



História dos canais de comunicação do Legislativo¹

Autores

Antonio Teixeira de Barros - Jornalista, Mestre em Comunicação e Doutor em Sociologia

Cláudia Regina F. Lemos – Jornalista, Mestre e Doutora em Letras

Cristiane Brum Bernardes – Jornalista e Mestre em Comunicação e Informação, e
Doutoranda em Ciência Política

Marcello Larcher – Jornalista e Mestrando em Sociologia

Maíra de Brito Carlos – Jornalista e Mestre em Comunicação

Aline Dias Paz – Jornalista

Programa de Pós-Graduação do Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento da
Câmara dos Deputados (Cefor)

E-mail: pesquisa-legislativa@googlegroups.com

Resumo

Este paper faz parte de uma pesquisa mais ampla sobre o papel das mídias da Câmara dos Deputados para o incremento da participação popular e construção da Cidadania. A partir desta perspectiva, faz-se uma reflexão sobre a história dos canais de comunicação criados pelo Legislativo Federal, a partir dos primórdios da comunicação governamental com a Voz do Brasil e periódicos impressos elaborados pela Câmara e pelo Senado dos anos 40 até o presente. Desde a Assembléia Nacional Constituinte de 1986, torna-se cada vez mais clara a opção por um canal direto de comunicação, que culmina com a criação, no âmbito da discussão sobre Lei de TV a Cabo, dos canais legislativos de TV. Por fim, faz-se uma avaliação da situação atual, em que se configuram redes nacionais de transmissão digital de rádio e TV, interação pela internet, e novos projetos de circulação para os jornais impressos.

Palavras-chave

História da comunicação; comunicação pública; mídia governamental, Poder Legislativo.

História

Este texto é parte de uma pesquisa em andamento sobre o papel dos canais de comunicação do Poder Legislativo com os cidadãos. Uma perspectiva histórica é necessária de duas formas dentro deste trabalho, e gostaríamos de expôr estas vertentes da pesquisa como premissa para a leitura do texto. Por um lado buscamos o viés das causas explicativas para

¹ Trabalho apresentado ao GT de Jornalismo, do V Congresso Nacional de História da Mídia, Facasper e Ciee, São Paulo, 2007.

a existência desses canais de comunicação, e por outro buscamos entender os contextos existentes à época e que tornaram possível seu surgimento. Isso para buscar um entendimento tão de seu papel (versão institucional) quando de suas utilidades (versão empírica).

Nem sempre essas duas perspectivas, que parecem próximas, andam juntas. As fontes de pesquisa geralmente oficiais, ciosas de datas, inaugurações e atos normativos, dão conta de objetivos e eventos que nem sempre condizem com os fatos que determinaram o surgimento desses canais. Num meio eminentemente político, nem sempre é possível separar o ato e o evento criadores de uma instituição. E operar essa separação é um dos objetivos deste trabalho em curso. Tanto nos interessa o discurso a respeito da instalação dos canais quanto as práticas que dele se construíram ao longo do tempo.

Vamos tomar como exemplo o conceito de transparência, usado frequentemente como justificativa para a criação de canais de comunicação no âmbito do legislativo. Seria ingênuo pensar numa vontade de transparência dentro do cenário político brasileiro, seja local, estadual ou federal. Mas oficialmente essa justificativa aparece nos discursos inaugurais de todas as TVs legislativas, por exemplo, como uma missão a ser cumprida. Nos resta olhar para o leque de informações complementares para reconstruir uma história dessas TVs que possa responder a que vontade elas serviram em sua criação. Nos parece que a imagem parlamentar pode estar mais ligada com a fixação de eleitorados, com a participação em espaços mediáticos de videopolítica.

Também pode ser que o contexto histórico seja desvincilhado das práticas atuais. Nesse caso, entender a história e evolução dos canais pode nos instrumentalizar para entender possíveis pontos de mudança e visões sobre a reestruturação dos canais. Retomando o exemplo da transparência, mesmo que se deva ser cético quanto à vontade parlamentar de transparência, o efeito prático das TVs legislativas tem sido nesse sentido. Trata-se, neste momento, apenas de uma reflexão sobre como é possível fazer uma história política desses meios. Vamos apontar alguns caminhos que consideramos importantes para qualquer pesquisador que estude a história desses meios.

Introdução



No Brasil, a tentativa do poder político de manter um canal direto de comunicação com a população que não passe pelos filtros dos veículos privados é antiga. Desde 1935, o governo federal mantém o programa radiofônico A Voz do Brasil, antes conhecido como Hora do Brasil, instituído pelo governo Getúlio Vargas, e que tenta fazer essa ponte sem mediações entre as ações governamentais e os cidadãos.

Poderíamos ir mais longe e dizer que a imprensa no Brasil nasceu oficial. O primeiro jornal impresso em solo brasileiro, ainda no período colonial, “A Gazeta do Rio de Janeiro”, trazia notícias que eram basicamente comunicados do governo. A publicação, com duas edições por semana, foi fundada em 1808² e era impressa nas máquinas da Imprensa Régia, trazidas na bagagem da família real portuguesa, que se mudou para a então colônia para fugir das invasões napoleônicas na Europa (ADGHIRNI, 2006).

Mas essa intimidade do Poder Executivo com a comunicação pode ser recontada em nosso tempo também pela ação estratégica direta sobre os meios. Não devemos esquecer que a partir de 1938 a Hora do Brasil se torna obrigatória para todas as rádios, e apesar dos debates atuais sobre flexibilidade de horário para o programa, isso não ocorreu ainda. Mesclada à história do programa de rádio está a sua produtora, uma agência de notícias que atravessou governos, repúblicas e uma ditadura em diversas manifestações.

O programa de rádio mais antigo do hemisfério sul³ foi produzido a partir da Imprensa Nacional até a criação, em 1939, do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), principal iniciativa de Getúlio Vargas em comunicação. Com o fim da era Vargas, em 1945, o programa passou à jurisdição da antiga Agência Nacional, órgão do Departamento Nacional de Informações, que substituiu o DIP. Esse foi ainda o embrião da Empresa Brasileira de Notícias (EBN), que produziu o programa a partir de 1962 até sua extinção quando da absorção de suas funções pela Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás) em 1988⁴.

A partir da Voz do Brasil podemos seguir o projeto de intervenção do Executivo na área de comunicação. Atualmente o programa é produzido pela Radioagência Nacional, uma irmã da Agência Brasil, órgão oficial de imprensa da Radiobrás, que administra além disso

² http://pt.wikipedia.org/wiki/Gazeta_do_Rio_de_Janeiro

³ Guinness World Records 2007

⁴ Manual da Radiobrás



quatro rádios (Rádio Nacional AM Brasília, FM Brasília, AM Rio, e da Amazônia), dois canais de TV (TV Nacional e NBR, este em TV a cabo) e uma TV internacional (TV Brasil).

Podemos ver que a “vontade política de comunicação” no Poder Executivo produziu com efeito diversas iniciativas. Elas são importantes no entendimento da história de uma mesma vontade política dentro dos legislativos. Fora do escopo deste trabalho, uma ação semelhante pode ser aprofundada quanto à criação das TVs educativas e suas retransmissoras locais, antigamente conhecidas como “TVs comunitárias”. Os canais universitários locais, como TVU Pernambuco, de 1967, e educativos, como a TVE Rio, de 1968, ocuparam um espaço de veiculação e produção de programas orientados pelos governos locais ou federal, enquanto as retransmissoras, permitidas a partir de 1988, foram criticadas pela intervenção direta do poder local⁵.

Essa história pode nos ajudar a compreender a proliferação de estruturas de comunicação entre as assembleias legislativas e as câmaras municipais brasileiras. Longe de serem descoladas e propostas a partir de um ponto, ou causa central, o espaço dos legislativos na TV tem a ver com um desejo mais antigo de participação e divisão da atenção política dos telespectadores e ouvintes. Voltaremos mais tarde à questão do Legislativo no rádio.

As TVs do Legislativo

Mas se a experiência do Poder Executivo com televisão é antiga, não se pode dizer o mesmo do Legislativo no País. As TVs legislativas só se tornaram possíveis após a aprovação da Lei da Cabodifusão, de 6 de janeiro de 1995 (Lei 8977/95). A lei obriga as operadoras de TV a cabo a destinarem canais básicos de utilização gratuita, entre eles:

I - CANAIS BÁSICOS DE UTILIZAÇÃO GRATUITA:

(...)

- b) um canal legislativo municipal/estadual, reservado para o uso compartilhado entre as Câmaras de Vereadores localizadas nos municípios da área de prestação do serviço e a Assembleia Legislativa do respectivo Estado, sendo o canal voltado para a documentação dos trabalhos parlamentares, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;
- c) um canal reservado para a Câmara dos Deputados, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões;
- d) um canal reservado para o Senado Federal, para a documentação dos seus trabalhos, especialmente a transmissão ao vivo das sessões (...)

⁵ FRADKIN, Alexandre. Histórico da TV Pública / Educativa no Brasil



Já em 1995, no mês de novembro, a Assembléia Legislativa de Minas Gerais iniciou as transmissões de suas atividades em canal próprio de televisão. Naquele mesmo ano, o Senado aprovou um projeto de resolução que permitia a criação do canal de TV da Casa. Em 5 de fevereiro de 1996, a TV Senado iniciava suas transmissões. Dois anos após, em 1998, era a vez da TV Câmara entrar no ar.

Antes da Lei do Cabo...

Apesar de muito comentada, a Lei do Cabo não serve como ponto de partida para uma história dos meios no Legislativo. Se por um lado temos a construção desses canais a partir da aprovação da lei, resta saber que o próprio Senado tinha TV mesmo antes da discussão inicial da proposta. Na verdade, tanto a TV a Cabo, ou por Assinatura, quanto a atual TV Digital, aumentam a expectativa de ocupação por uma questão histórica brasileira. A limitação do espectro de transmissão de TV vigorou no Brasil durante muito tempo, e foram necessários 10 anos desde o advento da TV a Cabo na América Latina para que ela chegasse ao Brasil. Pela disputa de hegemonia que se travava no espectro aberto, o fechado nunca entrou em pauta, ou o fez bem mais tarde, quando países como Bolívia e Argentina já tinham suas experiências há uma década.

Antes da aprovação da Lei do Cabo em 1995, o embrião das TVs Legislativas já havia se formado. Desde 1993, o Senado Federal registrava as sessões e reuniões da Casa por meio de uma Central de Vídeo, que também produzia vídeos institucionais e distribuía material para as televisões privadas. Desse ano até a data de inauguração do canal de televisão, a Central de Vídeo do Senado recebeu investimentos de cerca de 8 milhões de dólares (SANTOS, 2006).

Segundo a pesquisadora Maria de Lourdes dos Santos (2006), a televisão legislativa brasileira “tanto pelo perfil de programação quanto pelo modelo de transmissão, teve como matriz o C-SPAN”. À época, o responsável pelo Projeto da TV Senado, Fernando César Mesquita (Secretário de Comunicação Social do Senado na presidência do senador José Sarney), foi a Washington (Estados Unidos) e acompanhou por uma semana o funcionamento da emissora norte-americana, conforme ela cita o depoimento do senador José Sarney programa comemorativo dos 10 anos da TV Senado. A C-SPAN é uma empresa privada de fins não-lucrativos, criada em 1979 pela indústria estadunidense de TV

a cabo como um serviço público. Segundo o *site* da emissora, a missão do canal é “oferecer acesso público ao processo político. A C-SPAN não recebe financiamento do governo. O funcionamento da TV é pago pelas afiliadas do serviço de cabodifusão e satélites que apóiam a programação da C-SPAN”⁶.

Porém, a produção de material jornalístico institucional no Congresso Nacional é anterior à criação da Central de Vídeo do Senado. Durante a Constituinte (1987/1988) foi produzido um telejornal diário com dez minutos de duração que ia ao ar em um canal aberto. Segundo a jornalista, professora da Universidade de Brasília (UnB) e editora do telejornal, Célia Ladeira⁷, o “Diário da Constituinte” foi a primeira experiência de telejornal sobre o legislativo na TV aberta. O programa mostrava os bastidores, notícias e entrevistas sobre os discutidos na Assembléia Constituinte.

O deputado Ulisses Guimarães - presidente da Assembléia Nacional Constituinte - era o responsável político pelo telejornal. Ele era produzido nas dependências da Câmara dos Deputados com uma equipe contratada (cerca de 10 pessoas entre editores, repórteres, chefe de reportagem) e com a equipe técnica do Centro de Produção Cultural e Educativa da UnB (CPCE) - não me lembro bem mas acho que foram usadas 3 equipes - cinegrafista e 2 assistentes cada.

O telejornal ia ao ar em dois blocos, entre as 12 e as 14 horas, e no horário nobre, entre 19 e 21 horas.

O jornal tinha como objetivo mostrar de forma imparcial os debates e os temas em discussão. Seu conteúdo era jornalístico e como não tomava posição política o Diário provocava muita discussão, toda ela contornada pelo deputado Ulisses Guimarães. Havia o Centrão, um bloco de parlamentares de centro-direita, que votava contra as inovações na Constituição. Os parlamentares mais progressistas tentavam introduzir mudanças. Estes grupos se digladiavam para aparecer no O noticiário procurava sempre mostrar os 2 ou 3 ou 4 lados de cada tema em debate.

A grande diferença da cobertura entre o Diário e os noticiários do Legislativo em geral e a TV aberta, comercial, é que nesta última só aparecem os líderes principais falando, o presidente da Casa e um ou outro parlamentar de destaque. Na TV do Legislativo, o que se busca - ou se deveria buscar sempre - é garantir espaço democrático para que todos apareçam.

A discussão dessa proposta foi recheada de polêmica, com a presença dos representantes dos canais de TV, contrários à seção de espaço. A primeira regulamentação sobre o acesso à TV saiu junto com a reformulação da Voz do Brasil. O projeto de regulação de funcionamento da Constituinte previu a inserção do legislativo no programa de rádio e o

⁶ Tradução livre de *Our mission is to provide public access to the political process. C-SPAN receives no government funding; operations are funded by fees paid by cable and satellite affiliates who carry C-SPAN programming.*

⁷ Em entrevista à equipe de pesquisa.



tempo de TV. Esse “regimento” da Constituinte teve como relator o então senador Fernando Henrique Cardozo, que enfrentou críticas por acatar a proposta.

Já do meio para o fim da Constituinte, um projeto foi apresentado para transformar a idéia num programa permanente, um “Diário do Congresso”. A proposta, do deputado Maurílio Ferreira Lima, foi criticada duramente, inclusive comparando à medida a interferências do regime militar. Isso não é novo, mas se repetiu com a instalação dos canais de TV atuais. O jornalista Boris Casoy saudou a TV Senado com seu costureiro “isto é uma vergonha” à época de sua inauguração.

Célia Ladeira também sublinhou que foi com a produção do Diário da Constituinte que surgiu a idéia do primeiro concurso para jornalistas do Senado Federal, realizado em 1989. Segundo Francisco Sant’Anna, jornalista concursado do Senado e doutorando em Comunicação com uma tese sobre as mídias daquela Casa

pela primeira vez na história do Parlamento um concurso era realizado para selecionar jornalistas a serem contratados com base no conhecimento profissional, teórico e prático. Até então, esses profissionais ou ocupavam cargos de confiança, de caráter temporário, e eram escolhidos em função de afinidades pessoais e políticas, ou tinham sido contratados se valendo de processos menos transparentes e democráticos. (ADGHIRNI, 2006)

De acordo com Sant’Anna, a imprensa tradicional foi resistente à organização do concurso e jornalistas que se inscreveram acabaram sendo demitidos antes de fazerem a prova. Somente em 1993 é que os jornalistas aprovados – 36 entre 2 mil inscritos – assumiram seus cargos. A Central de Vídeo foi a primeira a entrar em operação.

TV Câmara e TV Senado transmitem ao vivo as sessões plenárias e também cobrem o trabalho das comissões temáticas. Em alguns momentos de crise política, como durante a transmissão dos trabalhos da CPMI dos Correios, os canais institucionais chegaram a atingir níveis de audiência mais altos que alguns canais comerciais.

A história da TV Câmara está atrelada a esse mesmo momento, mas foi apenas em 18 de janeiro de 1998 que ela entrou no ar. Fora as decisões políticas, é preciso pensar em hipóteses bem mais materiais. O orçamento do Senado e da Câmara são similares, embora haja 81 senadores e 513 deputados. O parque gráfico do Senado, o centro de processamento de dados (Prodasen), o instituto de cooperação entre os legislativos (Interlegis), todas essas ações têm correspondência na Câmara, mas com uma defasagem de ímpeto bastante acentuada pela restrição orçamentária.



O papel fundamental de articulação política foi feito pelo Deputado Michel Temer, então presidente da Casa, no mesmo lugar de fala que José Sarney assumira no Senado. Na Câmara, a Central de Video foi idealizada para ocupar espaços nas TVs estatais administradas pela Radiobras. Sérgio Chacon, que dirigiu o projeto, também buscou modelos no exterior, e a Câmara acabou lançando a primeira TV totalmente digital do Brasil.

Rádios

A presença do Legislativo no rádio é mais antiga, se comparada com a televisão. Já em 1952, algumas Câmaras Municipais contratavam rádios locais para transmissão de suas sessões. Contudo, o legislativo federal só chegou às rádios dez anos mais tarde, em 1962, após a transferência da capital federal para Brasília. Nessa época, o programa “A Hora do Brasil”, que existia desde 1935 e tratava das ações do Executivo, passou a se chamar “A Voz do Brasil” e a dividir o tempo de transmissão diária com os poderes legislativo e judiciário (ADGHIRNI, 2006).

O núcleo do rádio do Senado Federal surge com a equipe responsável pela produção de “A voz do Brasil” e que alimentava por meio de um banco de radioreportagens 400 emissoras em todo o país.

Em 1996, o então presidente da Casa, senador José Sarney, instituiu uma comissão especial para criar um projeto de uma emissora de rádio institucional, operando em frequência modulada. Em janeiro de 1997, foi criada a Subsecretaria de Rádio Senado. O objetivo inicial desta subsecretaria era de transmitir as reuniões das comissões e o áudio do plenário durante as sessões. A emissora passou a veicular também outras ações institucionais, como a atividade dos senadores e do presidente.

Antes do surgimento da Rádio Senado, a Casa disponibilizava uma série de atividades relacionadas à produção de áudio. Além do jornal diário para veiculação em “A Voz do Brasil” com duração de 10 minutos, existia a produção dos boletins telefônicos, que podiam ser ouvidos por meio do serviço de 0800 (ligações gratuitas) e o “Dim dom”, o serviço de som interno do Senado, que está ligado em todos os gabinetes e departamentos da Casa, utilizado para fazer comunicados, transmitir o áudio das sessões e programação musical. Uma espécie de “intra-rádio”.



Hoje, a Rádio Senado é transmitida em FM (91,7 MHz) no Distrito Federal e região do entorno de Goiás, num raio de 150 km, atingindo uma população de 3 milhões de habitantes. A Rádio Senado Ondas Curtas cobre as regiões Centro-Oeste, Amazônia e Nordeste, tendo um público potencial de 70 milhões de pessoas (ADGHIRNI, 2006). Existe ainda a possibilidade de acessar a Rádio Senado pela internet.

A partir de 2001, a programação da Rádio Senado foi incrementada por novos programas. Além das transmissões das atividades da Casa e dos jornais e boletins informativos e da programação musical, a Subsecretaria passou a produzir também programas e séries culturais e de conteúdo histórico e educativo.

Em 2002, a emissora criou a Rádio Agência, que oferece todo o conteúdo da veiculado pela Rádio Senado FM em sua *site*. Os arquivos estão disponíveis para download gratuito, em formato MP3. A média de acesso mensal da página é de 82 mil⁸. porém não existem jornalistas exclusivos da Agência. O conteúdo veiculado ao vivo pela Rádio FM é convertido em MP3, disponível para *download* gratuitamente. Esse áudio é utilizado por outras emissoras de rádio do restante do país e até mesmo por emissoras de TV. Os jornalistas da Rádio se dividem em três turnos diferentes de trabalho, a fim de acompanhar todos os trabalhos da Casa.

A Rádio Câmara foi criada em 1999, dois anos após o início das atividades da Rádio Senado FM. Ela opera em frequência modulada no Distrito Federal (96,9 MHz), e é transmitida também pela internet ou pelo satélite Brasilsat 1 (SANTOS, 2005). Ela transmite as sessões plenárias, veicula *flashes* ao vivo de reuniões importantes (como CPIs e Conselho de Ética), de séries de reportagens e campanhas sobre temas ligados à cidadania, como direitos da criança, violência doméstica, meio ambiente, além dos radiojornais. A programação musical privilegia a MPB. A produção do boletim diário de “A Voz do Brasil” também é de responsabilidade da emissora.

Assim como a Rádio Senado, a Rádio Câmara oferece em sua página na internet todo o conteúdo da rádio em texto e áudio, disponível para *download* no formato MP3 gratuitamente, além de campanhas e séries educativas voltadas para a promoção da

⁸ Informação fornecida pelo jornalista da Rádio Senado **Jefferson** Dalmoro, durante a Oficina 1 “Rotinas de Produção em Emissoras do Estado”, no XXIX Intercom, Brasília, setembro/2006.



cidadania. Segundo o diretor do veículo, Humberto Martins, a missão da rádio na internet é disponibilizar conteúdo para outras emissoras de rádio.

Sabemos que existe uma carência de produção de conteúdo de qualidade, já que nem todas [emissoras] podem manter um repórter em Brasília para acompanhar os trabalhos da Casa. É caro. Os grandes veículos pararam de produzir conteúdo. Não existem mais os setoristas e a responsabilidade cai sobre o jornalismo público⁹.

Em julho de 2006, a Rádio Câmara contava com 723 emissoras parceiras, presentes em 561 municípios brasileiros, que reproduziam matérias e programas produzidos que estavam disponíveis no site da Rádio Agência, que contabilizou nesse mês um total de 36.689 acessos¹⁰.

Jornal e Agência

O Jornal da Câmara é o mais antigo dos veículos de jornalismo da Casa, criado em janeiro de 1998, em substituição de um antigo boletim informativo. Tem formato tablóide e tiragem de 10 mil exemplares diários (segunda à sexta-feira), em época de trabalho legislativo. No período de recesso ou trabalho menos intenso, o número é reduzido a uma edição semanal. É distribuído na própria Casa, aeroportos e enviado gratuitamente a assinantes e a assembleias legislativas e câmaras de vereadores. (SANTOS 2005). O enfoque do jornal está, sobretudo, nas ações parlamentares, com atenção especial aos discursos proferidos em Plenário. É o veículo mais apreciado pelos deputados, ao lado da Voz do Brasil, já que é o único que reproduz o conteúdo político dos discursos em Plenário. Criada em 27 de junho de 2000, a Agência Câmara de Notícias privilegia a divulgação das atividades institucionais da Casa em tempo real. É a mídia mais nova da Casa. Inicialmente, seu noticiário era disponibilizado como um serviço da Agência Estado. Em 2002, já era autônoma (SANTOS, 2005). Teve seu trabalho unificado ao Jornal da Câmara em abril de 2006. Os dois veículos agora trabalham em conjunto e formam a imprensa escrita da Câmara dos Deputados.

Em setembro de 2006, a Agência contava com uma média de 11 mil acessos diários. O conteúdo é reproduzido por mais de 500 *sites* de notícias, de jornais, de associações, de

⁹ Durante debate realizado no Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Oficina 1 “Rotinas de Produção em Emissoras do Estado”, no XXIX Intercom, Brasília, setembro/2006.

¹⁰ Informação oral do diretor da Rádio Câmara, Humberto Martins, em evento citado anteriormente.



entidades e de ONGs¹¹. No mês de novembro último, ela comemorou a publicação de sua matéria de número 100 mil e inaugurou um novo *design* de sua página na internet.

O público do veículo é segmentado, segundo a diretora em exercício da Imprensa Escrita, Patrícia Roedel. Ela afirma que quem acessa regularmente as informações disponibilizadas no *site* são empresas, ONGs, entidades de classe (associações, sindicatos). São grupos com interesses específicos, em busca de informações específicas:

Por exemplo, o *Green Peace* [ONG internacional] entra na Agência Câmara para saber a respeito de projetos sobre meio ambiente. O *Transparência Brasil* [ONG brasileira] entra para saber como está a atuação dos deputados. A Confederação das Indústrias acessa o *site* para obter informações a respeito de projetos sobre tributação (PAZ, 2006, p. 77).

Jornal do Senado e a Agência Senado foram criados num mesmo momento de reformulação da comunicação daquela Casa. Em 1995 o jornal foi criado e seu conteúdo passou a ser espelhado pela página, num sistema de simples transposição, como era feito à época por diversos jornais. O modelo foi a base para a primeira experiência jornalística em internet no Brasil do Jornal do Brasil, também em 1995. O fato de a Agência ter sido inaugurada antes somente reflete problemas de ordem prática, uma vez que a diferenciação de conteúdos veio após esse momento inicial.

Inicialmente com 1500 exemplares distribuídos em Brasília, o Jornal do Senado tem hoje uma tiragem de 55 mil em sua edição especial semanal e cerca de 40 mil diários. As edições especiais têm espaço para discussões sobre cidadania, orçamento e séries históricas, como a de 180 anos do Senado Federal.

Atualidades

Esse pequeno resumo da história da comunicação no Legislativo federal nos aponta para uma crescente importância da área na década de 90. Um passo decisivo e aparentemente irreversível colocou o Legislativo dentro de um espaço de comunicação com a sociedade muito diverso e ao mesmo tempo aberto. Um poder exposto todo o tempo aos olhares e leituras de quem tem acesso aos meios.

Tv a Cabo, Internet, e rádio locais ainda não são o meio mais eficaz de atingir uma população eminentemente pobre e afastada do processo político. Mas todos os projetos de

¹¹ Dados citados pelo diretor da Secom Willian França durante o 6º Congresso Brasileiro de Comunicação no



comunicação do Legislativo caminham no sentido contrário, de ir à caça desses possíveis expectadores.

O mais ousado deles é a expansão da TV Senado, que possui canais abertos em UHF desde 2006 em Brasília, Salvador, Recife, Fortaleza, Manaus, Rio de Janeiro e João Pessoa. O projeto inclui ainda Belém, Natal, Maceió, Cuiabá, Boa Vista, e Goiânia. Com a TV digital, que pouco a pouco substituiria a transmissão aberta atual, o número de canais será multiplicado, e a idéia cada vez mais forte é de canais legislativos cooperando e transmitindo dentro do espectro aberto de TV, para toda a população.

Ao mesmo tempo as cooperações seguem com iniciativas como o Parlamento Brasil, programa elaborado em conjunto pelas assembleias legislativas estaduais como forma de aperfeiçoar as produções locais.

Embora a expansão das rádios com a transmissão digital de TV esteja também programada, a Rádio Senado já opera em Ondas Curtas, com uma transmissão dirigida para as regiões Norte e Nordeste do Brasil, além do estado de Mato Grosso e do norte de Goiás. A exemplo do que acontece com a Rádio Nacional Amazônia, essa programação tenta atingir o interior do país, onde o rádio ainda é um meio forte de comunicação.

Nos resta agora construir uma história desses desenvolvimentos no que eles têm de político, ou seja, dos usos que se tem feito deles. Os próximos passos da pesquisa se referem aos usos eleitorais dos canais de comunicação, e uma história dos meios deve ser então refeita à luz desse novo dado. Como hipóteses fortes devemos pensar no desenvolvimento programado duplamente por uma expansão da transparência e da exposição política.