas para a crítica interna ou grupos de debate, *ombudsmen* online e movimentos espontâneos de crítica da mídia nas redes sociais. No Brasil, encontramos poucos instrumentos, dentre eles: a) *ombudsman* na Folha de São Paulo desde 1989, b) Códigos de Ética revistos pelos jornalistas em 2007 ([www.fenaj.org.br](http://www.fenaj.org.br)), aplicados por sindicatos e nacionalmente pela Federação Nacional dos Jornalistas, Código de Ética desenvolvido por proprietários e gestores de empresas midiáticas ([www.anj.org.br](http://www.anj.org.br)), c) crítica e análise da atuação dos veículos por instituições externas a exemplo da ANDI, Agência de Notícias dos Direitos da Infância, uma organização não-governamental especializada na pesquisa sobre a cobertura de assuntos relacionados a crianças e jovens. A ANDI também oferece formação a profissionais e estudantes. Com a criação da EBC, se introduziu a Ouvidoria na Empresa com atividades de acompanhamento do conteúdo veiculado por emissoras públicas de rádio e tevê e pela Agência Brasil ([agenciabrasil.ebc.com.br](http://agenciabrasil.ebc.com.br)).

A internet tem auxiliado a implantação de *media watchdogs*, os cães de guarda da mídia. Em 1994, foi criado o Instituto Gutenberg ([www.igutenberg.org](http://www.igutenberg.org)), uma pioneira experiência dedicada à crítica midiática. O Observatório da

Imprensa ([www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)) é outra iniciativa dedicada à análise crítica da mídia baseada em “critérios jornalísticos, que ofereçam certa singularidade entre organizações, agindo em conformidade com o sistema de responsabilidade social da mídia no país”.<sup>2</sup> O Observatório da Imprensa foi criado por jornalistas com apoio acadêmico e mantém suas atividades, estimulando outras iniciativas. O Observatório da Imprensa é um canal dedicado à crítica jornalística, com presença regular na Internet desde abril de 1996. Em 1998, o website gera programa de TV e em 2000 também passa a fazer boletins radiofônicos. A Rede Nacional de Observatórios da Imprensa ([www.renoi.blogspot.com](http://www.renoi.blogspot.com)) surge em 2005 para estimular ações, especialmente partindo da Universidade, tais como o SOS Imprensa (<http://sosinterativo.blogspot.com.br>), projeto de pesquisa e extensão estabelecido em 1996, e *Objethos* ([www.objethos.wordpress.com](http://www.objethos.wordpress.com)). Baseados em códigos de ética, livros, pesquisas e reflexões acerca do jornalismo e da comunicação como um todo, estes *media watchdogs* brasileiros procuram contribuir com a construção de uma mídia mais veraz e equilibrada.

## O Ombudsman como IRMS

A *Ombudsmen News Organization* (ONO) lista 54 *ombudmen* em várias partes do mundo, em sua página na internet.<sup>3</sup> A experiência com o significado que hoje carrega (de um mediador que opera entre interesses distintos) foi concebida originalmente na Suécia. O cargo assim denominado foi criado em 1809 com a responsabilidade de receber e tramitar as manifestações dos cidadãos relacionadas ao funcionamento da administração pública. Na mídia, a presença de *ombudsman* surgiu como forma de promover a deontologia jornalística nas instituições de comunicação.

---

<sup>2</sup> Retirado de <http://www.forumdavos.com/partners/2012> em 18 de março de 2012.

<sup>3</sup> Retirado de <http://newsombudsmen.org/membership/regular-members>, em 18 de março de 2012.

Mário Mesquita (1998, p. 37) estabelece sete níveis de atuação do *ombudsman* na mídia: a) *Função crítica e simbólica*: discute o jornal em suas próprias páginas, prolongando no espaço público o debate sobre decisões editoriais que tradicionalmente não saía das redações e do meio jornalístico; b) *Função mediadora*: estabelece uma ponte com os leitores, respondendo às reclamações e às críticas; c) *Função corretiva*: cuida da retificação dos dados inexatos e incompletos apelando se necessário para peritos; d) *Função persuasiva*: recomenda medidas destinadas a reparar atos susceptíveis de lesar os direitos dos leitores; e) *Função pedagógica*: explica aos leitores os mecanismos da produção jornalística, desde a relação com as fontes até a seleção das informações; f) *Função dissuasiva*: com sua crítica, o *ombudsman*, pode influenciar (eventuais) decisões dos editores e jornalistas; g) *Função cívica*: A atuação do *ombudsman* pode favorecer o debate sobre temas políticos, econômicos e sociais.

De acordo com Hugo Aznar (1999), receber e atender manifestações do público é a principal função dos *ombudsmen*, “o que implica em uma importante compensação do déficit tradicional dos meios no momento de prestar a devida atenção ao público”. As queixas podem ser divididas em três grandes grupos: a) as relacionadas com erros e imprecisões de detalhes pouco importantes; b) as conexas aos equívocos mais graves e questões polêmicas sobre o tratamento das informações e outros conteúdos da mídia, e c) as de quem se viu afetado por uma notícia e não está satisfeito com ela. Idealmente, a partir de contato com as partes envolvidas, o *ombudsman* toma uma decisão guiada por códigos deontológicos, pelo manual de redação da instituição de comunicação ou por critérios associados a práticas profissionais. Após a análise do caso em questão, o *ombudsman* dá visibilidade à situação em sua coluna (ou espaço radiofônico/ televisivo) de periodicidade regular.

Nas experiências brasileiras, a coluna (ou o programa) do *ombudsman* é publicada (ou transmitida) semanalmente, proporcionando aos reclamantes e ao público em geral, uma análise com a justificativa do caso(s) em questão. Um ponto

polêmico da atuação do *ombudsman* se refere ao exercício da crítica a ser realizado, na maioria dos casos, por alguém que já estava inserido, ou atuava como profissional, na própria instituição de comunicação, algo que eventualmente levanta dúvidas constantes acerca da isenção e equanimidade de sua atuação. De qualquer maneira, a presença de um *ombudsman*, pode melhorar a imagem da instituição (Van Dalen & Deuze, 2006) e contribuir na mediação e no estímulo à criação de novas experiências de IRSM.

## **A Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)**

Em 2007, o Ministério da Cultura promoveu o I Fórum Nacional de TVs Públicas, organizado em parceria com a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), a Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM) e a Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL). Representantes da Radiobrás e da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (ACERP) também compareceram ao evento.

As discussões envolveram variados setores da sociedade civil, tais como acadêmicos, comunicadores, cineastas, jornalistas, dirigentes de emissoras de rádio e de televisão não-comerciais, assim como organizações dedicadas à reflexão sobre a comunicação. O Fórum se manifestou favorável à criação de um sistema de tevê pública e a Presidência da República (PR) comprometeu-se com sua implantação. Cinco meses depois do Fórum, a PR editou Medida Provisória 398, depois convertida pelo Congresso na Lei 11.652/2008, que criou a Empresa Brasil de Comunicação (EBC). A norma assinala a missão da Empresa de unificar e gerir as emissoras de rádio e tevê que estavam, até então, sob controle da Radiobrás (TV Nacional, Rádio Nacional do Rio de Janeiro, Rádio Nacional de Brasília AM e FM, Rádio Nacional da Amazônia e Rádio Nacional do



Alto Solimões) e da ACERP (TVE Rio, TVE Maranhão, Rádio MEC AM, MEC FM e MEC Brasília).

A Lei 11.652/2008 regulamentou parte do artigo 223 da Constituição Federal, que determina a complementaridade entre os sistemas estatal, privado e público e incluiu a Ouvidoria como um mecanismo de atenção ao público. Sua função precípua é complementar a atividade do Conselho Curador da EBC na gestão da Empresa, intermediando e buscando respostas dos profissionais das emissoras às críticas, reclamações e sugestões dos telespectadores, ouvintes e usuários. A lei prevê que o Ouvidor preste contas ao público através de programas semanais de pelo menos quinze minutos nas emissoras de rádio e de televisão da EBC e atue como um *ombudsman*, oferecendo críticas e sugestões para aperfeiçoar os conteúdos veiculados.

60

O Ouvidor exerce mandato de dois anos, requisito para que atue com independência em relação à Diretoria-Executiva. Uma norma interna da Empresa, autorizada pelo Conselho de Administração e pelo Conselho Curador, estabeleceu que o Ouvidor contasse com a atuação de três Ouvidores Adjuntos: um para as emissoras de rádio, um para Agência Brasil e outro para a TV Brasil (resultado da fusão entre as antigas TVE e TV Nacional).<sup>4</sup>

A Ouvidoria busca ser, então: “uma das portas principais abertas pela EBC para a sociedade. Por ela circularão as demandas, as expectativas, as sugestões, os elogios e as críticas do público ao seu veículo de comunicação. E, de volta, num processo de mão dupla, as respostas quando se fizerem necessárias. Mas não só elas. Indagações também, na medida que cabe

---

<sup>4</sup> Regina Lima é a atual Ouvidora da EBC. O serviço da Ouvidoria nas rádios resultou do Acordo de Cooperação entre a EBC e a Universidade de Brasília com professores e estudantes monitorando a programação e produzindo um programa semanal entre janeiro de 2010 e julho de 2012.

a Ouvidoria instigar o público a participar desse debate.”<sup>5</sup>

A inserção do programa da Ouvidoria, *Rádio em Debate*,<sup>6</sup> nas emissoras de rádio e na TV Brasil trouxe ainda um desafio adicional. O formato e o conteúdo devem ser atraentes o suficiente para evitar que os ouvintes e os telespectadores mudem de estação ou desliguem o aparelho durante a sua veiculação. Logo após as primeiras transmissões do *Rádio em Debate*, uma versão exclusiva foi criada para a MEC FM com efeitos de música clássica, temas e locução diferenciados e mais bem aceita pelo público da emissora acostumado a um tratamento exclusivo de linguagem e estética.

## ***Rádio em Debate: O Programa da Ouvidoria das Rádios da EBC***

De outubro de 2008 a fevereiro de 2009, houve reunião dos responsáveis pela Ouvidoria para as emissoras de rádio da EBC com os gestores das estações para definição de formato e horários de veiculação do programa da Ouvidoria. Foi decidido que o programa seria transmitido às sextas-feiras com reapresentação aos sábados. Denominado *Rádio em Debate*, a iniciativa se inspirou em práticas nacionais e internacionais<sup>7</sup> ao definir um tema<sup>8</sup> por semana relacionado

---

5 Carta do Ex-Ouvidor Laurindo Leal Filho. Retirado de <http://www.ebc.com.br/ouvidoria>

6 Os arquivos de áudio estão disponíveis em <http://www.radioagencianacional.ebc.com.br/assunto/radio-em-debate>. Atualizado em 18 de março de 2012.

7 Principalmente a experiência portuguesa na rádio e TV públicas ([www.rtp.pt](http://www.rtp.pt)). Embora a experiência de regulamentação da radiodifusão pública no Brasil seja tardia em comparação ao contexto europeu, a experiência de Ouvidoria é contemporânea a prática iniciada nos anos 2000 em países como Espanha e Portugal. Ademais, estabelecer Termo de Cooperação com a presença de universitários fazendo a mediação com o público fortalece a busca de autonomia e equidade dos princípios da Comunicação Pública de maneira diferenciada na prática brasileira.

8 Dentre eles: *O que é uma Ouvidoria de Rádio?*, *Rádio e Mulheres*, *Rádio e a programação dirigida às crianças e adolescentes*, *Cobertura*

às emissoras da EBC.<sup>9</sup> Mesmo sabendo e levando em conta o comum direito à informação de toda a população brasileira, há um perfil diferenciado entre as estações com transmissões de conteúdo que vão desde, por exemplo, as necessidades dos ribeirinhos e comunidades indígenas da região Norte (Rádio Nacional da Amazônia) até o público apreciador de música de concerto tocada pela MEC FM no Rio de Janeiro.

Durante 175 semanas, além de atender e responder as manifestações do público em relação às emissoras de rádio, foram produzidas e veiculadas mais de 250 edições do *Rádio em Debate*. O Programa transmitiu críticas, elogios e sugestões acompanhados de respostas dos gestores, opiniões de especialistas e comentários da Ouvidoria, analisando a coerência da programação em relação aos princípios e objetivos da comunicação pública determinados pela Constituição Federal e pela Lei 11.652/2008.

Percebeu-se a necessidade de conteúdo adequado à linguagem das emissoras da EBC, com contextualização de tema, entrevistas com profissionais e especialistas e inclusão de música relacionada ao assunto analisado. Mais do que se predispor a constranger por meio de aplicação de regras, o Programa buscou ser um espaço de diálogo que contribuísse para que os ouvintes se sentissem atraídos pelos desafios da comunicação pública. Essa preocupação com o conteúdo e com a forma colaborou para que fosse produzida, entre 2009 e 2012, edição especial do *Rádio em Debate* para veiculação todas as semanas na MEC FM. Essa versão se dedicou a temas exclusivos da emissora, tais como critérios para

---

*radiofônica de políticas públicas, Rádio e jornalismo internacional, Rádio e atuação das assessorias de comunicação, Rádio e Diversidade Cultural, Rádio e Diversidade Cultural, Rádio e Acesso à Informação, Rádio e Homossexualidade, Rádio e Promoção da Leitura, Uso de material produzido por Agências de Notícias, Conteúdo da programação noturna das rádios, Rádio e História e Rádio e Esporte.* Os programas estão disponíveis em <[www.radioagencianacional.ebc.com.br](http://www.radioagencianacional.ebc.com.br)> na seção do *Rádio em Debate*.

9 Rádio Nacional do Rio de Janeiro, Rádio Nacional AM Brasília, Rádio Nacional FM Brasília, Rádio Nacional da Amazônia, Rádio Nacional do Alto Solimões, Rádio MEC AM, Rádio MEC FM e Rádio MEC Brasília.



seleção da música de concerto e programas voltados para a educação musical.

No que se refere a queixas sobre o conteúdo jornalístico, a Ouvidoria tomou como referência Manual de Redação (Manual de Jornalismo da Radiobrás,<sup>10</sup> publicado em 2006, que vigorou até 2013 com a criação do Manual de Jornalismo da EBC,<sup>11</sup> e o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. O *Rádio em Debate* também ofereceu espaço a questões relacionadas à independência e integridade do jornalismo em rádios públicas, evitando interferência governamental tanto nos temas abordados quanto na cobertura realizada. O balanço sobre equidade e autonomia jornalística foi fundamental para acompanhar e aperfeiçoar a cobertura das eleições e do período pré-eleitoral de 2010 e de 2012, além da atenção dada às atividades dos Poderes Públicos.

63

As manifestações dos ouvintes não se restringiram a questionar o material informativo publicado. Na média, menos de 50% das 584 analisadas tratavam de questões deontológicas relacionadas à produção jornalística. A outra metade tratava majoritariamente de manifestações voltadas a dúvidas sobre o funcionamento da EBC, a questões técnicas ou dúvidas relacionadas a escolhas estéticas. Dentre eles, critérios de seleção musical das emissoras, tema amplamente debatido e que contribuiu para a definição de planos editoriais e musicais pelos gestores das emissoras.

Como metodologia de trabalho, diariamente, a equipe universitária acompanhou o conteúdo veiculado por meio de amostra rotativa da programação das emissoras da EBC. Para isso, os estudantes e professores envolvidos utilizaram e extraíram áudio de *software* que grava a programação das emissoras da EBC. O monitoramento também foi realizado por

---

10 Disponível em <http://www.jornalismodigital.org/wp-content/uploads/2010/05/Manual-de-Jornalismo-Radiobrás.pdf>. Atualizado em 18 de março de 2012.

11 Disponível em: <http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/sala-deimprensa/2013/04/faca-o-download-gratuito-do-manual-de-jornalismo-da-ebc>

meio de diálogo com os ouvintes que contatam a Ouvidoria através de carta, email, telefone ou de contato pessoal. Também foi fundamental desenvolver parceria com a equipe da Central do Ouvinte (Nacional de Brasília) e da Central de Atendimento ao Ouvinte (CAO) da Rádio MEC. As duas centrais repassaram manifestações e contatos do público que também serviram de referência para o contato com os profissionais e a produção do *Rádio em Debate*.

De posse de demanda encaminhada pelo público ou percebida pelos universitários, a equipe ouvia o conteúdo veiculado e entrava posteriormente em contato com os gestores da emissora para solicitar algum comentário sobre a questão apontada. Os coordenadores e gerentes das rádios dialogavam com os profissionais relacionados direta ou indiretamente ao tema e encaminhavam resposta à manifestação no prazo de até sete dias.

Paralelamente ao processo de envio e recebimento de mensagens, a equipe universitária pesquisava sobre práticas internas e externas à EBC que poderiam servir de referência para amadurecer a análise e subsidiar edição do *Rádio em Debate*. Dessa forma, mais do que ser um canal de expressão vexatória de falhas que poderiam até reiterar os prejuízos causados por equívocos transmitidos, o programa buscou ser um ambiente de reflexão e diálogo pedagógico adequado às tarefas da radiodifusão pública. A pesquisa dos universitários incluiu gravação de entrevistas com os profissionais, com especialistas, com ouvintes e recuperação de conteúdos históricos que ilustraram o Programa junto com a intervenção dos gestores.

O estímulo ao debate e a preocupação com a qualidade do Programa contribuíram para que houvesse convite da Coordenação da Radioagência Nacional ([www.radioagencianacional.ebc.com.br](http://www.radioagencianacional.ebc.com.br)) para que o *Rádio em Debate* fosse disponibilizado no banco de dados da Radioagência. Desde maio de 2009, as edições estão online, permitindo que rádios de várias regiões do Brasil façam o download e

retransmitam o programa. Houve registros médios de acesso semanal por mais de 60 estações de rádio.

A seguir, são apresentados alguns exemplos de manifestações do público que foram decisivas no aperfeiçoamento das rádios públicas e que demonstram o quanto a participação do público pode ser fundamental para a gestão das emissoras.

O retorno das transmissões esportivas pela Rádio Nacional foi atitude elogiada por ouvintes que felicitam a iniciativa, mas costumam indicar a necessidade de ampliação da equipe de esportes da EBC, algo em curso na EBC que passou a transmitir e cobrir competições esportivas. Ouvintes também manifestaram o desejo de que houvesse o retorno da teledramaturgia na programação das emissoras, sobretudo na Nacional do Rio, estação que continuamente recebe demanda relacionada ao acesso a seu material de arquivo.

A Ouvidoria recebeu críticas à qualidade do sinal das emissoras, problema presente, sobretudo, na transmissão em Ondas Curtas da Nacional da Amazônia, algo que, segundo os responsáveis técnicos, envolve contínuo investimento da EBC em equipamentos.

Ouvintes da Nacional Brasília FM questionaram a formação de rede do Nacional Informa que, nas horas cheias, interrompia a programação musical com a transmissão de notícias. Tal demanda foi levada em conta em ajuste por parte da então Diretoria de Jornalismo e da Coordenação da Nacional FM que suspendeu a rede obrigatória e possibilitou que a rádio veiculasse notícias depois de transmitir músicas na íntegra. A Ouvidoria também dialogou com produtores culturais de Brasília. Um deles sugeriu que a programação da Nacional FM incluísse maior diversidade musical, algo que foi posteriormente encaminhado pela criação do programa *Música do Mundo* que começou a ir ao ar em 2010. A partir de demanda dos ouvintes, o site [www.radiomec.com.br](http://www.radiomec.com.br) passou a oferecer Planilha Musical do conteúdo veiculado na MEC FM e a possibilidade dos ouvintes escutarem alguns programas via podcast e sugerirem online músicas para a programação.

O *Rádio em Debate* também prestou informações sobre o Selo Rádio MEC, correção de conteúdo jornalístico veiculado (com o uso de informações desconhecidas de Agências de Notícias) e sugestões de diversificação da programação noturna da MEC FM.

No que se refere à Nacional AM, à FM Brasília e à Nacional da Amazônia e à Nacional do Alto Solimões, vale realçar manifestações que versaram sobre a possibilidade de que sejam realizadas parcerias entre a Empresa Brasil de Comunicação e organizações interessadas em produzir programas ou eventos conjuntamente. Nesse sentido, é possível destacar o contato da direção da Escola de Música de Brasília à Nacional FM e a viabilização do Festival Parque Sucupira de Música (organizado pela Rádio Comunitária Utopia FM, com o apoio da EBC, em parceria com o Ministério do Meio Ambiente e a Universidade de Brasília), demonstrando que a tarefa da radiodifusão pública também perpassa a produção compartilhada de conteúdos e procedimentos.

Num cenário de crescente convergência tecnológica e crescimento de canais de interação entre as emissoras e os profissionais, os gestores da EBC tem a oportunidade de criar e fortalecer maneiras para que as informações encaminhadas pelo público possam aperfeiçoar os fluxos e procedimentos na produção, distribuição e acesso aos conteúdos desenvolvidos. O crescimento do uso de redes sociais, por exemplo, traz o desafio adicional de como tratar profissionalmente não só as mensagens encaminhadas diretamente à Ouvidoria, mas também de fazer um trabalho proativo de levantar e analisar manifestações expressas em perfis, blogs e enviadas diretamente para os profissionais das emissoras. Levando em conta tal realidade, a equipe universitária sistematizou o capítulo seguinte *Parâmetros para a Ouvidoria da EBC*, que também pretende guiar discussões estratégicas sobre a programação das emissoras públicas de rádio por meio de escuta permanente com os ouvintes.

Um desafio adicional aos gestores da EBC é estabelecer espaços presenciais e semi-presenciais de interação com o público. Para isso, é essencial o esforço de realização de Audiências Públicas e constituição de conselhos de leitores, tema presente no próximo capítulo, e de transmissão online, com canais de interação, de debates e reflexões sobre as rotinas de produção, transmissão e acesso aos conteúdos.

## Conclusão

A experiência na Ouvidoria da EBC demonstra que a atuação dos *ombudsmen* é capaz de motivar o debate com os leitores, ouvintes e telespectadores, assim como de fomentar uma cultura de maior prestação de contas por parte dos profissionais e gestores. A iniciativa também pode estimular um crescente exercício de rigor e cuidado por instituições públicas de comunicação e de seus profissionais a partir da reflexão e do contato com as manifestações de ouvintes e de especialistas.

As atividades desenvolvidas pela parceria UnB e EBC na Ouvidoria buscaram ser um canal de mediação e diálogo, proporcionando visibilidade à maioria das questões demandadas por meio do programa semanal *Rádio em Debate*. O Termo de Cooperação também possibilitou o contato de universitários com atividades de ensino, pesquisa e extensão relacionados à Comunicação Pública, situação favorável ao aperfeiçoamento das atividades e à formação de profissionais.

A partir de documentos deontológicos (por exemplo, Manual de Jornalismo da Radiobrás e Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros), de acordos dos quais o Brasil é signatário (tais como a Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais), dos princípios estabelecidos pela Lei 11.652/2008 e de planos editoriais das emissoras, buscou-se construir parâmetros



que apontem caminhos para as rádios da EBC, também tomando como referência as manifestações enviadas pelo público e as entrevistas com radialistas e especialistas veiculadas pelo Programa.

A participação do público pode crescer com uma atuação que estimule continuamente o envio de manifestações e que promova a comunicação com os gestores e os profissionais das rádios. Ademais, é essencial que a Ouvidoria e os responsáveis pelas emissoras levem em conta as possibilidades de interação apresentadas pelas redes sociais. Tais canais trazem o desafio de estabelecer tratamento profissional e institucional contínuos. Outras iniciativas de prestação de contas, tais como audiências públicas e a formulação de conselhos de leitores, ouvintes e telespectadores podem também ser empreendidas com o intuito de fortalecer a comunicação pública.

## REFERÊNCIAS

- AZNAR, H. (1999). *Comunicación responsable: deontología y autoregulación de los medios*. Barcelona: Ariel.
- BERTRAND, C. J. (2002). *O arsenal da democracia: Sistemas de Responsabilização da Mídia*. Bauru: EDUSC.
- FENGLER, S.; EBERWEIN, T. LEPPIK-BORK, T. (2011). *Mapping media accountability – in Europe and Beyond*. Köln: Herbert von Harlem Verlag, pp. 7-21.
- HIMELBOIM, I.; LIMOR, Y. (2008). Media perception of freedom of the press: A comparative international analysis of 242 codes of ethics. *Journalism*, 9 (3), pp. 235-246.
- McQuail, D. (2003). *Media Accountability and Freedom of Publication*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- MESQUITA, M. (1998). *O Jornalismo em Análise – A coluna do Provedor dos Leitores*. Coimbra, Minerva.
- OLIVEIRA, M.; PAULINO, F. O. (2012). O ombudsman nos meios públicos de comunicação em Portugal e no Brasil: da promessa de uma ética participada aos desafios cotidianos, in: LEDO, Margarita; LÓPEZ, Xosé e SALGUEIRO, María. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2012: Mídias Públicas e espaço lusófono*. Santiago de Compostela, Agacom. Disponível em <<http://www.lusocom.org/pt/livro/109>>
- PAULINO, F. O.; LEAL FILHO, L.; DA SILVA, L. M. (2013) Radio Ombudsman Services of Brazilian Public Radio (EBC) as Media Accountability Instruments. *Central*

*European Journal of Communication*, v. 5, p. 275-283, 2012. Disponível em: [http://ptks.pl/cejc/wp-content/uploads/2013/01/CEJC\\_Vol5\\_No2\\_Filho.pdf](http://ptks.pl/cejc/wp-content/uploads/2013/01/CEJC_Vol5_No2_Filho.pdf)

PAULINO, F. O. (2010). De Ouvinte a Ouvidor: responsabilidade social da mídia e parâmetros de atuação da Ouvidoria das Rádios da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). In CHISTOFOLETTI, R. (Org.) (2010). *Vitrine e vidraça: Crítica de Mídia e Qualidade no Jornalismo*. Covilhã: Livros LabCom, p. 95-110. Disponível em: < <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/5> >

PAULINO, F. O (2008). *Responsabilidade Social da Mídia: Análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, Portugal e Espanha*. Brasília: UnB. Disponível em: <[http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=3282](http://bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3282)>

PAULINO, F.O (2007). Comunicação e Responsabilidade Social: modelos, propostas e perspectivas. In: RAMOS, M.; SANTOS, S. (Org.). *Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas*. São Paulo: Paulus, 2007, v. 1, p. 177-200.

DA SILVA, L. M.; PAULINO, F. O. (2007). *Media accountability systems: Models, proposals and outlooks*. *Brazilian Journalism Research*, 3, pp. 137-153.

A Ouvidoria da EBC. Retirado em 14 de fevereiro de 2011, de [www.ebc.com.br/Ouvidoria](http://www.ebc.com.br/Ouvidoria).

VAN DALEN, A.; DEUZE, M. (2006). Readers' advocates or newspapers' ambassadors? Newspapers ombudsmen in the Netherlands. *European Journal of Communication*, 21, 4, pp. 457-475.



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