

# Parlamentares comemoram a audiência da TV Senado

■ Senadores dizem ter conquistado espaço que emissoras comerciais negavam

VALDÉCI RODRIGUES

BRASÍLIA – Os senadores são unânimes: a TV Senado fura o que consideram bloqueio das emissoras comerciais e aproxima os eleitores dos parlamentares. A idéia reinante é a de que os principais telejornais do país não dão muito espaço para o trabalho desenvolvido no Congresso e há até intenção de denegrir a imagem do Legislativo. Essa opinião generalizada reforça os elogios à emissora do Senado, que passará a ser transmitida em UHF, ampliando seu raio de atuação.

Um tipo de crítica muito comum é a de que os telejornais não apresentam os aspectos positivos da atividade parlamentar. O líder do PFL, senador Hugo Napoleão (PFL-PI), com a experiência de quem está há 26 anos no Congresso, diz que a TV Senado “tornou o trabalho parlamentar mais

conhecido da população brasileira”. Mas ressalva que “é claro que não é para a massa”, referindo-se ao pequeno universo e brasileiros que, por enquanto, só tem acesso à TV Senado por cabo ou antena parabólica.

**Episódios** – Napotão alfineta os telejornais dizendo que “a TV comercial apresenta apenas episódios” da vida parlamentar. O senador Eduardo Suplicy (PT-SP) diz que “na TV comercial (noticiário não é tão completo)”. O senador Paulo Hartung (PPS-ES) concorda que as emissoras comerciais não dão o espaço que os parlamentares gostariam de ocupar. Ele admite que a TV Senado “pode não ser o avanço definitivo, mas coloca uma pedrinha” para aproximar parlamentares e eleitores.

Secretário de Comunicação Social do Senado desde 1995, quando criou a emissora, Fernando César

Mesquita acompanha os senadores na avaliação que fazem da imprensa. Ele afirma que “a mídia é muito perversa com os legisladores”. Segundo Mesquita são gastos mais ou menos R\$ 700 mil para manter a emissora. “Quase nada”, alega, como se todos os assinantes de TV a cabo e todos os telespectadores que dispõem de antena parabólica sintonizassem a TV Senado. E multiplica por quatro esses números, para chegar a 40 milhões de potenciais telespectadores dos discursos e atividades dos senadores.

O diretor-geral de jornalismo da Rede Bandeirantes, Fernando Mitre, a título de comparação, estima em cinco milhões os telespectadores que assistem ao *Jornal da Band*, terceiro lugar em audiência, atrás do *Jornal da Record* e do *Jornal Nacional*, da Globo. Mitre considera absurdo o cálculo de Mesquita sobre a audiência da TV Se-

nado. “Se for assim, nosso potencial é toda a população brasileira, de mais de 160 milhões”, contesta.

Dácio Nitri, diretor-executivo do *Jornal da Record*, não faz estimativa da média de audiência do telejornal apresentado pelo jornalista Boris Casoy. Mas nega que haja um complô das emissoras comerciais para prejudicar a imagem do Legislativo. “Não vejo nenhum telejornal de rede com intenção de denegrir qualquer instituição democrática do país, muito menos o Congresso”, afirma.

Nitri diz que “Mesquita tem bom passado jornalístico e sabe muito bem o que é ou não é notícia”. A respeito da programação da TV Senado, considera “inimaginável a sua massificação”. Nitri é favorável à existência da emissora, porque “pode ser captada por quem quer acompanhar as atividades parlamentares”.