

Ouvidoria  EBC

# PESQUISA DE SATISFAÇÃO

2022

## **Ouvidor**

*Cristiano Mendonça Pinto*

## **Ouvidores adjuntos**

*Ana Cristina Santos*

*Nívia Sanchez*

*Talita Cavalcante*

## **Atendimento, Monitoramento e Gestão da Informação**

*Bruno Aguiar*

*Gabriela Chaves*

*José Luiz Matos*

*Juan Martel (Coordenador)*

*Júlio Lacerda*

*Tiago Martins*

## **Comunicação**

*Lícia Marques*

*Ligya Carvalho*

*Wêdson França*

## **Secretária**

*Sandra Scheiner*

## **Estagiária**

*Vanessa Neves*

## ▶ Pesquisa de satisfação

# Público da EBC avalia bem serviços prestados pela empresa

Para saber o que pensam os usuários a respeito dos serviços ofertados pela **EBC**, a **Ouvidoria** disponibilizou Pesquisa de Satisfação ao público ao longo de 2022. As respostas apontam que todos os serviços oferecidos são bem-avaliados pela maioria dos que participaram da pesquisa. Essa ação cumpre determinação dos órgãos de controle, além de atender aos dispositivos legais, como a Lei nº 13.460/2017, que dispõe sobre a instituição da **Carta de Serviços ao Usuário** e a avaliação contínua desses serviços, e o Decreto nº 9.094 do mesmo ano, que dedica um capítulo à avaliação e melhoria dos serviços públicos, por meio da aplicação da pesquisa de satisfação do usuário e a divulgação dos resultados.

Os mais bem classificados destaques das respostas classificadas como “muito satisfeito” e “satisfeito” ficam por conta dos alertas em tempo real de monitoramento de mídia à Presidência da República, que se dá no âmbito do Contrato da **EBC** com a Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom), com 84,21%; e da disponibilização, gratuita e ilimitada, ao cidadão e à mídia nacional e internacional, de notícias produzidas e publicadas pela **Agência Brasil** (80,92%).

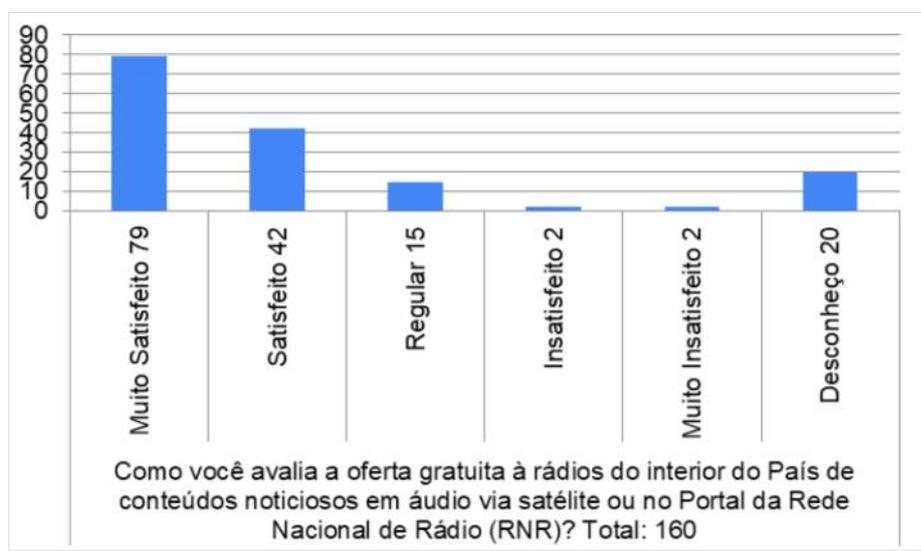
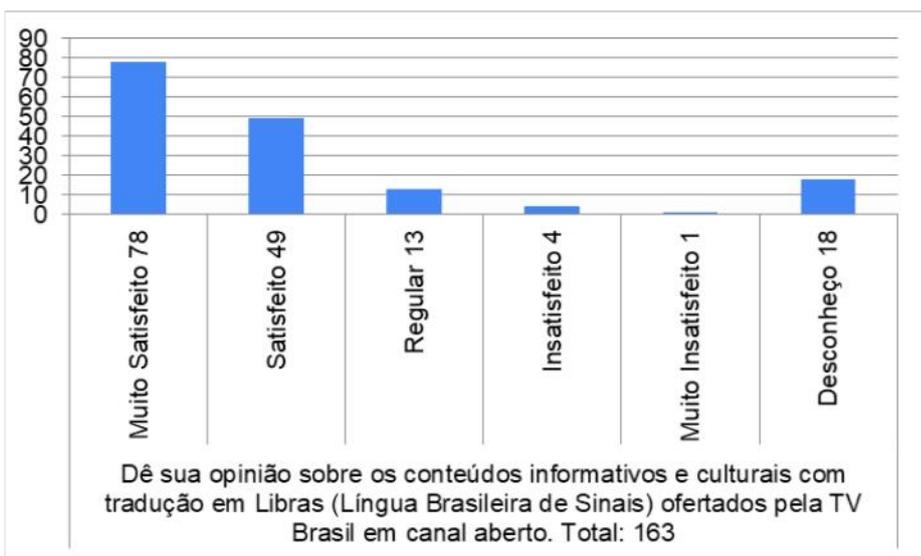
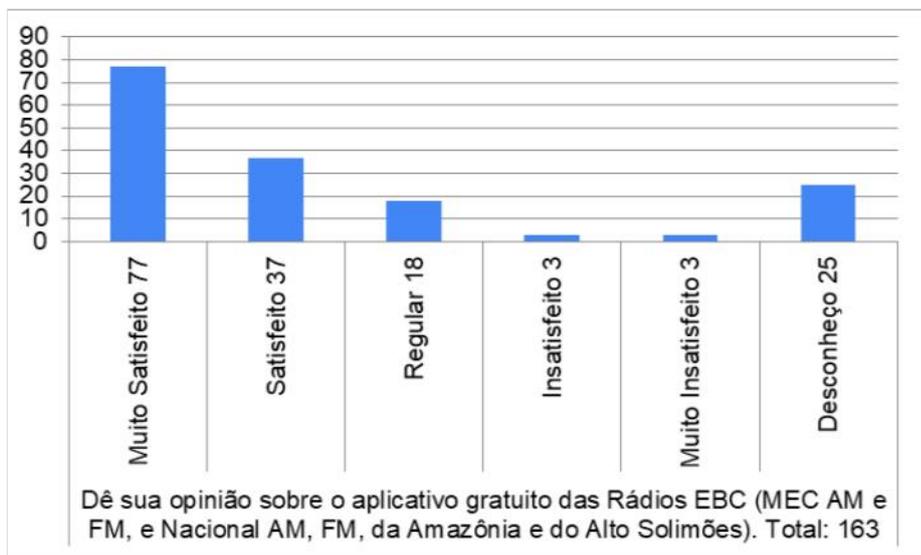
Outro serviço que causa satisfação no público, são os conteúdos informativos e culturais com tradução em Libras (Língua Brasileira de Sinais) ofertados pela **TV Brasil** em canal aberto, com 77,91% de aprovação. A apresentação também em Libras dos conteúdos entende-se cada vez mais relevante na sociedade como fator de inclusão e acesso dos surdos à programação informativa e cultural.

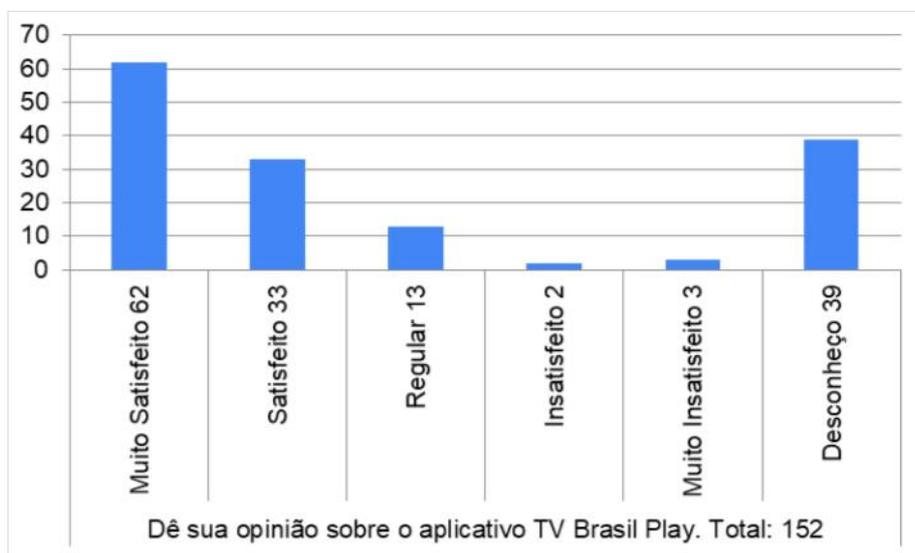
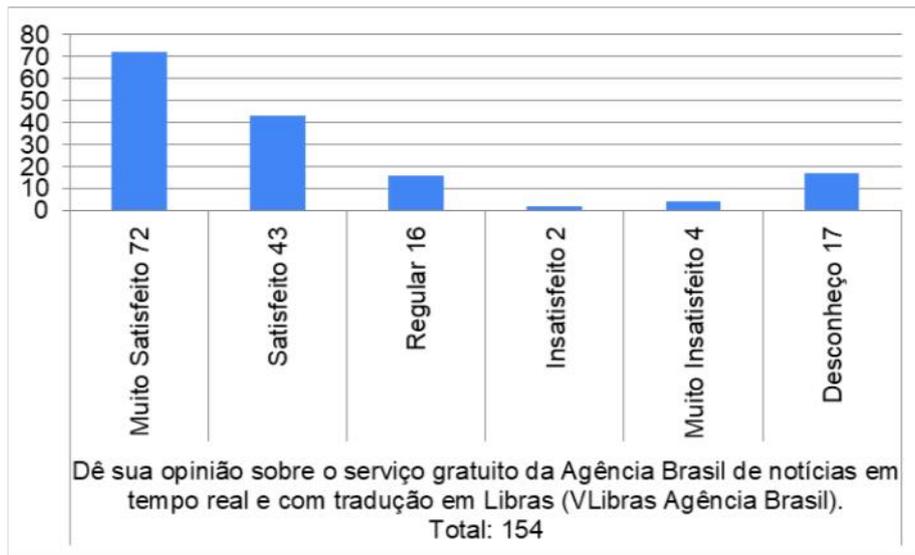
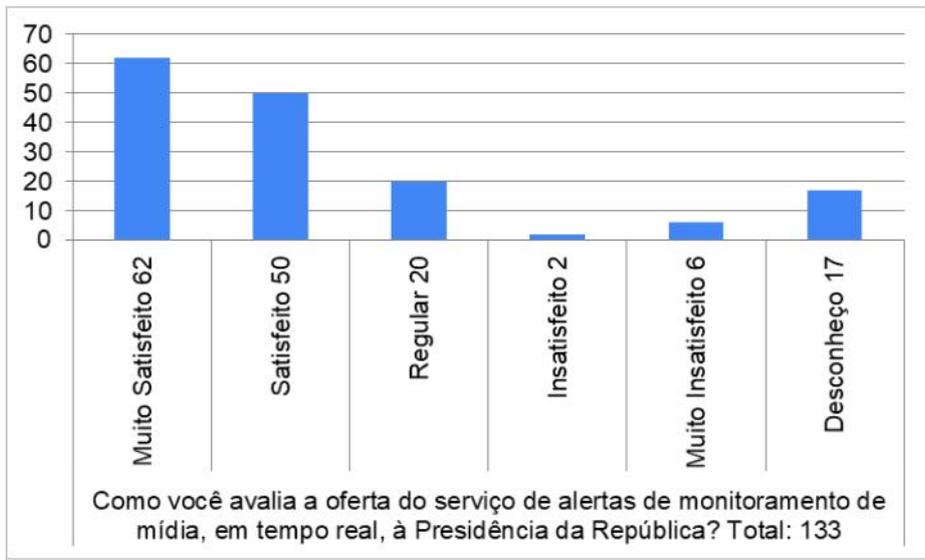
Com média de quase 75% de entusiasmo do público pesquisado, estão a oferta gratuita de material fotojornalístico nacional e internacional produzido pela **Agência Brasil**; a oferta gratuita de conteúdos noticiosos em áudio a rádios do interior do País, material imprescindível para compor a grade dessas emissoras e levar informação de qualidade aos moradores locais; a publicidade dos atos oficiais do Poder Executivo Federal de interesse do cidadão; a transmissão de pronunciamentos oficiais dos chefes dos três Poderes pela Rede Nacional de Rádio e TV; além do serviço de tradução em Libras, o sistema VLibras, das matérias da **Agência Brasil**.

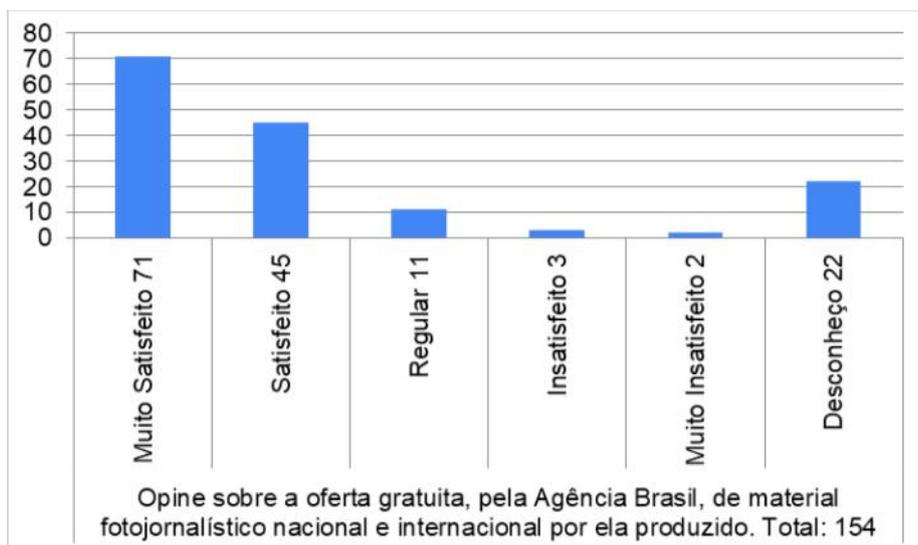
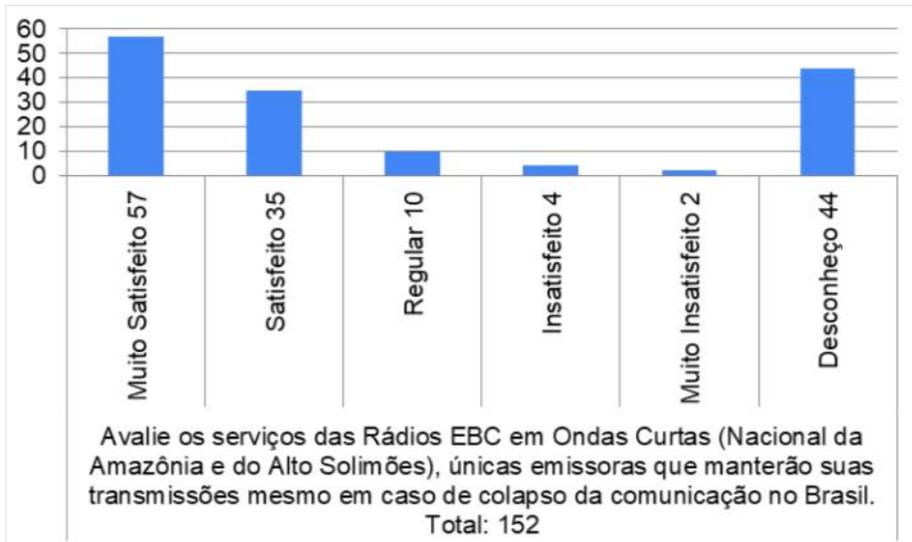
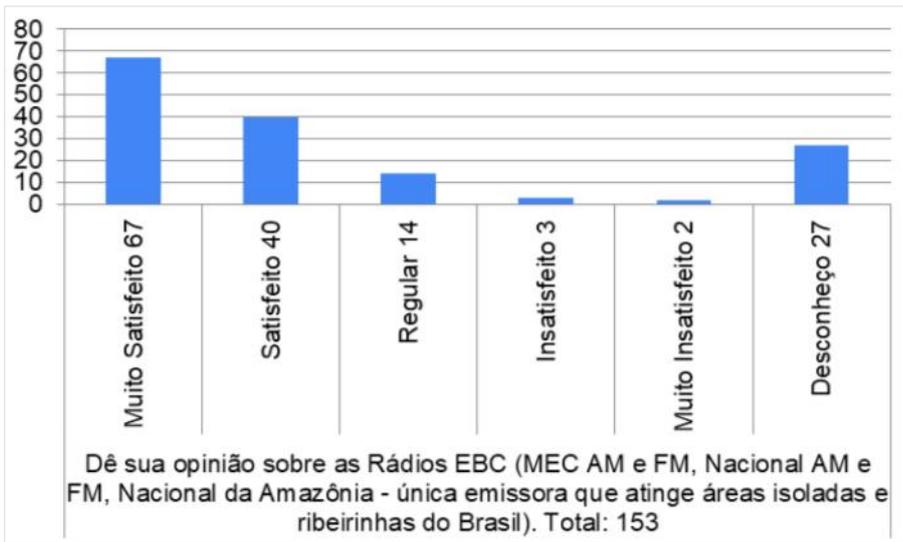
Os demais serviços disponibilizados pela **EBC** que ainda contemplaram respostas bem avaliadas pelo cidadão, com média de 65,73% de satisfação, estão as **Rádios EBC**, compostas pela **MEC AM e FM**, **Nacional AM e FM** e **Nacional da Amazônia**, essa última guarda a singularidade de alcançar áreas isoladas e comunidades indígenas e ribeirinhas do Brasil, que têm na emissora sua única fonte de informação; as transmissões em Ondas Curtas das Rádios do **Alto Solimões** e da **Nacional da Amazônia** que juntas são as únicas emissoras que manteriam as atividades mesmo em caso de colapso das comunicações no território nacional, embora 28,95% dos que responderam à pesquisa da **Ouvidoria** não sabiam da existência deste serviço; e há ainda boa avaliação para os aplicativos gratuitos das **Rádios EBC** e **TV Brasil Play**.

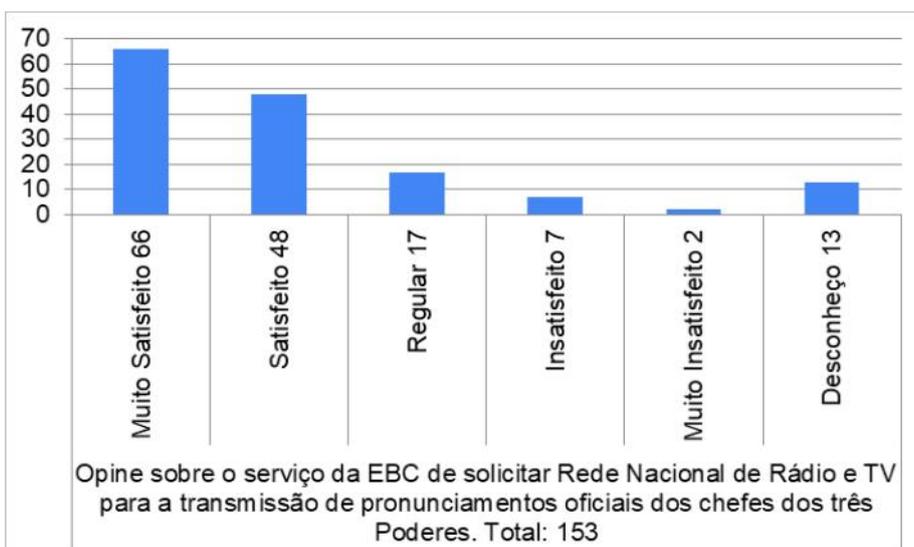
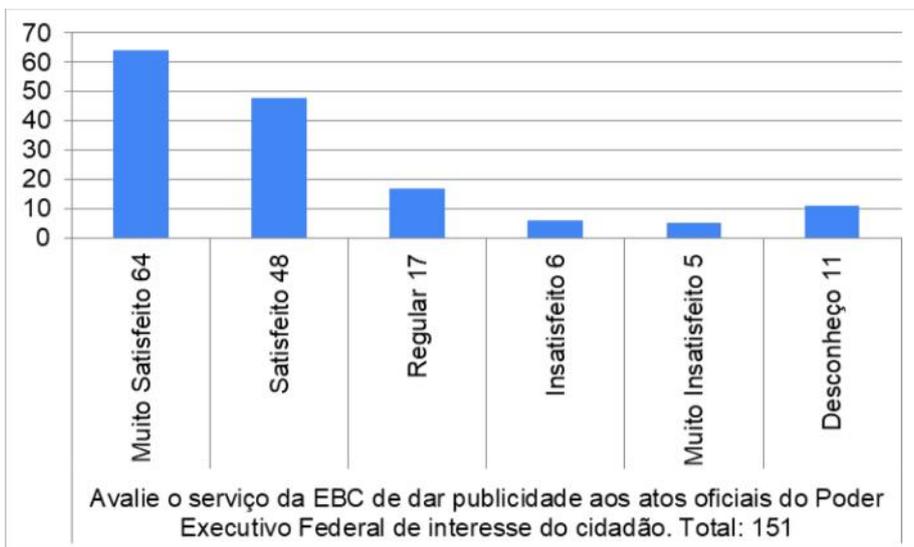
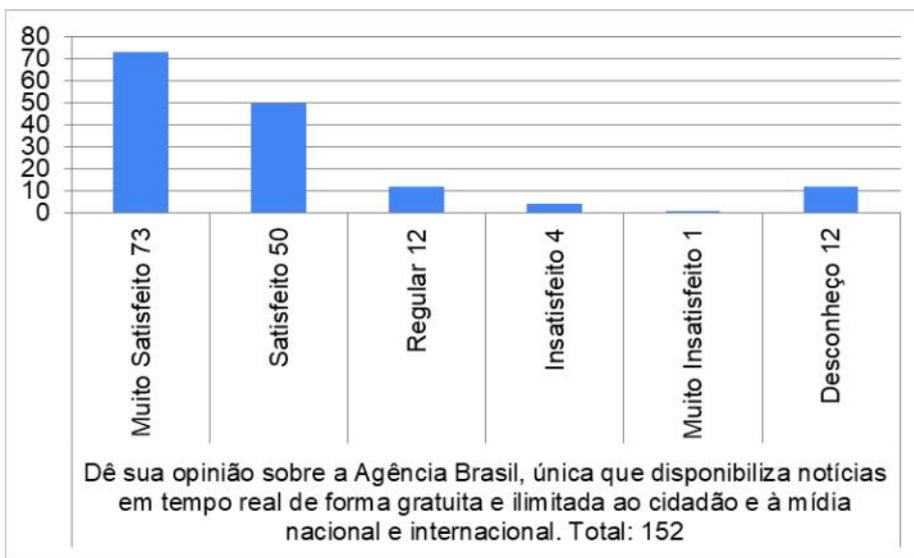
Tal qual a pesquisa de 2021, esta também revela certo grau de desconhecimento acerca do aplicativo **TV Brasil Play**. Surpreende que, em 2022, ainda 25,66% das pessoas que participaram da pesquisa afirmam não conhecer a ferramenta, mesmo com o alto grau de conhecimento que estes têm da **TV Brasil**. Assim como já alertado no ano anterior, este dado sugere a necessidade de uma campanha da **EBC** para popularizar este serviço que facilita e amplia o acesso a conteúdos da **TV Brasil**, ajudando a fidelizar o público da emissora.

Seguem os gráficos com os números do consolidado do ano (2022):









Ouvidoria **EBC** 