

Gasto de US\$ 8 milhões

Secretário defende investimento alto em comunicação

BRASÍLIA – O complexo de comunicação do Senado, que inclui TV, rádio, jornal, agência de notícias em tempo real e um serviço de atendimento telefônico, custou aproximadamente US\$ 8 milhões, segundo cálculo do secretário de Comunicação Social do Senado, Fernando César Mesquita. “O Senado Federal era fechado e virou um palco iluminado”, compara Mesquita. Ele conta que teve a idéia de implantar a TV quando chegou de Angola, onde trabalhou, e foi convidado pelo então presidente da Casa, José Sarney (PMDB-AP), em 1995, para coordenar a assessoria de divulgação.

Mesquita procura minimizar

os gastos mensais de R\$ 500 mil com a manutenção da emissora apontando “a existência de um público potencial de 50 milhões de pessoas” que assistiriam a programação da TV Senado. Assim, feitas as contas, diz ele, “não custa nada, um centavo para cada um”. A emissora emprega 28 jornalistas, 118 técnicos terceirizados e 13 servidores na área administrativa.

O diretor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Murilo Ramos, diz que “o contribuinte também ganha”. Ele argumenta que o telespectador das emissoras comerciais “paga toda a programação sem saber, pois o custo

está no preço final dos produtos anunciados”. Ramos considera uma “hipocrisia” esse tipo de comparação, que não levaria em conta o ganho social embutido na programação da TV Senado.

O senador José Eduardo Dutra (PT-SE) reforça: “A democracia não se mede por dados contábeis”. Ele diz não ter detectado aumento nos repasses para o Senado por causa da emissora de TV.

Professor do Instituto de Política e Relações Internacionais da Universidade de Brasília, Paulo Kramer considera uma boa medida “divulgar todas as despesas da TV do Senado, porque o público só desconfia quando não tem acesso aos dados”. (V.R.)