



UNIVERSIDADE DO LEGISLATIVO BRASILEIRO

RÁDIO SENADO: A INTERAÇÃO COM A SOCIEDADE

José Ribamar Rodrigues

Brasília - 2005



UNIVERSIDADE DO LEGISLATIVO BRASILEIRO

José Ribamar Rodrigues

RÁDIO SENADO: A INTERAÇÃO COM A SOCIEDADE

Trabalho final apresentado ao Curso de Especialização em Direito Legislativo realizado pela Universidade do Legislativo Brasileiro-UNILEGIS e Universidade Federal do Mato Grosso do Sul-UFMS como requisito para obtenção do título de Especialista em Direito Legislativo.

Orientadora: Prof^a: Ilana Trombka

Brasília - 2005

Para meus filhos Denis, Ítalo e Tâmires e esposa Neide, pela compreensão esmerada ao longo do curso; ao meu neto, Vitor Henrique e aos meus pais “in memoriam” Américo Rodrigues e Maria Izabel – símbolos de grandeza e retidão para com a família.

Agradecimentos

A todos os professores pelas valiosas sugestões durante o curso.

A minha orientadora, professora Ilana Trombka, pela seriedade com que encara a atividade acadêmica e pela atenção dispensada a esta pesquisa, desde quando ministrou a disciplina Metodologia do Trabalho Científico.

Ao coordenador, professor Alexandre Damasceno, pela condução competente das atividades acadêmicas e sempre solidário em todo o período do curso.

A advogada Leila Fernandes, pela assessoria durante o curso, especialmente quando da produção dos textos das disciplinas jurídicas.

Ao meu filho, Dênis de Oliveira Rodrigues, pela paciência em “traduzir” o texto manuscrito e digitá-lo.

Aos funcionários da Universidade do Legislativo-UNILEGIS, e em especial a Secretária Luciana Galdino, da noite.

Resumo

Este estudo analisa como a Rádio Senado, apesar do seu caráter institucional, pode contribuir para a construção de uma imagem dos políticos bem diferente da que se tem hoje em todo o país.

Para comprovar essa contribuição foi analisado o conteúdo veiculado pela emissora, e os critérios que relacionam a existência de uma programação voltada para uma comunicação interativa e cidadã. Dessa análise, constatou-se que a Senado FM mantém uma interação com o público de todo o país, seja através dos programas transmitidos na frequência de FM, ou pelos núcleos especiais de Ondas Curtas, que tem uma programação voltada para as regiões Norte/Nordeste e Centro-Oeste, ou ainda pela Radioagência que tem em sua base de dados 800 emissoras cadastradas recebendo, diariamente, todo material produzido sobre a atuação dos 81 senadores.

O estudo confirmou que depois da estruturação da Comunicação Social do Senado Federal, a atividade parlamentar ganhou uma nova dimensão, até porque a sociedade passou a fiscalizar, quase que em tempo real, as ações dos senadores.

Quanto ao aspecto jurídico-legal verificou-se que a radiodifusão sofre o controle dos três poderes e que, em relação ao Poder Legislativo, os doutrinadores já questionam a eficácia desse controle que é essencialmente político no que se refere à análise das concessões ou renovações das outorgas das emissoras de Rádio e TV.

Sumário

1. Introdução	7
2. O Referencial Teórico da Comunicação	8
3. As Origens do Rádio	9
4. O Rádio no Brasil	11
5. A Radiodifusão no Direito Brasileiro	12
6. Serviços de Radiodifusão: A natureza jurídica	14
7. O Controle do Congresso Nacional Sobre a Radiodifusão	14
8. A Comunicação no Senado Federal: História e Evolução	15
8.1 Do Serviço Din-Dom a Senado FM	17
8.2 Rádio Senado: O Legislativo se Aproximando da Sociedade	17
8.3 A informação, a Música e a Prestação de Serviços	21
9. Os Núcleos da Rádio Senado: Ondas Curtas e Radioagência	23
10. Conselho de Comunicação Social: O Controle Social da Mídia Eletrônica	26
11. Conclusão	29

1 – Introdução

O rádio, ao longo dos seus 80 anos de Brasil vem, em meio aos avanços tecnológicos, se redescobrando e devido a instantaneidade na informação, continua atraindo e mantendo audiência diversificada em quase todas as regiões. É desse importante meio de comunicação que o presente artigo trata com a abordagem centrada nas políticas de comunicação do Legislativo, e de forma específica como a imagem do Senado Federal é retratada para a sociedade pela Rádio Senado que opera na frequência de 91,7 MHz, na faixa de FM e em Ondas Curtas, sintonizada na faixa de 49 metros, na frequência de 6.190 KHZ.

Desde sua implantação, em 1923, no Rio de Janeiro, o rádio vem sofrendo profundas reestruturações para se adequar à concorrência dos demais meios, como a TV, e continuar conquistando “corações e mentes” em todo o país. Assim, ao deixar a fase de veículo de comunicação de massa, na década de 40, e atingir o período da segmentação na década de 90, o rádio não perdeu a sua majestade e hoje atinge expressiva audiência, tanto nos grandes centros como nas cidades de pequeno porte.

Diferentemente das rádios comerciais, as rádios estatais, como a Senado FM, não sobrevivem de anúncios publicitários e têm sua manutenção paga com recursos públicos constantes do orçamento destinado à referida instituição.

A página eletrônica (www.senado.gov.br/radio), cita que a emissora de rádio nasceu com o “intuito de articular uma série de iniciativas desenvolvidas do Senado Federal” e tem como objetivos principais divulgar as ações legislativas, a música e a cultura brasileiras.

Portanto, considerando que o jornalismo e a atividade política se completam e são fundamentais ao exercício da democracia, este estudo analisará o papel da Rádio Senado na disseminação de informações relacionadas as ações legislativas desta Casa que representa à Federação. Como veículo instantâneo e portátil, o rádio pode funcionar como um autêntico prestador de serviços e construir uma imagem dos políticos bem diferente da que se tem hoje em todo o país.

Apesar de ser uma emissora institucional, a Rádio Senado, através de seus núcleos: (FM, Ondas Curtas e Radioagência), não restringe a sua programação apenas a cobertura das ações dos senadores e inclui no seu rol de atuação programas especiais de cultura e jornalismo, o que reforça a tese de que a emissora

além de cumprir o seu papel, ainda abre o canal para a cidadania quando aborda temas de interesse da sociedade.

2 – O Referencial Teórico da Comunicação

Os meios de comunicação vêm promovendo mudanças nas formas de convivência social e atingindo o cotidiano das pessoas com repercussão no próprio debate que se trava hoje, em torno da pesquisa em comunicação.

A tradição norte-americana de estudos de comunicação identificou os meios de comunicação como agentes de controle e manutenção do sistema dominante com o emissor prevalecendo com sua política ideológica em relação ao receptor. Esse modelo hegemônico tinha o receptor como sujeito passivo, a exemplo do que ocorria na teoria hipodérmica desenvolvida pela sociologia norte-americana entre os anos 20/40 e que tem como principal teórico Harold Lasswell.

A proposta para superação do modelo mecanicista da teoria hipodérmica, adianta Mauro Wolf(1995,p.29), “deu-se segundo três diretrizes: as abordagens empíricas do tipo psicológico-experimental, sociológico e funcional”. Essas três abordagens trabalhavam com a necessidade de se revisar o aspecto comportamental da teoria hipodérmica (estímulo/resposta) com estudos incluindo os efeitos persuasivos provocados pelas mensagens nos indivíduos. O binômio estímulo/resposta mantém sua estrutura lógica com o par causa/efeito.

Os teóricos vão orientar seus trabalhos, explica Wolf, a partir de duas coordenadas: “a primeira representada pelas características dos receptores e a segunda pelas pesquisas sobre a organização das mensagens com finalidades persuasivas”.

O ápice do modelo hipodérmico e a proposta de revisão ocorrem no período entre as duas guerras mundiais quando o rádio atinge a sua fase áurea na Europa e nos EUA, tendo sido usado para medir forças entre os nazistas e os aliados.

O modelo de comunicação assimétrica permeia a década de 1940 e início dos anos 50, quando a escola de Frankfurt, através de Adorno e Horkheimer lançaram manifestos repreendendo as teorias vigentes por se desvincularem da pesquisa social e contribuírem para a manutenção da ordem social. É a Teoria Crítica que surgiu em contraponto a pesquisa administrativa da teoria hipodérmica.

Outras teorias desenvolvidas na França e na Inglaterra, na década de 1960, vão se opor à linha do “Communication Research” (pesquisa administrativa). São elas a teoria culturologica, o estruturalismo e os estudos culturais.

Na década de 1980, segundo revela Roseli Fígaro (2001, p.55), as pesquisas dos Estudos Culturais apropriaram-se de contribuições fornecidas pelo antropólogo americano Clifford Geertz, com seu conceito de cultura “como complexa rede de significados” e pelo sociólogo Anthony Giddens, com sua teoria da estruturação das práticas sociais, com repercussão junto a pesquisadores europeus e latino-americanos, a exemplo de Guillermo Orozco.

É nesse quadro que ganham espaço os Estudos de Recepção que vão se diferenciar das demais teorias por analisar as múltiplas relações que ocorrem no campo da comunicação e por conferir ao receptor um tratamento conceitual que, a priori, condena a idéia de sociedade massificada.

Pelo visto, a trajetória das Teorias de Comunicação analisadas até aqui vai demonstrar que os meios de comunicação sempre foram estudados a partir do emissor e o receptor era visto como sujeito passivo, não permitindo uma comunicação de mão dupla.

3 – As Origens do Rádio

É no início do século XX que o rádio começa a se delinear nos Estados Unidos, após estudos desenvolvidos por David Sarnoff. A KDKA é a primeira emissora de rádio do mundo e nasceu em Pittsburgh, em 1920. Além de Sarnoff outros cientistas trabalharam para massificar o conceito de radiodifusão: Frank Conrad lançou as bases de uma emissora comercial e Guglielmo Marconi como pioneiro, em termos da indústria eletro-eletrônica.

Em relação a Marconi, a literatura registra que a saga desse italiano em prol do rádio data de 1896, quando se tornou famoso por patentear o veículo aproveitando os conceitos e experimentos já existentes. Essa invenção, segundo os historiadores, deu início ao conceito de “era das comunicações”.

Na Europa e Estados Unidos, também outros pesquisadores trabalharam na idéia de transmissão de voz humana, após um longo e contínuo processo evolutivo nas telecomunicações. Figuram na lista James Clerk Maxwell que em estudos, em 1873, comprovou a existência de uma “energia radiante invisível”, o

alemão Heinrich Rudolf Hertz descobre, em 1887, as ondas eletromagnéticas; o francês Eduard Branly, na seqüência identifica e comprova as ondas hertzianas; o inglês Sir Oliver Lodge cria o conceito de sintonia e o russo Aleksander Stepanovich Popov, que dois meses antes de Marconi, fez uma transmissão de Código Morse a uma distância de 250 KM.

Um brasileiro também integra o rol dos pesquisadores da radiofonia: o padre gaúcho Roberto Landell de Moura que realizou, em São Paulo entre 1893-1894, as primeiras transmissões de telegrama e telefone sem fio. Considerado como o verdadeiro inventor do rádio no Brasil, o padre Landell, em São Paulo fazendo uso de um transmissor e receptor, fruto de sua própria invenção, com ondas de rádio e luz - emitiu da Avenida Paulista, sinais que foram captados no alto de Sant'ana, cobrindo em linha reta uma distância de 8KM.

Por sua invenção o padre foi considerado louco e perseguido pela Igreja. O mundo também desconhece a contribuição de Landell, a exemplo do que ocorre com o Santos Dumont, o pioneiro da aviação.

Depois da KDKA, em Pittsburgo, outras emissoras foram implantadas pelos quatro cantos do planeta. O rádio deixa de ser a caixinha de música prognosticado por David Sarnoff para ser o veículo da informação. O público norte-americano acompanhou todas as informações do afundamento do Titanic, graças a ação do próprio Sarnoff que de uma estação de rádio de Nova Iorque passou, três dias e três noites, decifrando mensagens telegráficas recebidas do local do acidente.

Na década de 1950, o rádio começa a ser sufocado pela televisão. O público que demonstrava lealdade aos programas radiofônicos não resiste a novidade e na medida que podia comprar um televisor, imediatamente cedia o espaço da sala para a TV, indo o rádio para a cozinha.

Numa concorrência vigorosa com a televisão, o rádio ganha uma nova injeção de ânimo: o transistor o que lhe permite a mobilidade. Livrando-se do "cordão umbilical", o fio elétrico, o rádio se viabiliza junto ao público norte-americano no período pós-guerra e, da sala de estar ganha o quarto, a cozinha, o automóvel e a praia.

4. O Rádio no Brasil

No Brasil, a chegada do rádio decorre do avanço do capitalismo norte-americano após a 1ª guerra mundial quando as empresas daquele País buscavam novos mercados para garantir e ampliar seus níveis de lucro.

Vários autores registram que o rádio no Brasil, nasceu no Recife, a partir de experiências feitas por amadores, no dia 06 de abril de 1919, com a inauguração da Rádio Clube de Pernambuco por Oscar Moreira Pinto⁽¹⁾

Em 7 de setembro de 1922, a Westinghouse lança oficialmente o rádio no Brasil, inaugurando uma emissora, cujo transmissor, de 500 watts, estava localizado no alto do Corcovado, informa Ortriwano (1985, p.13), esclarecendo que alguns dos membros da sociedade carioca puderam ouvir em casa o discurso do presidente Epitácio Pessoa, alusivo à data, através dos 80 receptores especialmente importados para o ato comemorativo. A rádio chegou, inclusive, a transmitir óperas apresentadas no Teatro Municipal do Rio de Janeiro e essas transmissões não prosperaram por falta de um projeto que assegurasse sua continuidade, afirma ela.

A instalação da primeira emissora de rádio no Brasil ocorreu, em 1923, três anos após a inauguração da primeira rádio nos EUA. Em 20 de abril daquele ano começou a funcionar, oficialmente, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Roquete Pinto e Henry Morize.

Inicialmente com uma programação educativa, esta emissora nasceu com o propósito de “levar a cada canto um pouco de educação, de ensino e de alegria”. A programação estava voltada para atender objetivos propostos pelos seus fundadores, relata Gisela Ortriwano.

A época somente tinha acesso a programação radiofônica a elite brasileira, já que os receptores eram importados. A expansão do rádio no País ocorre já na década de 1920, com as emissoras sendo administradas por sociedades ou clubes. Nesse período, o rádio era financiado pelos ouvintes que pagavam uma contribuição ao Estado pelo uso das ondas hertzianas.

De 1930 a 1950, o rádio vive a sua fase empresarial, propiciada pelo advento da publicidade, legalizada pelo decreto nº 21.111, de 1º de maio de 1932. Outros fatos marcantes para área de comunicação ocorreram neste período, como a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda, em 1939, a inauguração em 12 de dezembro de 1936, da Rádio Nacional.

Preparado como empresa, o rádio vive na década de 1940, a chamada “era de ouro” e se constitui no autêntico meio de mobilização de massas. Para Ortriwano (1985, p.19) “o impacto do rádio na década de 30 foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria a produzir 30 anos depois”.

Nas décadas de 1930 e 1940, o rádio brasileiro vive o seu auge com o lançamento de programas e de radionovelas que vão ao encontro do gosto do público e, com a concorrência acirrada na radiofonia, o ambiente se torna propício para o surgimento do Ibope, em 13 de maio de 1942. A primeira radionovela “Em Busca da Felicidade” vai ao ar em 1942 pela Rádio Nacional, com as demais emissoras adotando o gênero. Em 1945, só a Rádio Nacional apresentava, diariamente, em sua grade de programação 14 novelas.

As emissoras também enveredam para outros campos de especialidade, como esporte e o jornalismo. Em 28 de agosto de 1941, às 12h45min, a Rádio Nacional colocava no ar o “Repórter Esso” apresentado por Heron Domingues e produzido pela United Press International-UPI. Testemunha ocular da “história”, o Repórter Esso marcou a radiofonia e esteve no ar durante 27 anos, tendo sido extinto em 31 de dezembro de 1968.

Na expansão do rádio brasileiro cabe registrar o papel dos Diários Associados, grupo fundado por Assis Chateaubriand composto também por jornais e TVs. A inauguração da Rádio Tupi, em 1935, no Rio de Janeiro, marca uma nova fase da radiodifusão com o lançamento de programas jornalísticos e a veiculação de publicidade(2).

5 – A Radiodifusão no Direito Brasileiro

Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117 de 27 de agosto de 1962) marcou o início do Poder Executivo nos campos das telecomunicações. O Código enumera toda a legislação sobre radiodifusão (rádio e Tv) e outros serviços de telégrafos e telefonia.

O Código define o monopólio estatal sobre os negócios das Telecomunicações no Brasil revelam Arlindo Machado, Caio Magri e Marcelo Masagão, no livro Rádios Livres: a reforma agrária no ar. Acrescentam que o Código é fruto das pressões das classes dominantes:

“Ele é resultado, de um lado, das pressões exercidas pela burguesia que operava no setor e que necessitava de garantias legais para o exercício de sua atividade e, de outro, dos interesses de uma tecnocracia burocrática baseada nos partidos políticos de tendência racional populista”.
(Machado,1986.p.172)

Durante o período ditatorial, poucas mudanças ocorreram no referido Código e as que foram implementadas serviram para adaptá-lo aos rigores do regime discricionário. Para se ter uma idéia do monopólio estatal sobre a radiodifusão, a concessão dos canais de Rádio e TV era de competência do Presidente da República.

A promulgação da nova Constituição, em 1988, e a criação da Agência Nacional de Telecomunicações-ANATEL trouxeram mudanças significativas para o setor. O art. 48 da CF/88 assegura que cabe ao Congresso Nacional, com a sanção do Presidente da República, dispor sobre telecomunicação e radiodifusão (art. 48, XII). É no Capítulo V (Comunicação Social Arts. 220 a 224) que há toda legislação sobre a concessão e outorgas de canais de Rádio e TV. Além do fim da censura a liberdade de criação, pensamento e expansão. Em seu art. 223 e parágrafos dispõem:

Art. 223 Compete ao Poder Executivo outorgar, e renovar concessão, permissão e autorização ao serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

§ 1º O Congresso Nacional apreciará o ato no prazo do art. 64 §§ 2º e 4º, a contar do recebimento da mensagem.

§ 2º A não-renovação da concessão ou permissão, dependerá de aprovação de, no mínimo, dois quintos do Congresso Nacional, em votação nominal.

§ 3º O ato de outorga ou renovação somente produzirá efeitos legais após deliberação do Congresso Nacional, na forma dos parágrafos anteriores.

§ 4º O cancelamento da concessão ou permissão, antes de vencido o prazo, depende de decisão judicial.

§ 5º O prazo da concessão ou permissão será de dez anos para as emissoras de rádio e de quinze para as de televisão.

Como se observa a Constituição de 88 retirou do Presidente da República a exclusividade da concessão e/ou renovação dos canais, mas manteve os prazos de 10 e 15 anos, respectivamente para renovação dos canais de Rádio e TV expressados no Código de Telecomunicações (Lei 4.117/62 § 3º e CF/88, art. 223. § 5º).

Luciana Raso Sardinha (2004, p.75) destaca que o instituto da concessão é adotado quando o Estado passa a assumir novos encargos nos campos social e econômico. Assim, ela revela que o instrumento da concessão no serviço público é

considerado pelos especialistas do direito como “a primeira forma utilizada pelo poder público para transferir a terceiros a execução de serviço público”. Adianta que a doutrina apresenta duas correntes em termos de análise da natureza jurídica das concessões de serviço público:

“... a que defende que a concessão é contratual, distinguido no contrato algumas características típicas e peculiares do Direito Administrativo e a que sustenta as concessões como ato administrativo, desprovido de qualquer característica contratual”.(idem. p. 76)

6 – Os Serviços de Radiodifusão: A Natureza Jurídica

Os serviços de radiodifusão podem ser explorados pela própria União ou conforme estabelece a legislação, mediante concessão, permissão ou autorização. A Constituição Federal, nos termos do Art. 21, XII, estabelece como se dá a relação jurídico-administrativo entre a União e a pessoa jurídica vencedora do edital de convocação:

Art. 21. Compete à União: EC nº 8/95 e EC nº19/98
XII – explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão:
a) os serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagem

Ressalta-se que a concessão de serviços de radiodifusão pelo Poder Executivo depende de aprovação no Congresso Nacional, de acordo com o Art. 223. § 3º da CF/88. Percorrido este trâmite, a União confere a outorga e a pessoa jurídica vencedora fica habilitada a explorar a frequência, sendo a partir daí responsável pela gestão dos canais de Rádio ou TV.

7 – O Controle do Congresso Nacional Sobre a Radiodifusão

Além do controle exercido pelos poderes Executivo e Judiciário, o Poder Legislativo, através do Congresso Nacional também exerce a sua fiscalização sobre a radiodifusão conforme preceitua do inciso XII dos Arts. 48 e 49 e do Art. 223 da Constituição Federal e seus §§ 1º 2º e 3º.

Luciana Raso Sardinha (2004. pp. 176-177), cita que o controle político exercido pelo Congresso Nacional sobre a radiodifusão dilui a força do Executivo no ato da outorga da concessão, que antes possuía “a exclusividade na escolha do direito de outorgar, renovar, declarar peremptas as concessões e permissões”. Ela

questiona, inclusive o papel dos políticos neste setor, informando que, nestes últimos quinze anos, o Congresso Nacional não deixou de referendar nenhuma outorga, o que torna este controle ineficaz.

Defende também que a sociedade deveria se manifestar quando da análise das renovações dessas concessões pelo Congresso Nacional:

“Seria de todo razoável, que neste momento de renovação do setor, a sociedade, talvez por meio de seus representantes do Poder Legislativo se manifestasse sobre a utilização dos veículos de comunicação, a fim de contribuir para melhor verificação da produção e da programação das emissoras”. (Sardinha, 2004, 177)

8 – Comunicação no Senado Federal: História e Evolução

A literatura consultada registra que a implantação dos canais de comunicação do Senado Federal tem uma relação próxima com o processo de abertura política no Brasil, a partir da década de 1970.

Segundo informa Márcia Yukiko Matsuuchi Duarte (2003, p.32), a cobertura jornalística parlamentar até o início dos anos 60 “limitava-se ao credenciamento de um profissional para cada órgão de imprensa diária ou estações telegráficas”. O advento do Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei nº 4.117 de 27 de agosto de 1962), autorizou o Senado Federal a produzir o seu primeiro noticiário de dez minutos inseridos na programação da Voz do Brasil(3).

Com o objetivo de editar o material que seria divulgado na Voz do Brasil, e enviado para outros veículos de comunicação, o Senado Federal criou em 1963, o Serviço de Radiodifusão, através da resolução nº 38/63 assinada pelo então presidente da Casa, Senador Áureo de Moura Andrade .

Trabalhando na perspectiva de dispor de seus próprios veículos de comunicação, em 1967, teve início a edição de uma súmula informativa – que resumia os assuntos políticos dos jornais do eixo Rio-São Paulo.

Segundo informou o senador Edson Lobão, ainda por volta dos anos 60, aconteceu a primeira tentativa de se implantar uma emissora de rádio no Senado Federal. Uma comissão de técnicos especializados foi ao exterior estudar o modelo no Legislativo. Entretanto, essa tentativa não prosperou devido à edição, em 1968, pela Junta Militar que governava o Brasil, do Ato Institucional nº 05, que previa o fechamento do Congresso Nacional, por tempo indeterminado.

No auge da ditadura, na década de 1970, a Voz do Brasil abastecia os demais veículos de comunicação com informações dos poderes Legislativo e Executivo já que a imprensa tinha dificuldades na cobertura desses dois poderes.

Buscando dar agilidade a divulgação dos trabalhos da Casa, em 1972, o Serviço de Radiodifusão foi implantado e ganhou status de Secretaria de Divulgação e de Relações Públicas.

A década de 1980, marca o avanço da modernização do setor de comunicação no Senado Federal, acompanhando a redemocratização do país, que se iniciou em 1985, com a eleição de Tancredo Neves a Presidência da República, por intermédio do Colégio Eleitoral. Naquele ano, o plenário sofreu uma reforma para implantação de cabines de TV.

Com a instalação da Assembléia Nacional Constituinte, em 1987, adianta Márcia Yukiko (2003, p.33), o Senado montou uma estrutura de comunicação específica criando o Jornal da Constituinte e o programa Informativo “A Voz da Constituinte”, que preencheu o horário do Legislativo na Voz do Brasil e se destinava a divulgação das atividades da Assembléia. O Informativo servia também como espaço para que a sociedade pudesse participar do processo constituinte, através do envio de sugestões a parlamentares que elaboravam a nova Carta.

Com a promulgação da nova Constituição, em 1988, o Congresso Nacional readquiriu prerrogativas e ampliou suas atribuições o que fez com que o Senado Federal reestruturasse todo setor de comunicação, criando a Secretaria de Comunicação Social com intuito de promover uma maior interação entre os senadores e a sociedade.

A década de 1990, segundo ressaltam Márcia Yukiko (2003. pp. 33-34) e Luís Carlos Santana de Freitas (2004. pp.36-37), marca o início do atual modelo de comunicação do Senado Federal com a criação do Jornal do Senado (maio-95); a TV Senado (fevereiro-96) a Agência Senado (janeiro-97) e a Rádio Senado FM (janeiro-97). Esses veículos vão levar à sociedade as informações dos trabalhos dos senadores e amenizar o impacto das notícias publicadas pela imprensa tradicional credenciada para a cobertura jornalística na Casa.

8.1 – Do Serviço Din-Dom a Senado FM

Funcionando 24 horas por dia, uma programação eclética que vai da música ao jornalismo passando pela cobertura das sessões plenárias e das reuniões das comissões, a Senado FM surgiu, em 1997, com o propósito de articular uma série de ações desenvolvidas pelo Senado Federal, a exemplo do Jornal do Senado veiculado na Voz do Brasil. Também foram incorporados pela nova emissora, os boletins telefônicos enviados por meio de ligação gratuita e o serviço de som DIN-DOM pelo qual era transmitido o áudio das sessões plenárias, os avisos de interesse do público interno e música brasileira.

Em 1996, o senador José Sarney, então presidente do Senado, instituiu uma Comissão destinada a desenvolver o projeto de instalação da emissora, inicialmente em Freqüência Modulada-FM. A rádio foi instalada no dia 29 de janeiro de 1997, com a finalidade de dar cobertura às atividades legislativas do Senado Federal e do Congresso Nacional.

Desde sua fundação, a Senado FM tem se destacado pela veiculação de programas de caráter jornalístico, educativo, cultural e científico e por coberturas externas ao Congresso Nacional, tais como as edições do Fórum Social Mundial de Porto Alegre e Feiras Nacionais de Livros. Além disso, a emissora transmitiu as cerimônias de posse dos senadores e dos presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luís Inácio Lula da Silva.

8.2 – Rádio Senado: O Legislativo se Aproximando da Sociedade

A Senado FM 91,7 MHz atua com o propósito de informar à sociedade sobre as ações exercidas pelos Senadores, tanto no plenário como nas comissões, conforme preceitua ato de nº 15 da Comissão Diretora, publicado em 15 de maio de 2002.

O ato que disciplina os objetivos, a utilização e o funcionamento dos veículos de comunicação do Senado Federal determina no Art. 3º, a criação de Manuais de Redação e Procedimentos “que detalharão as normas de funcionamento” da TV, da Rádio, da Agência e do Jornal.

Com o objetivo de garantir equidade e a transparência no funcionamento destes veículos de comunicação, o dispositivo legal menciona no seu (art. 4º §

único) que as notícias veiculadas “terão caráter apartidário, imparcial e não opinativo”, e que “os senadores receberão tratamento equânime”, na cobertura das atividades legislativas.

O ato também autoriza a TV e a Rádio Senado a difundir a educação continuada à distância; a incentivar a implantação de uma rede legislativa de emissoras de rádio e televisão em todo o País e a contribuir com a integração entre os Legislativos Federal, Distrital, Estaduais e Municipais. (Art. 12, I, II e III)

Por fim, visando evitar o uso abusivo do aparelho comunicacional por parte dos senadores, os estúdios da rádio e da TV “só poderão ser utilizados para gravações de interesses institucional, ou seja, dos programas que efetivamente sejam veiculados na grade de programação das duas emissoras”. (Art. 14)

Essa postura editorial e funcional adotada pela Mesa Diretora impede que alguns parlamentares possam usar esta estrutura comunicacional em proveito próprio, desvirtuando os princípios que definiram a criação desses veículos, ou seja, a divulgação com equilíbrio e transparência das informações relacionadas ao processo legislativo.

A Senado FM com parte da proposta de aproximar o Legislativo da sociedade disponibiliza o seu sinal para as demais rádios de todo o país, na busca da construção de uma imagem dos políticos bem diferente da que se tem hoje. O sinal é transmitido a partir da torre de TV, situada no centro de Brasília, e tem uma abrangência num raio superior a 70 Km, atingindo todo o Distrito Federal e os municípios do seu entorno.

Além de ser sintonizada via receptor de rádio FM, na frequência 91,7 Mhz, a Rádio Senado, ainda opera em ondas curtas, sendo que o ouvinte para sintonizá-la tem que dispor de um receptor de rádio que possua faixa em ondas curtas em 49 metros, e frequência em 6.190 KHZ. Também a programação ao vivo da rádio pode ser acessada na internet, através do endereço www.senado.gov.br/radio e pelo serviço informativo 24 horas, disponível pelo telefone 080614455.

A grade de programação da Senado FM inclui informação, música brasileira e serviços. Por ser uma emissora que fica no ar 24 horas, inclusive nos finais de semana, a direção busca diversificar a programação com a veiculação de programas especiais de cultura e jornalismo, produção de reportagens e entrevistas sobre fatos que não envolvem de forma direta a atividade legislativa, mas que são de interesse da sociedade.

A diretora-adjunta, Beatriz de Mendonça, reconhece que por força de um ato da Mesa, a prioridade da emissora é dar cobertura aos trabalhos do plenário e das comissões, bem como a todas as audiências do presidente da Casa e as demais atividades realizadas no âmbito do Senado Federal, a exemplo das conferências promovidas pelo Interlegis.

Ela também afirmou que a emissora produz reportagens sobre temas relacionados com a comunidade, dentro da proposta de interagir com o público. A greve dos bancários ocorrida recentemente em todo o país, mereceu da emissora uma atenção especial, inclusive com entrevistas com os sindicalistas do movimento.

Outro instrumento de interação entre rádio e a sociedade é a sugestão de pauta que pode ser encaminhada à Secretária de Comunicação Social, através do site (www.senado.gov.br/secs). As pautas são distribuídas aos veículos de comunicação da Casa que se encarregam de transformá-las em reportagens ou matérias.

Beatriz Mendonça esclarece que uma sugestão de pauta sobre as condições das rodovias do estado de Minas Gerais foi aproveitada pela emissora:

“Uma vez chegou uma pauta por e-mail enviada por uma pessoa que mora em Minas Gerais e abordava a situação caótica das rodovias do seu estado. Com isso pautamos um repórter que entrevistou o senador mineiro Eduardo Azevedo, e esta foi uma matéria que saiu, inclusive, na Voz do Brasil. Então existe essa possibilidade de interação não só da Rádio para a sociedade, como da sociedade para a rádio. É uma via de mão-dupla.” (4)

Quanto aos e-mails ou ligações telefônicas, no Serviço 0800, a direção da emissora ressalta que nenhuma dessas comunicações fica sem resposta. A analista legislativa, Telma Ratton, é a responsável pelo acompanhamento diário desse material que chega a rádio. “Os elogios ou reclamações dos nossos ouvintes, em relação a programação merecem uma atenção especial”, frisa a servidora, explicando que quando o ouvinte não disponibiliza um e-mail, a resposta às suas observações vai por carta.

Os arquivos da Rádio Senado estão abarrotados de elogios e/ou reclamações encaminhadas por pessoas de todo o país, a exemplo do que fez Adão Gomes (5), no dia 03 de outubro do ano em curso. Residente em São João de Meriti, no Estado de Rio de Janeiro, reclamou que há algum tempo não consegue sintonizar a frequência FM da emissora.

Já Edvaldo Leite de Caldas, residente na cidade de Piancó, Estado da Paraíba, elogiou o programa especial sobre os 80 anos da Coluna Prestes, produzido e lançado em CD pela equipe de profissionais da emissora. No seu e-mail datado de 21 de setembro último, ele relata que está desenvolvendo um projeto de reconstituição da trilha da Coluna Prestes, no sertão da Paraíba:

“(...) A cidade de Piancó, localizada ao Sertão do estado da Paraíba, vai comemorar no dia 09 de fevereiro de 2006, os 80 anos da passagem da Coluna Prestes (...) que teve como maior acontecimento sua passagem pela cidade de Piancó, onde ocorreu naquela data embate entre os componentes da coluna e dos seguidores do padre Aristides Ferreira da Cruz, onde foi o mesmo trucidado com mais dez companheiros. (...)” (6)

Entretanto, a crítica mais ácida dirigida a emissora foi feita em setembro deste ano, por Paschoal Neto, em plena discussão sobre a campanha de desarmamento:

“(...) Venho transmitir meus protestos tendo em vista a maneira tendenciosa com que este veículo tem divulgado informações a respeito da campanha que visa dar aos bandidos o monopólio da posse e porte de armas. (...)” (7)

As observações feitas pelos ouvintes foram respondidas pela diretora-adjunta, Beatriz Mendonça, que enalteceu a intervenção deles em relação a conteúdos produzidos e divulgados pela rádio, mencionando que aguarda novas sugestões e comentários a respeito da programação. Sobre as críticas de Paschoal Neto, ela destacou a isenção da rádio sobre o tema em resposta ao ouvinte e pediu que apontasse o material divulgado de forma equivocada:

“Caro Paschoal, o presidente do Senado, senador Renan Calheiros, é também presidente da Frente Parlamentar pelo “Sim” no Referendo sobre a proibição da comercialização de armas no país. A respeito a orientação da Rádio Senado é manter isenção sobre o tema e divulgar, sempre que possível, as duas posições divergentes sobre o assunto. Caso algum produto divulgado pela Rádio Senado tenha fugido a essa orientação, pedimos que V.S^a. aponte um material, data e hora de divulgação para que possamos tomar as devidas providências evitando a repetição do equivoco (...)” (8)

Essas ações imediatas da direção da 91,7 MHz são importantes, na medida em que se observa o profissionalismo de todos seus membros, apesar de ser uma rádio pública e não ter nenhuma preocupação com os índices de audiência auferidos pelo IBOPE. Essa gestão profissional é benéfica principalmente quando se tem conhecimento da nacionalização do sinal da emissora, a partir de 2006.

Nesse sentido, o presidente do Senado, Renan Calheiros remeteu ao Ministério das Comunicações um ofício solicitando a concessão de canais em FM

para a veiculação do sinal da Rádio Senado em 15 capitais: Maceió (AL), João Pessoa (PB), Florianópolis (SC), Goiânia (GO), Cuiabá (MT), Macapá (AP), Palmas (TO), Boa Vista (RS), Porto Velho (RO), Campo Grande (MS), Manaus (AM), Fortaleza (CE), Salvador (BA), Rio Branco (AC) e Rio de Janeiro (RJ).

Ele justificou no ofício que a expansão do sinal da Rádio tem por objetivo ampliar “a divulgação dos trabalhos desenvolvidos no âmbito do Senado Federal”. Adiantou que implantação da emissora nestas capitais vai contribuir para o fortalecimento da democracia e da cidadania:

“Com as transmissões da Rádio Senado FM nas 15 capitais (...), o Senado Federal capacita-se a ampliar sensivelmente sua interatividade com a população brasileira, o que certamente representara notável contribuição para o fortalecimento da cidadania e a consolidação da democracia em nosso país”. (9)

Devido à expansão dos canais legislativos, dirigentes de emissoras de rádio e televisão criaram, em 14 de julho de 2003, em Brasília, a ASTRAL- Associação Brasileira de Televisão e Rádios Legislativas que reúne 17 casas que já têm emissoras funcionando ou em processo de instalação(10). A entidade visa defender os interesses das emissoras junto aos órgãos governamentais e à sociedade em geral, revela Luis Carlos Santana de Freitas. (2004, p.29)

Em julho de 2003, os profissionais de comunicação também fundaram a sua entidade de classe, a CONSEFE que segundo seus estatutos (art. 2º alínea II) tem por finalidade a luta pelo “respeito aos preceitos constitucionais e legais que garantem o direito à organização e à liberdade de expressão no exercício do trabalho no Senado Federal, bem com ao exercício ético profissional dos associados”.

8.3 – A Informação, a Música e a Prestação de Serviços

O ecletismo está presente na grade de programação da rádio por priorizar, no âmbito da informação a interatividade com o público quando promove debates e entrevistas com senadores e especialistas sobre os projetos que tramitam na Casa, a exemplo do que ocorre no programa Conexão Senado levado ao ar às 12h, de segunda à sexta feira. No programa do dia 19 de setembro do ano em curso, o tema em debate foi “Independência entre os Três Poderes”.

As principais notícias do dia são apresentadas nos demais noticiários da emissora como no “Senado Notícias” veiculado em 3 edições; 8h, 14h10min e às 22h; Senado Repórter, de terça a quinta-feira às 9h:30min e no Jornal do Senado, um programa com duração de 10min e inserido na Voz do Brasil, às 19h30min de segunda à sexta-feira, que resume os acontecimentos ocorridos no Senado Federal.

Produzido por Luciana Rodrigues, Ana Luzia Silveira e Ester Monteiro (editora), o Jornal do Senado é apresentado, ao vivo, pelos comunicadores João Marques, Thais Vivacqua, Osório Anchides, Analú Matos e Jefferson Dalmoro, que se revezam na bancada, sempre em duplas (locutor/locutora).

A editora do Jornal do Senado, Ester Monteiro, enaltece a contribuição da Voz do Brasil para o Legislativo, explicando que o programa é uma prestação de contas dos congressistas e promove à integração nacional:

“A Voz do Brasil contribuiu para o fortalecimento do Legislativo na medida em que funciona como uma prestação de contas dos congressistas ao povo. A contribuição da Voz do Brasil é efetiva(...) porque ela faz uma integração nacional (...) e as informações divulgadas chegam aos mais diversos rincões do país das regiões sul e norte/nordeste, sem qualquer diferença, sem complicação nenhuma das informações”.(11)

A Senado FM homenageou, inclusive, os 70 anos da Voz do Brasil completados em julho último, com a edição de um programa especial que reuniu músicas da época de ouro do rádio, na década de 30. Mesmo sob forte pressão dos radiodifusores que exigem que o Governo Federal retire a obrigatoriedade da formação da rede de emissoras de rádio, os poderes constituídos da República utilizam o horário das 19h às 20h, a partir da seguinte divisão: Executivo: 25min, Legislativo: 30min, sendo 10min, para o Senado Federal e 20min para a Câmara dos Deputados e o Judiciário: 5min. Desse horário, ainda, se reserva um minuto (descontado do Executivo/Legislativo) para o Tribunal de Contas da União-TCU, nas segunda, quarta e sexta-feira.

Quanto à programação musical, a Senado FM se diferencia da concorrência por apresentar programas que exploram toda a riqueza do nosso cancionário, englobando os seus estilos e épocas. Sob a responsabilidade dos programadores Rodrigo Caldas, Dinho Vilela e Gilberto Amorim, o repertório musical da emissora tem um diferencial por reunir programas de entrevista com músicos brasileiros, como a “Escala Brasileira”, que vai ao ar todo sábado às 20h, e reprise

na quinta-feira, às 23h, e o “Crônicas Musicais”, apresentando e produzido pelo ex-Senador Artur da Távola, todos os dias às 7h. A grade, ainda contempla outros gêneros musicais, com o “Matinas”, (música instrumental), todos os dias às 6h; a “Música Brasil” (variedades musicais), apresentado aos sábados às 18h e reprisado domingo às 11h e quarta-feira às 23h por “Jazz e Tal “, aos domingos às 20h com reprise na terça-feira às 23h e “A Música Erudita e seus Mestres”, no horário das 11h aos sábados e reprise no domingo às 15h.

Em relação à prestação de serviços, há na programação um espaço para informações sobre eventos meteorológicos, condições de aeroportos e estradas e serviço em geral. O programa Cidadania Dia-a-Dia, produzido e apresentado por Samara Saddeck e Rober Macedo, todos os dias às 7h se enquadra na linha de prestação de serviços com discussão de temas relacionados aos direitos e deveres do cidadão. Também os programas especiais de cultura e jornalismo são produzidos nesta linha de prestação de serviço. O ouvinte pode acompanhar esses especiais todas às sextas-feiras às 20h com reprises às 10h do sábado e às 17h do domingo. Nos dias 16, 17, 18 de setembro último, a Senado FM apresentou o especial “15 anos do Código de Defesa do Consumidor”.

Para atender a demanda da população por informações legislativas, a Senado FM já atua com uma programação inteiramente automatizada. A informatização atingiu todos os setores e o pessoal da produção à técnica foi treinado para utilização dos novos softwares e equipamentos.

A emissora conta com uma estrutura que divide os setores em produção, fitoteca, técnica, operações, reportagem, edição, locução, administração, os núcleos especiais de ondas curtas e Radioagência e cinco estúdios, sendo dois deles utilizados para as transmissões ao vivo (FM e OC) e os demais para as gravações, edições e montagens de todos os programas da emissora.

9 – Os Núcleos da Rádio Senado: Ondas Curtas e Radioagência

A Rádio Senado também possui em sua estrutura, os núcleos especiais de Ondas Curtas e Radioagência com o objetivo de ampliar o acesso da população à informação dos trabalhos legislativos.

Segundo informação do Site: www.senado.gov.br/ondascurtas, a operação da Senado OC teve início, em maio de 2001, e na fase inicial transmitia toda programação da Senado FM. Em 2002, a Senado OC. passou a ter uma grade

de programação diferenciada para as regiões Norte/Nordeste e Centro-Oeste, com a apresentação de um programa de variedades no horário das 7h às 8h. Em 2003, houve uma reestruturação da grade de programação e a emissora passou a cobrir as regiões citadas com programas em um formato “didático e popular”, para que o ouvinte saiba como as decisões tomadas no Senado Federal podem influenciar seu cotidiano.

Sob a direção do jornalista José Carlos Sigmaringa, a emissora transmite em Ondas Curtas programas que abordam temas como meio ambiente, saúde e reforma agrária. O programa “Senado é Mais Brasil”, das 7h às 10h, exibido todos os dias da semana, se encaixa neste perfil e, até setembro de 2005, recebeu cerca de 3.160 cartas de ouvintes, via o 0800-Alô Senado. Dentro do programa existem os quadros que vão ao ar sempre às 9h. São eles “Pergunte ao Doutor” e “Fique Por Dentro da Lei”, quando especialistas respondem as dúvidas das pessoas que por razões diversas não têm condições de procurar um médico ou um advogado.

O diretor Sigmaringa Seixas relata que esta prestação de serviços se enquadra na linha de ação da emissora de levar cidadania as pessoas destas regiões, e que têm na Senado OC a única forma de comunicação com o mundo exterior. Ele explica como ocorre esta interação entre a rádio e o público:

“O ouvinte manda uma carta para a emissora, descrevendo um problema de saúde. Vamos atrás de um especialista e com base na informação dada pelo ouvinte, este médico dá uma orientação de como ele deve proceder em relação a seu problema de saúde”.(12)

A relação da rádio com o público se estreita mais ainda quando os recados das pessoas para familiares são lidos pelos apresentadores do programa “Senado é Mais Brasil”, a exemplo do que ocorreu, no dia 07 de outubro deste ano, com Maria das Graças Marinho Carvalho. Ela enviou um recado ao seu irmão, Osmar Marinho, na Fazenda São Sebastião, no município de Cana Brava do Norte, Estado de Mato Grosso, pedindo que ligasse ou escrevesse para ela. A ouvinte, ainda pediu que enviasse para ela uma foto da equipe de profissionais da Senado Ondas Curtas. Essas solicitações são freqüentes, informa o diretor da emissora, esclarecendo que a proximidade com o ouvinte por intermédio das cartas cria esta relação de amizade.

Ele citou, que a programação da emissora inclui a produção de programas que traduzem a linguagem do processo legislativo explicando ao ouvinte o que é

uma Proposta de Emenda Constitucional, Ordem do Dia, a diferença entre sanção/promulgação e outros termos do dia-a-dia parlamentar.

A radiodramaturgia é outro tipo de programa cultural que a rádio produz com a abordagem focada no folclore brasileiro (lendas, contos e fábulas). A dramatização mais recente contemplou os contos: a Cartomante (Machado de Assis), a Negrinha (Monteiro Lobato) e o Tesouro (Eça de Queiroz).

Os quadros inseridos no programa “O Senado é Mais Brasil” são apresentados por uma bancada de comunicadores que se alternam: na segunda e sexta-feira (Alexandre Campos/Marcela Diniz) e na terça, quarta e quinta-feira (José Carlos Sigmaringa/Adriana Carla) e, no sábado e domingo (Sandra Matos/Rita Coutinho). Além dessa programação específica, a Senado OC transmite, simultaneamente, com a Senado FM, ao vivo, e na íntegra, todas as reuniões de comissões e as sessões plenárias.

A Radioagência é o outro núcleo da Senado FM que a população pode ter acesso para acompanhar as atividades dos senadores. Qualquer emissora de rádio pode reproduzir o material da Senado FM, desde que se cadastre no serviço da radioagência. Para ser acessada na internet, a Senado FM informa que a emissora conveniada deve dispor dos programas Real Player ou Windows Media Player. “A qualidade do áudio depende essencialmente da velocidade da conexão com a internet”, observa o site da emissora - (www.senado.gov.br/radio).

O diretor da Radioagência, Luís Carlos Fonteles, esclarece que os arquivos são atualizados em tempo real e podem ser baixados diretamente para o seu computador e colocados no ar, desde que a fonte seja citada. Ele destaca que o número de acessos aos serviços da Radioagência tem superado todas as expectativas o que comprova a importância que a população dá aos trabalhos legislativos.

Hoje 800 emissoras estão cadastradas na rede de comunicação legislativa, o que representa 10% dos municípios brasileiros, disse o diretor. A média de acessos é de 7.100 e, em agosto de 2005, houve a baixa de 166 mil arquivos, quando o Senado Federal teve uma forte exposição por conta dos trabalhos de plenário e das Comissões Parlamentares Mistas de Inquéritos-CPMIs, acrescentou. Os internautas costumam, inclusive, interagir com a Radioagência enviando críticas ou elogios, como fez Cássio Parrode Pires:

“(...) Eu ouço a Rádio Senado via net e pela freqüência dela o sinal em nenhum momento foi interrompido, o que a torna melhor. A programação (...), é também um diferencial das demais rádios. Além da transmissão das atividades do Senado Federal, trás com muita propriedade serviços de extrema utilidade pública, sem contar, e mister se faz mencionar, a programação musica”l. (13)

10 – Conselho de Comunicação Social: O Controle Social da Mídia Eletrônica

O Conselho de Comunicação Social foi criado pela Lei nº. 8.389, de 30 de dezembro de 1991, depois de intenso debate em torno do projeto de lei, de iniciativa do então Senador Pompeu de Sousa, e funciona como órgão auxiliar do Congresso Nacional, em matérias referentes à comunicação social, na forma do artigo 224 da Constituição Federal.

O Conselho segundo consta do art. 2º. da Lei que o instituiu, tem como atribuição a [...] “a realização de estudos, pareceres, recomendações e outras solicitações que lhes forem encaminhadas pelo Congresso Nacional, a respeito do Título VIII, Capítulo V, da Constituição Federal”, e em especial sobre a programação e a produção das emissoras de rádio e televisão. Também integram o raio de atuação do Conselho temas relacionados com o monopólio e oligopólio dos meios de comunicação, a defesa da pessoa e da família de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto na Carta Magna, bem como a outorga e renovação de concessão, permissão e autorização de serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens.

Instalado em 25 de junho de 2002, o órgão é composto por representantes da sociedade civil, das empresas de comunicação, jornalistas, radialistas e psicólogos, totalizando 13 titulares e 13 suplentes. O mandato de cada membro é de dois anos, podendo ser reconduzido uma única vez.

Na solenidade de instalação, o então presidente do Senado Federal, Ramez Tebet discursou sobre a importância do Conselho, esclarecendo que “este órgão vai contribuir para que a programação dos veículos de comunicação represente o desejo da família e da sociedade brasileiras”.(14)

Já o primeiro presidente, José Paulo Cavalcante Filho alertou para a necessidade do próprio Conselho conquistar a importância que têm seus similares norte-americanos, francês e de outros países europeus, sob pena de ser sufocado pelos interesses comerciais e políticos:

“...Se não for pelo diálogo, o Conselho pode ser sufocado por grandes redes, de um lado, de outro, pelas centenas de parlamentares que possuem rádios e Tvs. A prioridade inicial do Conselho será a digitalização da TV no País, que no curto prazo significará centenas de bilhões de dólares para o País vendedor – Estados Unidos, Europa, Japão ou China, sendo necessário levar-se em conta além da qualidade, a transferência de tecnologia e abertura de empregos”. (15)

Entretanto, conforme se depreende do art. 2º da Lei 8.389/91, o Conselho de Comunicação não tem poder para regulamentar e isso pode abrir brecha para que os proprietários de emissoras de rádio e TV pressionem os membros deste órgão, sobretudo quando das decisões tomadas quanto à programação desses veículos.

Na opinião de Luciana Raso Sardinha, o Conselho deveria ter poder regulamentar para fiscalizar o setor de Comunicação Social. Ela defendeu a criação de um órgão para o setor que não seja subordinado ao Governo, nem ao Congresso Nacional:

“A nosso ver, para que efetivamente se estabeleça o necessário reforço do poder regulamentador do estado nessa matéria, aliado à efetiva participação do povo no controle dos meios de comunicação social, é necessária a criação de órgãos públicos autônomos, ou seja, não estatal, não subordinado ao Governo nem ao Congresso Nacional e dotados de poderes típicos de regulamentar”. (Sardinha, 2004. p. 229)

Decorridos cerca de 3 anos de sua instalação, o Conselho de Comunicação tem buscado discutir de forma democrática o controle social da mídia eletrônica, especialmente no que se refere a questão do conteúdo, sem associá-lo à censura e sim a um controle relacionado a pluralidade e a diversidade da programação apresentada pelo rádio e TV.

Dentro da proposta de democratização dos meios de comunicação e na defesa intransigente da liberdade de manifestação de pensamento, da expressão e da informação, o Conselho debateu na 7ª reunião ordinária realizada em 1º de agosto de 2005, sob a presidência do acadêmico Arnaldo Niskier, o tema “Radiodifusão Comunitária: Desafios e Perspectivas”. Além dos conselheiros, participaram do debate representantes da radiodifusão comunitária e comercial; da Agência Nacional de Telecomunicações-ANATEL e da Polícia Federal.

O presidente da Associação Brasileira de Canais Comunitários, Paulo Miranda apelou a entidade para que interceda junto a ABERT, no sentido de impedir a posição reacionário do setor em relação a mídia comunitária brasileira que é constantemente classificada de criminosa e ilegal. Ele mencionou que o Conselho

de Comunicação Social tem um papel fundamental na definição de um modelo de política de mídia comunitária para o país:

“Nós temos que definir o que queremos para a nossa mídia comunitária e essa é a idéia número um, e a concepção número um que tenho é essa: qual a política de mídia comunitária para o país que nós queremos? É isso que precisamos definir. O Conselho tem um papel fundamental nessa definição porque algumas instituições ficam querendo fazer essa discussão, e lentamente, não conseguimos encaminhá-la junto ao Congresso Nacional ou ao Governo Federal”.(16)

O presidente da ABCCOM ainda conclamou aos conselheiros para que encampassem a guerra iniciada pela entidade para democratizar a comunicação no Brasil, e permitir que a população tenha acesso à informação desprovida de qualquer carga ideológica. Há no Brasil 203 canais comunitários disponíveis e prontos para serem ocupados, frisou Paulo Miranda, ao lembrar que ABCCOM precisa de recursos financeiros para instalação desses canais comunitários.

Presente à reunião, o presidente da Associação Brasileira de Rádio e Televisão-ABERT, José Inácio Pizani, assegurou que a entidade que reúne 2.600 radiodifusores legalizados no país aprova a existência da radiodifusão comunitária, desde que o setor cumpra com o que determina a Lei 9.612/98, com a prestação de serviço sendo feita dentro de uma região onde a emissora se localiza. Atualmente, as emissoras de rádio comunitárias descumprem esta Lei, citou o dirigente da ABERT, ao fornecer exemplos de que estas rádios produzem e veiculam conteúdos totalmente distorcidos em sua programação como o resultado do jogo do bicho. Revelou que existem milhares de emissoras clandestinas que se auto-intitulam comunitárias e desrespeitam a legislação quando entram no ar. A ABERT combate esse tipo de radiodifusão como forma de preservar o mercado, finalizou Pizani.

Ainda no debate, o plenário do Conselho tomou conhecimento sobre a quantidade de processos de rádios comunitárias que tramitam no Ministério das Comunicações. O radialista Sebastião dos Santos(17), apresentou um relatório divulgado pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, informando que há 15.449 entidades com outorga ou aguardando aprovação de uma rádio comunitária; 340 emissoras de rádio funcionavam com licença provisória e apenas 1.378 operam com licença definitiva. Ressaltando que o quadro traçado para o setor é bastante triste, devido a disputa com as rádio comerciais, o radialista declarou que o Estado com maior demandam por emissoras comunitárias é Minas Gerais com 2.150 pedidos, seguido por São Paulo, 1.692 e Bahia 1.015. Concluindo, ele apelou

ao CCS para dar um encaminhamento, via Congresso Nacional de uma proposta que equacione os problemas enfrentados pelas rádios comunitárias que são tratadas como criminosas pelas forças dominantes e reacionárias da Comunicação Social do Brasil.

Comprovando a relação de respeito entre o Congresso Nacional e o CCS, o presidente da entidade, Arnaldo Niskier, deu ciência aos conselheiros e convidados de um ofício encaminhado pelo ex-presidente da Câmara dos Deputados, Severino Cavalcante(18), comunicando que o debate sobre o projeto de Lei nº 4.846/94, aguarda a conclusão dos estudos em andamentos neste Conselho.

Para ele, a posição do então presidente da Câmara institui uma cultura de respeito entre este órgão e o parlamento, o que reforça a tese de que estamos no caminho certo. Esta decisão dos deputados sobre a restrição do consumo de bebidas alcoólicas poderia ser tomada por eles, sem consulta prévia ao Conselho, disse Arnaldo Niskier, ao demonstrar seu contentamento aos presentes.

Na linha de reconhecimento da importância do CCS na vida institucional do país, o jornalista Alberto Dines, destacou que mesmo não sendo um órgão executivo e exercer uma atividade auxiliar ao Congresso Nacional, pode-se ter através dele o tão sonhado “controle social” sobre a mídia eletrônica que é uma concessão pública. Ele adianta que mesmo não tendo caráter impositivo, os estudos e pareceres do CCS darão suporte as decisões do Congresso Nacional;

“Pareceres e estudos do CCS não terão caráter impositivo: constituirão o suporte para a tomada de decisões no Congresso. O Legislativo, escolhido pelo povo, é que tomará as decisões. Mas o franqueamento dos debates internos (transcritos no Diário do Congresso) deverá constituir-se com um fórum natural, independente do que for aprovado”.(19)

11 – Conclusão

Os avanços tecnológicos sinalizaram na pesquisa de que nos próximos anos transformações significativas ocorrerão no meio rádio, atingindo desde o modo do ouvinte relacionar-se com o veículo, às formas de linguagem desse veículo basicamente oral. Hoje, o grande debate gira em torno do rádio digital.

É oportuno mencionar que o rádio vem resistindo ao temor de que cada meio novo que surge, se elimina o antigo e ele está aí reagindo a todos os

prognósticos sombrios, conquistando cada vez mais audiência e atuando como autêntico prestador de serviços.

A Rádio Senado não foge a regra e, desde a sua fundação em 1997, vem se estabelecendo como uma emissora pública capaz de dar transparência aos trabalhos legislativos e aproximar a sociedade do Poder Legislativo. Essa aproximação se concretiza quando a emissora disponibiliza sua programação para as demais rádios do país, sem qualquer custo, por intermédio da internet.

A emissora, mesmo com sua atuação restrita ao Distrito Federal direciona sua programação em ondas curtas para as regiões Norte e Nordeste, o Estado de Mato Grosso e o Norte de Goiás, com o intuito de divulgar as decisões tomadas pelo Congresso Nacional em uma linguagem simples e didática para que o público dessas regiões entenda como se desenvolve o ritmo político parlamentar do Senado Federal.

Além disso, a Rádio Senado com toda sua estrutura técnica e profissional tem se esmerado para oferecer a sociedade uma programação de qualidade e de interesse coletivo, a exemplo dos programas especiais sobre temas pertinentes aos ouvintes como direitos do consumidor, desarmamento e outros.

Observa-se que a política de comunicação do Senado Federal está no rumo certo, quando busca estreitar seu relacionamento com a sociedade, através da 91,7 MHz e permitir que o ouvinte seja participe do processo comunicativo quando aceita sugestões de pautas enviadas por e-mails ou mesmo pelo 0800612211. É perceptível que o modelo de comunicação mudou significativamente a atuação dos membros do parlamento. Todos os veículos de comunicação (Rádio, TV, Jornal e Agência de Notícia) contribuem para dar mais transparência ao processo legislativo. É obvio que a proposta de melhorar a imagem do Legislativo não depende apenas da adoção de um modelo de comunicação, e sim de um conjunto de fatores que incluem a seriedade e a honestidade com que se deve encarar a atividade parlamentar. A pesquisa conclui que a Rádio Senado tem tratado a todos os parlamentares de forma equânime, segundo preceitua o Ato da Comissão Diretora e que a divulgação das notícias tem seguido o caráter apartidário, imparcial e não opinativo.

Notas

- 1 – ORTRIWANO. Gisela Swetlana. A Informação no Rádio. Os grupos de poder e a determinação de conteúdo, 1985. p. 13
- 2 – Segundo informa Ortriwano o Repórter Esso e o “Grande Jornal Falado Tupi” foram marcos importantes para o radiojornalismo brasileiro na adoção de um estilo próprio para o meio substituindo a simples leitura das notícias dos jornais impressos.
- 3 – Programa de Rádio, de caráter oficial, a Voz do Brasil, originalmente denominada de Hora do Brasil, foi criado pelo Governo Vargas, em 22/07/1935, com o objetivo de veicular informações sobre os Poderes da República.
- 4 – entrevista concedida ao autor no dia 11 de outubro de 2005.
- 5 – Adão Gomes, residente a rua Visconde de Moraes, lote 25. Qd 330, Jardim Metrôpoles, São José de Meriti, Rio de Janeiro, fez a reclamação através do Alô Senado – 0800, disponibilizado pela Secretaria de Comunicação Social.
- 6 – Edivaldo Leite de Caldas preside a Casa de Cultura de Piancó, no estado da Paraíba, relata no seu e-mail, ainda, que a Coluna Prestes entrou na Paraíba pelo município de Uiraúna e foi até Princesa Isabel, onde se dirigiu ao Pernambuco. Na Paraíba, a Coluna Prestes percorreu 21 municípios, em 1926.
- 7 – Paschoal Neto enviou o e-mail no dia 26 de setembro de 2005 para Secretaria de Comunicação Social que fez a distribuição para a Rádio Senado.
- 8 – A resposta da diretoria-adjunta a Paschoal Neto foi feita via e-mail: paschoalneto@uol.com.br.
- 9 – No ofício encaminhado ao Ministério das Comunicações, o presidente do Senado Federal, Renan Calheiros informa também que o desejo é instalar a Rádio Senado em todas as capitais brasileiras, assim que houver canal vago no espectro eletromagnético ou quando a tecnologia digital permitir.
- 10 – Informação extraída de FREITAS, Luís Carlos Santana de. In: A Midiatização do Parlamento: a TV Senado e as transformações na atividade política-parlamentar no Senado Brasileiro. Dissertação de Mestrado – UNB, 2004.
- 11 – Entrevista concedida ao autor no dia 13 de outubro de 2005.
- 12 – Entrevista concedida ao autor no dia 13 de outubro de 2005
- 13 – Cássio Parrode enviou o e-mail no dia 13 de julho 2005, tendo recebido uma resposta da direção da Senado FM, no dia 27 do mesmo mês.
- 14 – Trecho do discurso do senador Ramez Tebet na reunião de instalação do Conselho de Comunicação Social, em 25 de junho de 2002. Disponível em: <http://www.senado.gov.br>. Acesso em 13.10.2005
- 15 – Palestra proferida por José Paulo Cavalcanti em agosto de 2002, na Ordem dos Advogados do Brasil, seção de Minas Gerais. Apud Sardinha, Luciana Raso. Radiodifusão: o controle estatal e social sobre suas outorgas, p 228.
- 16 – Exposição feita pelo jornalista Paulo Miranda, da Associação Brasileira de Canais Comunitários, na 7º reunião do Conselho de Comunicação Social ocorrida no dia 1º de agosto de 2005, no Senado Federal. Disponível ao site: www.senado.gov.br. Acesso em 10.10.2005.
- 17 – Sebastião dos Santos, radialista, gerenciou varias rádios no Rio de Janeiro e expôs a situação da radiodifusão comunitária no Brasil, na reunião do Conselho de Comunicação Social, realizado no Senado Federal no dia 1º de agosto de 2005. Disponível no site: www.senado.gov.br. Acesso em 10.10.2005
- 18 – No ofício, o ex-presidente da Câmara dos Deputados Severino Cavalcante destaca que em atenção ao ofício do CCS nº 43, de 2005, informa que a Comissão Especial destinada a proferir parecer ao projeto de Lei nº 4.846, de 1994, que

estabelece medidas restritivas ao consumo de bebidas alcoólicas, aguarda a conclusão dos estudos em andamento no Conselho de Comunicação Social.

19 – Alberto Dines, Jornalista e integrou o 1º plenário do CCS, instalado em 2002
Artigo publicado no Observatório da imprensa site:
www.observatoriodaimprensa.com.br/artigo

Referências

- CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA DO BRASIL: texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988, com alterações adotadas pela Emendas Constitucionais nºs 1 a 6/94 – Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2004.
- FILHO, André Barbosa. PIOVESAN, Ângelo Pedro. BENETON, Rosana . Rádio: Sintonia do futuro – São Paulo: Paulínia, 2004.(Coleção comunicação – estudos)
- FERRARETTO, Luiz Artur, 1968 – Rádio: o veículo, a história e a técnica/Luiz Ferrareto. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.
- FREITAS, Luiz Carlos Santana de. – A midiatização do parlamento: a TV Senado e as transformações na atividade político-parlamentar no Senado – Brasília: Senado Federal, 2004. 130p.
- GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa – 3ª ed. São Paulo, Atlas, 1991.
- IMPrensa, Revista . Jornalismo e Comunicação. In: Jornalismo Político e a Imagem do Legislativo: comportamento da Imprensa em debate, pp 39-46, ano 15, nº 173, julho/ 2002.
- LOPEZ, Maria Imacolatta. V. Pesquisa em Comunicação. Formulação de um modelo metodológico, São Paulo, Loyola, 1994.
- MARTIN-BARBERO . Jesus. Dos meios às mediações, Comunicação, Cultura e Hegemonia. Tradução de Ronaldo Polito e Sérgio Alcides. , Rio de Janeiro, editora UFRJ, 1997.
- ORTRIWANO, Gisela Swetlana. A informação no rádio . Os grupos de poder e a determinação dos conteúdos, São Paulo, Summus, 1985.
- PINTO, Luciana Moraes Raso Sardinha. Radiodifusão: o controle estatal e social sobre suas outorgas/Luciana Moraes Raso Sardinha, - Belo Horizonte; Mandamentos, 2004.
- RENAULT, Leticia. Comunicação e política nos canais de televisão do Poder Legislativo no Brasil. – Belo Horizonte: Assembléia Legislativa do Estado de Minas Gerais,
- ROSSI, Clovis, 1980. O que é jornalismo: Coleção primeiros passos. São Paulo: Editora brasiliense, 1995.
- WOLF, Mauro. Teoria da Comunicação. Presença, Lisboa, 1994
- WWW..senado.gov.br/radio/historia.asp.