

Emissoras perdem. Mas vão reagir. 246

As emissoras de televisão mostraram-se cautelosas em relação à criação do programa "Diário do Congresso", que pretende tomar-lhes dez minutos de segunda à sexta-feira no horário das 19 às 20 horas para divulgação dos trabalhos legislativos. Isto porque essa proposta, aprovada pela Câmara dos Deputados, terá de passar ainda pelo Senado e pela sanção do presidente da República. "Se o governo aprovar, nós iremos cumprir sua ordem", respondeu lacônico, Luciano Calegari, superintendente do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Mas a Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e TV) instala-

rá na próxima semana um lobby em Brasília para tentar convencer os senadores a não ratificar a decisão da Câmara.

A associação tem um poderoso argumento para apresentar aos senadores, insinua o seu presidente, Joaquim Mendonça. "As emissoras podem chegar à conclusão de que não precisam dar mais nenhuma notícia sobre os congressistas, já que eles próprios irão se divulgar", argumenta, rejeitando a aprovação do programa na Câmara dos Deputados, graças a um acordo de lideranças. "Se a decisão fosse de Plenário, até poderia ser um pouco mais democrática", continua Mendonça. Ele pretende

esgotar todas as formas de pressão junto ao Senado e ao presidente Collor se o projeto chegar até ele: Se isso não der certo, a Abert poderá recorrer à Justiça e até sugerir um plebiscito junto à população que, segundo Mendonça, "será a mais prejudicada". O presidente da associação cita como exemplo de rejeição aos programas oficiais o noticiário de rádio "A Voz do Brasil", que alcança pouco mais de 1% de audiência em vários estados do País.

Talvez por não entrarem no ar com a periodicidade que se pretende dar ao "Diário do Congresso", os programas veiculados este ano por partidos políticos conseguiram, no entanto, índices expressivos de audiência. Em janeiro deste ano os programas do PRN e do PCB conseguiram, respectivamente, 61 e 54 pontos na Rede Globo, em São Paulo segundo o Ibope, enquanto o do PL obteve 55 pontos na mesma emissora em fevereiro último. É possível ainda argumentar que qualquer programa apresentado entre o Jornal Nacional e a novela das oito conseguiria essa mesma audiência na Globo.

Essa emissora, aliás, será a que mais irá perder caso o "Diário do Congresso" seja aprovado. Dez minutos de comercial na Rede Globo, no horário das 19 às 19h50, custam exatamente Cr\$ 25.152.000,00. No SBT o preço cai para Cr\$ 6.948.000,00, na Manchete para Cr\$ 6 milhões e na Bandeirante's para Cr\$ 3.567.600,00. Ao todo, as quatro redes perderão pouco mais de Cr\$ 41 milhões diariamente.