

O CAJADO DE MENTOR
MÍDIA, ELEIÇÕES E CORONELISMO
ELETRÔNICO NO BRASIL



Maria de Lourdes dos Santos
Reinaldo dos Santos



2017

Equipe EdUFGD/2012
Coordenação editorial: Edvaldo Cesar Moretti
Administração: Givaldo Ramos da Silva Filho
Revisão e normalização bibliográfica:
Raquel Correia de Oliveira
Programação visual: Marise Massen Frainer

Conselho Editorial
Edvaldo Cesar Moretti - Presidente
Célia Regina Delácio Fernandes
Luiza Mello Vasconcelos
Marcelo Fossa da Paz
Paulo Roberto Cimó Queiroz
Rozanna Marques Muzzi
Wedson Desidério Fernandes

A presente obra foi aprovada de acordo
com o Edital 05/2012/EdUFGD.
Os dados acima referem-se ao ano de 2012.



Gestão 2015/2019
Universidade Federal da Grande Dourados
Reitora: Liane Maria Calarge
Vice-Reitor: Marcio Eduardo de Barros

Equipe EdUFGD
Coordenação editorial:
Rodrigo Garófalho Garcia
Divisão de administração e finanças:
Givaldo Ramos da Silva Filho
Divisão de editoração:
Cynara Almeida Amaral,
Marise Massen Frainer, Raquel Correia
de Oliveira e Wanessa Gonçalves Silva
e-mail: editora@ufgd.edu.br

Conselho Editorial
Rodrigo Garófalho Garcia - Presidente
Marcio Eduardo de Barros
Clandio Favarini Ruviano
Gicelma da Fonseca Chacarosqui Torchi
Rogério Silva Pereira
Eliane Souza de Carvalho

A revisão textual e a normalização bibliográfica deste livro
são de responsabilidade dos organizadores e autores.

Revisão: Sueli Oliveira de Vasconcelos

Capa: Marcos Túlio da Mata

Diagramação, impressão e acabamento: Triunfal Gráfica e Editora | Assis | SP

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S231c	Santos, Maria de Lourdes dos. O cajado de mentor : mídia, eleições e coronelismo eletrônico no Brasil. / Maria de Lourdes dos Santos, Reinaldo dos Santos. -- Dourados, MS: Ed. UFGD, 2017. 280p. ISBN: 978-85-8147-138-9 Possui referências. 1. Política. 2. Democracia. 3. Mídia. 4. Eleições. 5. Televisão. I. Reinaldo dos Santos. CDD – 320.981
-------	---

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central – UFGD.

©Todos os direitos reservados. Permitida a publicação parcial desde que citada a fonte.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	07
PRIMEIRA PARTE	
MÍDIA, DEMOCRACIA E CORONELISMO ELETRÔNICO: HOMENS DE MÍDIA E POLÍTICA ELEITORAL EM RIBEIRÃO PRETO	11
DEMOCRACIA E PARTICIPAÇÃO EFETIVA: LIBERDADE, IGUALDADE E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA	21
MÍDIA E PARTICIPAÇÃO EFETIVA: COMUNICAÇÃO DE MASSA E DEMOCRACIA	27
A MÍDIA COMO ARENA POLÍTICA: O PAPEL DA MÍDIA NAS DEMOCRACIAS CONTEMPORÂNEAS	33
O ESTÚDIO E A TRIBUNA: MÍDIA E POLÍTICA ELEITORAL EM RIBEIRÃO PRETO	39
DA REPÚBLICA DOS CORONÉIS À REPÚBLICA DOS LOCUTORES: O SURGIMENTO DO HOMEM DE MÍDIA COMO SUJEITO NA POLÍTICA ELEITORAL RIBEIRÃOOPRETANA	57
DO ESTÚDIO À TRIBUNA: CAMINHOS DO USO ELEITORAL DA MÍDIA	69
DA TRIBUNA AO ESTÚDIO: VÍCIOS NAS POLÍTICAS DE CONCESSÃO DE RADIODIFUSÃO	93
CONCLUSÕES DA PRIMEIRA PARTE	105
SEGUNDA PARTE	
TV LEGISLATIVA: TV CÂMARA DE RIBEIRÃO PRETO E <i>ACCOUNTABILITY</i>	115
TV LEGISLATIVA: ORIGEM E FORMATO	135
AS TVL'S BRASILEIRAS: TRAJETÓRIA E FUNCIONAMENTO	145
A TV CÂMARA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO PRETO: CONTEXTO E CRIAÇÃO	165

A DEMOCRACIA NA TELETRIBUNA: ANÁLISE DE <i>ACCOUNTABILITY</i> NA EMISSÃO DA TVCM	197
A DEMOCRACIA NO SOFÁ: ANÁLISE DE <i>ACCOUNTABILITY</i> NA RECEPÇÃO DA TVCM	215
CONCLUSÃO DA SEGUNDA PARTE	237
BIBLIOGRAFIA E REFERÊNCIAS	245
ANEXOS	265

Na disputa entre homem e cavalo, deu zebra!

Há 25 anos, ocorre nos arredores de Londres uma exótica competição: uma corrida entre homens, que correm a pé, e cavaleiros que competem montados. A corrida consiste num percurso de 35 quilômetros por terrenos diversos, no qual os pedestres largam com um certo tempo de vantagem em relação aos cavaleiros. Ao final, quem vencer leva um bom prêmio, que antigamente era um cavalo, mas que hoje é pago em dinheiro, cerca de US\$ 50 mil.

Desde criança eu frequento o evento e nunca perdi uma edição. No início, ficava na linha de chegada, mas não tinha graça, pois só via os cavaleiros chegando e, muito tempo depois, alguns homens que, não tendo desistido como a maioria, chegavam exaustos e frustrados. Assim, nos anos seguintes, passei a ficar no meio do percurso, de onde podia ver a largada, o distanciamento dos homens e depois sua “inútil” disputa com os cavalos, que sempre os superavam. Eu me lembro, particularmente, de um velho ranzinza que, todo ano, ficava atrás de mim, resmungando que a disputa era injusta.

Alguém sempre se envolvia num debate com o velhinho e argumentava, tentando amenizar a diferença entre os competidores:

– Mas nem todos são donos dos cavalos, alguns são apenas empregados competindo em nome de seus patrões, outros receberam o animal por empréstimo;
– Muitos dos cavaleiros têm bons cavalos, mas não sabem cavalgar e tropeçam, caem e chegam atrás de muitos homens;

– Há outros que são bons cavalarianos, mas que têm cavalos muito ruins, extenuados até;

– Existe também a regra de dar uma vantagem de quinze minutos de largada para os pedestres;

– Apesar de difícil de acompanhar, existe também a proibição de, durante a corrida, os cavalos transitarem pelo mesmo caminho dos corredores;

– Já ouvi rumores de que, anos atrás, um homem venceu a corrida, mesmo sob suspeita de que teria pegado carona, em parte do percurso, com um cavaleiro;

– Também ouvi boatos de que, o maior campeão de todos os tempos já competiu a pé e só recentemente recebeu o seu atual cavalo como doação;

– Com muito esforço, um corredor bem preparado pode vencer um cavalo.

A todas estas alegações, o velho sempre respondia que, apesar de tudo, era injusto. E ele parecia ter razão, pois em mais de vinte anos, apesar dos rumores, boatos e lendas, eu nunca vi um homem sequer chegar dentre os dez primeiros. De cerca de 500 pedestres e 50 montarias, a maioria absoluta dos primeiros colocados era de cavaleiros.

Mas este ano foi diferente e eu descobri três coisas novas.

MARIA DE LOURDES DOS SANTOS
REINALDO DOS SANTOS

Descobri que um homem pode vencer. Um jovem maratonista, bem preparado, aproveitando-se de uma confusão entre cavalos no meio do caminho, acabou chegando em primeiro lugar, dois minutos a frente da primeira montaria.

Descobri também que o certame foi criado por um militante libertário, que estipulou um prêmio para atrair competidores e expectadores e mostrar-lhes o quanto a sociedade britânica era injusta. Este militante era amigo do velho resmungão que, mesmo diante do resultado, continuava vociferando que a coisa era injusta.

Descobri, finalmente, que o velhinho tinha razão. Que apesar dos atenuantes e de exceções nos resultados, a competição era injusta: ou se dá ou se tira os cavalos a todos. Em qualquer competição em que uns correm a pé e outros competem a cavalo, independente do vencedor, o resultado é sempre a injustiça.

Larry Brockmans, 18 de junho de 2004.¹

1 Tradução de crônica sobre a vitória do maratonista Huw Lobb na 26ª Corrida homem X cavalo. Disponível em: <www.abelard.org/news/fun040616.php>.

APRESENTAÇÃO

A importância da relação entre comunicação e política é recorrente na história da humanidade em contextos, por exemplo, como: a proibição pela metrópole portuguesa de edição de jornais nas colônias do Antigo Regime; a atuação de Marat na Revolução Francesa; a manipulação da informação no Pravda da Rússia soviética; o papel da radiodifusão para a dominação nazifascista e para a resistência na Segunda Guerra Mundial; a propaganda na Guerra Fria; a cobertura das guerras no Oriente Médio; etc.

Na passagem do século XX para o XXI, o tema continua sendo reatualizado pelos avanços técnicos e sociais dos jornais, revistas, rádio, TV e cinema que, numa configuração inédita, “alcançaram a maioria como instrumento político e como um meio tão poderoso de influenciar cidadãos”². No âmbito técnico, a difusão de novas tecnologias como a transmissão por satélite, a radiodifusão digital, a internet e o desenvolvimento de supercondutores como as fibras ópticas conferem maior velocidade e volume de tráfego às infovias. No âmbito político-social, a crescente democratização eleitoral, a concentração da mídia nas mãos de conglomerados estatais e privados, o início da globalização da radiodifusão, a ampliação do acesso à recepção provocam uma midiaticização da vida política.

Estes novos cenários recolocam em pauta a reflexão sobre o papel da comunicação para a política, especificamente dos meios de comunicação para a democracia. O assunto é amplo e pode ser associado a uma imensa gama de relações, como opinião pública, propaganda e marketing eleitoral, controle estatal da circulação de informações, jornalismo de oposição etc.

Em tempos em que os olhares de pesquisadores de mídia, comunicação e política estão centralmente voltados para as redes sociais, sua relação com a política, com os movimentos sociais, com a organização das massas, com as mudanças no papel da imprensa, com a transparência nos poderes, com o governo eletrônico, com vigilância eletrônica e espionagem digital, compreender o papel histórico e atual do rádio e da televisão para a política e democracia brasileira é indispensável para a fundamentação de um antigo debate, que vislumbra um avanço nos próximos anos, sobre a democratização das telecomunicações no Brasil.

2 HOBSBAWN, E. *Era dos extremos*. São Paulo: Cia das Letras, 1995, p.196.



Esta obra chega às mãos dos (e-)leitores, após as eleições de 2014 e 2016 no Brasil e após as eleições de 2016 nos Estados Unidos e de 2017 na França, quando, certamente, será possível dimensionar a presença dos coronéis eletrônicos no parlamento nacional e nos estaduais e o papel da mídia nas grandes eleições, em contextos de redes sociais na internet.

Espera-se que este livro traga contribuições para este debate e que, além da presença nestas páginas, dados, análises e discussões, como estas, possam também se fazer presente na mídia, rompendo com uma censura branca de “não debater na mídia” a concentração da mídia e o seu uso político-eleitoral na democracia brasileira.

Os autores

PRIMEIRA PARTE



MÍDIA, DEMOCRACIA E CORONELISMO ELETRÔNICO: HOMENS DE MÍDIA E POLÍTICA ELEITORAL EM RIBEIRÃO PRETO

Estavam todos os cidadãos de Ítaca reunidos na Ágora ao redor do mediador Mentor, um velho amigo de Ulisses, que havia sido encarregado da guarda de um cajado que representava, além da autoridade do rei, o direito à voz nas assembleias.

Mentor proclamou o início da reunião e indagou o autor e o motivo da convocação. Telêmaco aproximou-se do centro e o ancião lhe passou o cajado, dando-lhe o direito de se manifestar, propor e argumentar diante dos demais.

O jovem, então, tentou convencer a plateia a votar pela desaprovação das ações do grupo de homens que assediavam sua mãe Penélope, pressionando-a para que, supostamente viúva, se casasse com um deles.

Após a defesa de sua proposta, um dos oponentes de Telêmaco arrancou o cajado de suas mãos e, demoradamente, argumentou contra a proposição do jovem. Na sequência o cajado foi passado para as mãos de todos os demais oponentes, não voltando para as mãos de Mentor ou de Telêmaco, que não pôde contra-argumentar.

Como resultado do debate, na votação que se seguiu, a propositura de Telêmaco foi amplamente derrotada. Mais tarde, lamentando-se com Mentor, o jovem conjecturou que o debate não havia sido justo e que, se ele tivesse tido mais acesso ao cajado, seus argumentos poderiam ter sido aprovados.

Homero, *Odisseia*

Em *A Odisseia*³, de Andrei Konchalovsky, a representação cinematográfica da assembleia, ocorrida no Canto II da obra original de Homero⁴, fornece os elementos alegóricos para a problematização do objeto desta parte da obra. A passagem do

3 KONCHALOVSKY, Andrei (Dir.). *A Odisseia*. Inglaterra/Turquia, CBS, 1997. 150 min.

4 O poema clássico grego *A Odisseia*, épico de Homero, narra, por um lado, as aventuras de Ulisses, que vaga errante no retorno da Guerra de Tróia para casa, e, por outro lado, os acontecimentos na terra natal do herói, Ítaca, onde, dado como morto no conflito, ele tem seu trono, casa e esposa assediados por alguns dos cidadãos locais. A obra é dividida em cantos e, o segundo deles, retrata o momento em que o jovem Telêmaco, filho de Ulisses, convoca uma Assembleia dos cidadãos de Ítaca, para propor a desaprovação do assédio de vários dos homens locais à mãe de sua mãe Penélope, supostamente viúva. Telêmaco tem sua propositura derrotada na Assembleia e decide sair à procura do pai, enquanto a mãe continua sendo pressionada a escolher um novo marido. A narração do debate é feita com muitos ou poucos detalhes, dependendo da tradução ou versão da obra homérica. Contudo, a figura do mediador Mentor aparece em quase todas e o simbolismo do cajado é mencionado em algumas.

filme retratada na epígrafe acima, remete não apenas à Grécia Antiga, mas também à problematização do objeto. Ela ilustra dois elementos fundantes da concepção de democracia, que apesar da complexização de séculos de transformações, ainda prevalecem como basilares: o debate e o voto.

Representando a decisão, o voto configura o ato do conjunto de cidadãos de manifestar-se individualmente e decidir por maioria, pró ou contra, por uma ou por outra proposição. O debate, que antecede o voto e é representado pelo “cajado”, configura-se no direito de cada um dos cidadãos submeter suas propostas, opiniões e argumentos à apreciação dos demais.

A partir destes elementos e da ilustração de que, talvez, Telêmaco tivesse vencido a Assembleia, se tivesse tido melhor acesso ao cajado, delineamos as principais indagações deste Trabalho. Em que medida pode ser considerada democrática, uma votação, cujo debate não deu a cada parte a igualdade no direito de propor e argumentar? Até que ponto uma sociedade pode ser considerada democrática, se suas instituições políticas não possibilitam/buscam uma igualdade no direito de cada parte manifestar suas ideias e argumentos nos debates para consultas? Nos últimos 30 anos, tem o regime brasileiro promovido a igualdade no direito de acesso à mídia para que cada parte apresente suas propostas e argumentos?

Muito mais do que respostas a estas indagações, esta investigação visou subsidiar um debate sobre o tema, por meio do desenvolvimento da tese de que na história recente do país, as distorções na promoção do acesso à mídia e seus efeitos perversos, sobretudo eleitorais, constituem um vício⁵ no regime democrático brasileiro, o chamado coronelismo eletrônico.

Para defender tal tese, buscamos alcançar alguns objetivos, norteados por hipóteses de investigação e interpretação. Assim, como finalidade geral, o trabalho procurou refletir sobre a relação entre mídia e democracia no Brasil, sobretudo a respeito das implicações da política estatal de concessões de emissoras para a promoção da participação efetiva nos contextos eleitorais. Objetivou ainda tratar a questão de: quais as implicações da política de concessões de emissoras no Brasil para a natureza do regime democrático do país?

5 O termo vício, aqui, é empregado com a acepção de defeito considerável que limita a natureza da finalidade de algo, ou seja, defeito na política de acesso à mídia que limita o caráter democrático do regime. Cf. Vício: “defeito grave e prejudicial que torna uma coisa inadequada para certos fins ou funções” In: FERREIRA, A. B. H. *Dicionário Aurélio básico da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995, p.672; Vício: “defeito que torna uma coisa ou um ato impróprios, inoperantes ou inaptos para o fim a que se destinam, ou para o efeito que devem produzir” In: *MICHAELIS - Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. s.l.: DTS, 1996, versão eletrônica 3.00.

Como resposta geral, cogitamos a hipótese de que o acesso desigual aos meios de comunicação de massa e o conseqüente desequilíbrio no debate/resultado eleitoral representaram uma grave limitação à promoção da participação efetiva na redemocratização do regime brasileiro.

A consecução destes propósitos nos exigiu a elaboração de objetivos e hipóteses subsidiários. Em um deles propomos discutir o papel dos meios de comunicação de massa para a política eleitoral, no contexto teórico-prescritivo do conceito de democracia. O norte que seguimos para tal fundamentou-se em disposições teóricas em que a comunicação ocuparia um lugar de destaque na política e nas quais o debate eleitoral contemporâneo privilegia o campo midiático, atribuindo ao acesso aos meios de comunicação um papel determinante para a natureza democrática de um regime.

Outro objetivo específico visou caracterizar o acesso aos meios de comunicação no Brasil, decorrente das políticas estatais de concessões de emissoras. A hipótese associada foi a de que o sistema estatal de concessões de emissoras no Brasil envolve um processo cujas distorções levam à concentração do acesso aos meios de comunicação de massa nas mãos de uma minoria ligada aos agentes políticos no poder.

Pretendemos ainda analisar o desenvolvimento da participação efetiva na democracia brasileira, por meio da relação entre indicadores de acesso à mídia e de êxito nos processos eleitorais. A hipótese correspondente supôs que o número de candidatos ligados à mídia entre os eleitos para funções políticas foi desproporcionalmente superior aos demais, constituindo um efeito perverso do acesso desigual à mídia como meio de promoção da participação efetiva.

Prosseguindo com a delimitação, na dimensão espacial da investigação, privilegamos a região de Ribeirão Preto, como amostragem do universo de análises das relações políticas, representando a opção por um estudo de caso indutivo, capaz de gerar indicadores de uma região para cotejá-los com os de contextos mais amplos. Esta região foi escolhida pelas especificidades de sua história política, pois possui uma das mais antigas e volumosas malhas de comunicação pública do Brasil, além de uma grande participação de homens de mídia em sua trajetória eleitoral.

Em relação aos limites temporais da investigação, estabelecemos os anos de 1974 e de 2004 como marcos iniciais e finais, respectivamente. O início dos anos setenta foi escolhido pela ocorrência das primeiras eleições realizadas: de forma direta, mesmo que parcialmente, após o Golpe Militar de 1964; com propaganda eleitoral em redes de TV, como a Globo; com a implantação de leis e políticas governamentais de controle do potencial eleitoral da mídia, como a Lei Falcão.

Elegemos o ano de 1974, especificamente, pela ocorrência das primeiras eleições nas quais o rádio e a televisão foram representativos para os resultados nas

eleições proporcionais, pois foi exatamente nas capitais e grandes centros urbanos, onde a massificação da TV avançava, que a oposição obteve a maior parte de sua votação.

Assim, destacamos o ano de 1974 como um marco relevante, pois, além do aumento do número de comunicadores eleitos nas eleições daquele ano, vários outros aspectos denotam o papel determinante que a mídia assumiu a partir de então. A Lei 6091/74⁶, antevia a preocupação da ARENA (Aliança Renovadora Nacional) com o potencial eleitoral da mídia, pois não obrigava as rádios de menor potência (10 kw), que eram a maioria, a veicular o HGPE (Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral), bem como limitava a propaganda na imprensa escrita à veiculação do currículo, nome, número e partido do candidato.

Mesmo assim, nas eleições de 1974, a oposição elegeu 16 dos 22 postos de senadores em disputa, 44% das cadeiras de deputados federais e maioria de parlamentares em seis assembleias estaduais. Em 1976, foi promulgada a Lei Falcão⁷ que visava dificultar o uso eleitoral da mídia pela oposição:

Após a derrota nas eleições legislativas de novembro de 1974, o Governo baixou decreto, apelidado de Lei Falcão, elaborado pelo Ministro da Justiça, Armando Falcão, limitando drasticamente o acesso de candidatos ao rádio e à televisão, com o fim de evitar mais uma vitória oposicionista nas eleições municipais de 1976.⁸

A Lei 6.399/76 restringia a propaganda eleitoral, no rádio e na televisão, à divulgação de nome, número, partido, breve currículo e foto do candidato:

I - na propaganda, os partidos limitar-se-ão a mencionar a legenda, o currículo e o número do registro dos candidatos na Justiça Eleitoral, bem como a divulgar, pela televisão, suas fotografias, podendo, ainda, anunciar o horário local dos comícios;⁹

6 Lei 6.091 de 15 ago. 1974, de autoria do Deputado Etevaldo Lins, da Arena de Pernambuco. Cf. BRASIL. Senado Federal. *Legislação Republicana Brasileira*. Brasília-DF: SSINF, 2004. CD-ROM.

7 Lei 6.339 de 1 jul. 1976, de autoria do Ministro da Justiça Armando Falcão. Cf. BRASIL. Senado Federal. *Legislação Republicana Brasileira*. Brasília-DF: SSINF, 2004. CD-ROM.

8 Cf. O Senado e a abertura Política. In: *Senado brasileiro: do Império a República*. Disponível em <<http://www.senado.gov.br/comunica/historia/rep22.htm>>. Acesso em 17 ago. 2005.

9 Nova redação do Inciso I, do Parágrafo 1, do Artigo 250 da Lei 4737/65, dada pela Lei 6.399/76 - Lei Falcão. Cf. BRASIL. Senado Federal. *Legislação Republicana Brasileira*. Brasília-DF: SSINF, 2004. CD-ROM.

O início do século XXI marcou a complementação de uma série de eleições (1994, 1996, 1998, 2000, 2002 e 2004) realizadas num contexto de: dinamização da comunicação televisiva, que atinge a quase totalidade dos domicílios do país; implantação de novas legislações de imprensa, de eleições e de telecomunicações; e, de centralidade do rádio e da televisão nas campanhas eleitorais, por meio do HGPE, debates transmitidos ao vivo e divulgação de pesquisas de intenção de voto.

FIGURA 1 - Quadro de eleições realizadas de 1974 a 2004¹⁰

	PRESIDENTE E VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA	DEPUTADO FEDERAL/ SENADOR	GOVERNADOR	DEPUTADO ESTADUAL/ DISTRITAL/ DE TERRITÓRIO	PREFEITO, VICE-PREFEITO E VEREADORES
1974	Y	X	Y	X	
1976					X
1978	Y	X	Y	X	
1982		X	X	X	X
1985	Y				
1986		X	X	X	—
1988					X
1989	X				
1990		X	X	X	
1992					X
1994	X	X	X	X	
1996					X
1998	X	X	X	X	
2000					X
2002	X	X	X	X	
2004					X

As eleições identificadas pela letra “Y” foram realizadas de forma indireta e as eleições identificadas com a letra “X” ocorreram com votação direta. Fonte: <http://www.tse.gov.br/eleicoes/eleicoes_gerais.html>.

10 O pleito de 1974 foi o primeiro com campanha eleitoral em redes de televisão. As eleições de 1976 foram as primeiras realizadas sob as regras da Lei Falcão, que perdurou até 1982. O ano de 2004 fechou um ciclo de eleições municipais, estaduais e nacionais realizadas após as novas leis de eleição (Lei 9.504/97 e Resolução TSE 20562/2000) e de radiodifusão (Lei 9.472/97 - Lei Geral das Telecomunicações).

Outra delimitação necessária envolve a dos meios de comunicação considerados, que foram as emissoras de radiodifusão pública de sons e/ou imagens, ou seja, emissoras e repetidoras de rádio AM e FM e de televisão VHF e UHF, de caráter comercial, educativo ou comunitário, que transmitem sinal aberto a partir de e/ou para Ribeirão Preto.

A internet foi desconsiderada pelo fato de o acesso à emissão de informações por meio de sua rede não depender de maiores exigências legais e estatais. A imprensa escrita de jornais e revistas, embora não tenha sido objeto específico da pesquisa, por também não depender de concessão estatal, recebeu uma atenção especial, pois, em muitos casos, está associada aos meios de radiodifusão. Assim como diferentes veículos de imprensa e de mídia eletrônica são intimamente ligados por questões de pauta, financiamento e compartilhamento de estrutura, muitos homens de mídia atuam simultaneamente em jornais, revistas e emissoras de rádio e televisão, além de gráficas, empresas de publicidade e provedores de internet.

Da mesma forma, refletir a respeito de como os homens de mídia utilizam o estúdio para sua eleição implica conceituar a expressão homem de mídia. O termo “homem de mídia”, embora ainda não esteja dicionarizado no idioma português, é de uso recorrente e crescente, sobretudo nos meios jornalísticos e publicitários. A sua aceção mais difundida é a associada a uma das categorias do cinquentenário Festival Internacional de Publicidade de Cannes, a de “Homem de Mídia do Ano”, atribuída a uma pessoa de destaque nos meios de comunicação, tanto profissionais de gestão quanto os de comunicação propriamente ditos. Na imprensa, o termo foi notabilizado pelo crítico de mídia da revista norte-americana *New Yorker*, Ken Auletta, que o associou a figuras da comunicação de massa como a do magnata Ted Turner¹¹. Em todos os sentidos, contudo, ele remete à ideia de comunicador.

No Brasil, a expressão foi difundida na imprensa para se referir a alguém com uma inserção privilegiada nos meios de comunicação, ou seja, uma pessoa com bom acesso, trânsito, traquejo, influência, controle, audiência, faturamento, sucesso ou atuação profissional. Assim, uma busca em textos de jornais e revistas¹² nos revelou que, na quase totalidade das vezes, o termo aparece como um adjetivo

11 AULETTA, K. *Media Man: Ted Turner's improbable empire*. New York: Norton, 2004.

12 Uma busca pelo termo “homem de mídia” nos arquivos eletrônicos das revistas *Veja*, *Época* e *Isto é*, e dos jornais *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo* e *O Globo*, além dos informativos eletrônicos do Observatório da Imprensa e da ABERT, apontou que seu uso é crescente e amplo, quase sempre como adjetivo atribuído a pessoas de destaque no setor da mídia.

empregado entre aspas para se referir a: proprietários, executivos, diretores, apresentadores, atores, cronistas, publicitários, roteiristas e assessores de imprensa da televisão, majoritariamente, e também do rádio, jornal e internet. As origens do uso do termo não puderam ser precisadas, mas a ideia de multiplicidade de perfis é tão antiga quanto a difusão da comunicação de massa no país. Os estatutos da Associação Regional de Rádio e Imprensa - ARRI, por exemplo, identificava como “homens de imprensa”:

Artigo 3º - [...] todas as pessoas que, de fato, prestarem serviços de ordem intelectual ao rádio, à imprensa e aos serviços de alto-falantes [...]

Artigo 4º - [...] profissionais de fato, entendidos como aqueles registrados no Departamento do Trabalho.

Artigo 17º - [...] os colaboradores remunerados que militam, no rádio, imprensa e serviços de alto-falantes, há mais de um ano [...].¹³

Neste sentido, caracterizar o homem de mídia revelou-se uma tarefa complexa, pois certamente há muitas e relevantes diferenças entre: o locutor contratado de uma emissora e o seu proprietário/patrão; o apresentador de uma rádio comunitária ou de pouca audiência e o âncora de uma grande rede; o controlador de um pequeno jornal e o de um grupo de comunicação com jornais, revistas, rádios e TV's; o apresentador de um programa diário de três horas sobre política e o de um programa semanal de meia hora sobre pescaria; o sujeito que é apenas repórter e o que além de comunicador é sindicalista, pastor, professor ou líder comunitário; etc.

Deste modo, o critério que utilizamos para identificar uma pessoa como homem de mídia não foi com base nas diferenças verificadas, mas sim nas semelhanças. O que diferentes agentes de mídia têm em comum é o seu potencial de utilizar o seu contato com a mídia como um diferencial eleitoral em relação aos demais segmentos da população, ou seja, o fato de ter ao seu dispor – mesmo que

13 A ARRI foi fundada em Ribeirão Preto em 1947 e durante muitos anos foi a entidade que congregou os “homens de imprensa” do interior paulista. Como explicitado em seus estatutos, já naquela época, engendrava-se uma concepção de “comunicador”, bem ampla, que englobava desde os tradicionais jornalistas dos periódicos escritos aos “speakers” do rádio e mesmo os empresários do setor. Fonte: Estatuto da ARRI - 1947. Arquivo Público e Histórico de Ribeirão Preto.

de forma muito diferenciada – o estúdio como um recurso eleitoral, não acessível igualmente aos demais cidadãos.

A partir deste critério, consideramos como homem de mídia:

- locutores, apresentadores e cronistas de programas de rádio ou televisão, que tenham ido ao ar em canal aberto, cujo sinal possa ser sintonizado na cidade de Ribeirão¹⁴;
- proprietários, sócios e arrendatários de emissoras de rádio ou televisão aberta, cujo sinal possa ser sintonizado na cidade de Ribeirão Preto¹⁵;
- dirigentes de entidades (inclusive religiosas) concessionárias, proprietárias ou arrendatárias de emissoras de rádio ou televisão, cujo sinal possa ser sintonizado na cidade de Ribeirão Preto¹⁶;

14 Neste grupo incluem-se os homens de mídia por excelência, como jornalistas, repórteres, apresentadores, comentaristas e cronistas que têm sua voz e/ou imagem veiculados por emissoras de rádio e/ou televisão. O critério de ser um canal de sinal aberto deve-se ao fator audiência. O critério de sintonia do canal no município busca abarcar muitas emissoras, cuja concessão é para uma cidade da região, mas que concentra seus estúdios, antenas, escritórios comerciais e abordagem jornalístico-publicitária em Ribeirão Preto. Não foi considerada a programação da “TV Câmara Municipal” e foram consideradas todas as emissoras de rádio e televisão abertas, de caráter comercial, educativo, universitário, confessional, comunitário/pirata. Todos os tipos de programa foram considerados, inclusive os de produção independente e os do tipo “anúncios curtos”, desde que tivessem sido veiculados no mínimo uma vez por semana, com duração de pelo menos quinze minutos e por um período de no mínimo três meses seguidos.

15 Neste grupo incluem-se os gestores de mídia, como pessoas físicas proprietárias, sócias, executivas, herdeiras ou arrendatárias de emissoras. O critério utilizado foi a pesquisa nos documentos Registro de Propriedade e Participação Societária em Emissoras de Rádio e Televisão do Ministério das Comunicações (2003 e 2005), além de registros de propriedade empresarial na Junta Comercial do Estado de São Paulo. Este critério apresenta alguns limites, pois boa parte das emissoras tem controle vinculado à pessoa jurídica, está em nome de prepostos ou “laranjas” ou, o mais comum em Ribeirão Preto, está arrendada total ou parcialmente para pessoas, grupos ou redes, responsáveis pela produção e operação do canal por tempo determinado.

16 Neste grupo incluem-se agentes ligados a pessoas jurídicas controladoras de emissoras, como universidades, Igrejas, associações, sindicatos, empresas ou holdings. O critério foi utilizado para identificar, por exemplo: o diretor da mantenedora de uma universidade particular concessionária de duas emissoras; o pastor de uma Igreja evangélica, cuja associação de fiéis controla duas rádios e arrenda outras duas; o proprietário de uma empresa jornalística que arrenda/aluga 20 a 30% do horário de programação regional de um canal de televisão.

- parentes, de até segundo grau, de proprietários, sócios ou arrendatários de emissoras de rádio e televisão, sintonizados na cidade de Ribeirão¹⁷.

Neste sentido, o homem de mídia pode ser definido, portanto, como: uma pessoa com acesso privilegiado a algum meio de comunicação de massa Ted Turner – cuja operação depende de anuência estatal – que lhe possibilite utilizar, direta ou indiretamente, o meio como recurso eleitoral, fora do contexto de propaganda eleitoral gratuita.

Da mesma forma, a palavra estúdio é utilizada de forma alegórica, como referência ao lugar/instrumento do homem de mídia. As mais difundidas acepções da palavra estúdio indicam sentidos como o de local de trabalho artístico, recinto ou prédio para produções de áudio, vídeo, televisão ou cinema. Sua etimologia, no entanto, remete ao latim *studium* e está associada a ideias como:

trabalho, cuidado, zelo; vontade, desejo; favor, benevolência, ação de estudar; **ocupação, profissão**; doutrina, seita, escola; sala, gabinete de estudo; colégio, **corporação**.¹⁸

E é mais no sentido de *metier* ou “lugar de ofício” que empregamos o termo figuradamente neste livro para se referir ao espaço com o qual e/ou a partir do qual o homem de mídia se projeta para a política. Este espaço refere-se ao conjunto de emissoras de rádio e de televisão que transmitem programação aberta em Ribeirão Preto, bem como, jornais e revistas quando em consórcio com estas emissoras.

A palavra “tribuna” foi utilizada para representar o posto político-eleitoral de maneira geral, ou seja, os mandatos eletivos de vereador, deputado estadual, deputado federal, senador, prefeito, vice-prefeito, governador, vice-governador, presidente e vice-presidente. Cabe destacar, no entanto, que o utilizamos com maior ênfase para os cargos parlamentares de vereador e deputado e executivos de prefeito.

17 Neste grupo figuram os prepostos de mídia, ou seja, pessoas que legalmente são as responsáveis por concessões de emissoras que, na verdade, são controladas por parentes, advogados, procuradores, sócios, assessores ou empregados dos homens de mídia de fato. Por meio de procedimentos, cuja legalidade esta obra não se propõe discutir, a maior parte das emissoras figuram no nome de prepostos, dificultando o estabelecimento de relações entre um político e um meio de comunicação. Exemplos recentes desta situação são os casos do Ministro Romero Jucá, que tem uma emissora de TV em nome de um de seus assessores, e o Deputado Roberto Jefferson, que pôs suas Rádios (Matozinho e Vale do Paraíba) em nome de um sorveteiro, conforme destacou a Revista Época, n. 368, jun. 2005. Neste trabalho, consideramos a ligação da emissora com um político, apenas no caso de um dos sócios ser seu parente, em até segundo grau.

18 HOUAISS, A. *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. 2004. Versão Eletrônica. Verbetes “estúdio”.

DEMOCRACIA E PARTICIPAÇÃO EFETIVA: LIBERDADE, IGUALDADE E PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

O homem é o único animal político, porque somente ele é capaz de se comunicar.

Aristóteles, A Política

A conhecida afirmação de Aristóteles ressalta que política e comunicação são elementos imbricados e que não pode haver relação política sem uma relação de comunicação. A concepção de política associada a relações humanas, coletivas e públicas em torno do poder estatal envolve interações comunicativas necessárias à discussão, convencimento, influência, determinação, obediência e resistência de uma parte em relação à outra. Este papel de elemento “necessário” da comunicação em relação à política, ao longo da história, com a complexização da sociedade e da tecnologia, converteu-se em “essencial”.

Na Grécia Antiga, era necessária uma comunicação interpessoal direta, da retórica nas assembleias ou, indireta, de portadores, arautos e editais, para uma comunidade de no máximo cerca de dez milhares de cidadãos. No mundo de hoje é essencial uma comunicação indireta de supercondutores, satélites e meios digitais que leva um fluxo volumoso e cotidiano de informações a centenas de milhões de pessoas.

Ao longo dos mais de 25 séculos transcorridos nesta história, tornou-se cada vez mais difícil, quiçá impossível, compreender adequadamente os processos políticos sem analisar profundamente os aspectos comunicacionais associados a eles. Nesta trajetória, dois aspectos merecem maior destaque, sobretudo pelas mudanças pelas quais passaram, ao longo do século XX. Um deles envolve a ideia de participação política, que redefiniu o papel dos meios de comunicação na democracia. O outro se refere à esfera pública como arena das interações políticas, que foi redefinida pelo desenvolvimento dos meios de comunicação.

Liberdade, igualdade e participação política são princípios imprescindíveis a um regime democrático.

Giovanni Sartori

Refletir sobre mídia e democracia exige uma demarcação do termo enquanto objeto, ou seja, a respeito de qual democracia estamos nos referindo. Não se trata de uma reflexão, discussão ou revisão conceitual, mas apenas de uma delimitação do sentido do termo que empregamos na abordagem do Trabalho.

Assim, o referencial adotado foi patrocinado por disposições elementares de autores como Norberto Bobbio, Giovanni Sartori e Robert Dahl, partidários de uma concepção de democracia associada a um conjunto específico de regras (exigências, condições, critérios etc.) de um processo de tomada de decisões políticas.

Norberto Bobbio conceituou democracia como “um método ou um conjunto de regras de procedimento para a constituição de Governo e para a formação das decisões políticas”¹⁹. Numa tentativa de estabelecer uma “definição mínima de democracia”, este pensador italiano afirmou que o único modo de se chegar a um acordo quando se fala de democracia:

é o de considerá-la caracterizada por um conjunto de regras (primárias ou fundamentais) que estabelecem quem está autorizado a tomar as decisões coletivas e com quais procedimentos. [...] ²⁰

Estas disposições de Bobbio são compartilhadas por vários teóricos contemporâneos, para os quais as diferentes concepções de democracia têm se traduzido em discussões sobre a **forma**, ou seja, a organização das regras do jogo. O próprio Bobbio apresentou uma concepção de democracia pautada por um rol do que chamou de “procedimentos universais”:

- 1) o órgão político máximo, a quem é assinalada a função legislativa, deve ser composto de membros direta ou indiretamente eleitos pelo povo, em eleições de primeiro ou de segundo grau;
- 2) junto do supremo órgão legislativo deverá haver outras instituições com dirigentes eleitos, como os órgãos da administração local ou o chefe de Estado (tal como acontece nas repúblicas);
- 3) todos os cidadãos que tenham atingido a maioria, sem distinção de raça, de religião, de censo e possivelmente sexo, devem ser eleitores;
- 4) todos os eleitores devem ter voto igual;

19 BOBBIO, N. et al. *Dicionário de Política*. Brasília: UnB, 1998, p. 327.

20 BOBBIO, N. Uma definição mínima de democracia. In: *O futuro da democracia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000, p.30-1.

- 5) todos os eleitores devem ser livres em votar segundo a própria opinião formada o mais livremente possível, isto é, numa disputa livre de partidos políticos que lutam pela formação de uma representação nacional;
- 6) devem ser livres também no sentido em que devem ser postos em condição de ter reais alternativas (o que exclui como democrática qualquer eleição de lista única ou bloqueada);
- 7) tanto para as eleições dos representantes como para as decisões do órgão político supremo vale o princípio da maioria numérica, se bem que podem ser estabelecidas várias formas de maioria segundo critérios de oportunidade não definidos de uma vez para sempre;
- 8) nenhuma decisão tomada por maioria deve limitar os direitos da minoria, de um modo especial o direito de tornar-se maioria, em paridade de condições;
- 9) o órgão do Governo deve gozar de confiança do Parlamento ou do chefe do poder executivo, por sua vez, eleito pelo povo.²¹

Em Os Princípios do Governo Representativo de Bernard Manin²², podemos encontrar quatro condições para que um governo seja considerado representativo:

1. a escolha dos governantes pelos governados;
2. uma independência parcial da ação dos representantes em relação à vontade dos representados;
3. a liberdade de opinião pública;
4. a utilização do debate como mecanismo para a tomada de decisões coletivas.

Robert Dahl, numa elaboração teórica de 1956, conceituou a chamada “democracia poliárquica” ou poliarquia e a associou a pré-requisitos sociais, como o funcionamento de algumas regras fundamentais que permitem e garantem a livre expressão do voto, a prevalência das decisões mais votadas, o controle das decisões por parte dos eleitores etc. Assim, para Dahl, uma democracia deveria proporcionar oportunidades para:

- 1 - Participação efetiva
- 2 - Igualdade de voto
- 3 - Aquisição de entendimento esclarecido

21 BOBBIO, N. et al. *Dicionário de Política*. Brasília: UnB, 1998, p.326-7.

22 MANIN, B. *The principles of representative government*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

- 4 - Exercer o controle definitivo de planejamento
- 5 - Inclusão de adultos²³

Dahl complementou que as democracias contemporâneas, em grande escala, exigem as seguintes instituições:

1. Funcionários eleitos
2. Eleições livres, frequentes e justas
3. Liberdade de expressão
4. Fontes de informação diversificadas
5. Autonomia para as associações
6. Cidadania inclusiva.²⁴

A lista de concepções poderia ser em muito ampliada, no que se refere ao número e às sutilezas de normas, critérios, exigências, condições e procedimentos arrolados. No entanto, como se pode notar, a maioria delas é permeada pelos sentidos de liberdade, igualdade e participação política, destacados em *A teoria da democracia revisitada* de Giovanni Sartori, como “princípios imprescindíveis a um regime democrático”²⁵.

Outro importante ponto de convergência no referencial conceitual que adotamos é a distinção entre democracia real e democracia ideal. Assim, procuramos fazer uma projeção conceitual de democracia em três níveis:

1. Prescritivo (deve ser): análise teórica da democracia como uma prescrição, um ideal, uma meta a ser buscada, o que deveria ser.
2. Descritivo (é): análise empírica de uma democracia como descrição, um caso real, o que se consegue cumprir da meta, o que é efetivamente.
3. Potencial (pode ser): resultante da interação entre o ideal e o real, entre o impulso de um *dever ser* e a resistência de um *é*.

Do estabelecimento destas distinções, decorre a consideração de que a existência plena de todo o rol de condições associadas ao regime se dá apenas no plano ideal. Tanto Bobbio quanto Dahl ressaltaram que a plenitude dos parâmetros listados, dificilmente, pode ser encontrada em condições reais num país. No entanto, eles divergem quanto às possibilidades de caracterização de um regime como mais ou menos democrático, pois, para o primeiro:

23 DAHL, R. *Sobre a democracia*. Brasília: UnB, 2001, p. 50.

24 DAHL, R. *Sobre a democracia*. Brasília: UnB, 2001, p. 99.

25 SARTORI, G. *A teoria da democracia revisitada*. São Paulo: Ática, 1994. 2v.

Não é possível estabelecer quantas regras devem ser observadas para que um regime possa dizer-se democrático. Pode-se afirmar somente que um regime que não observa nenhuma não é certamente democrático, pelo menos até que se tenha definido o significado comportamental de democracia.²⁶

Robert Dahl, por outro lado, apesar de questionar a possibilidade de avaliar se um regime é democrático ou não, afirmou ser possível realizar uma caracterização de regimes como democráticos em maior ou menor grau, segundo o estabelecimento de linhas em patamares mínimos que deveriam ser atingidos:

Não é nada fácil. Concluir que um país é democrático, no sentido de possuir as instituições políticas da democracia poliárquica, exige pelo menos dois critérios: que as instituições *realmente existam* no país e que existam em ou acima de algum *limite ou linha*, abaixo da qual diríamos que o país não é democrático.²⁷

A partir de uma inclinação parcial às proposições de Dahl, nossa abordagem compartilha da perspectiva de se avaliar se uma, várias ou o conjunto das condições propostas são atendidas acima de uma linha mínima de exigências. Os referenciais adotados para o estabelecimento da “linha” não foram os comparativos, mas o de:

- relevância: um patamar mínimo de atendimento a uma ou ao conjunto de exigências que não vicie o processo, ou seja, que não determine o resultado das decisões tomadas e/ou das ações empreendidas;
- progressão: deve, ao longo da história, ser observado um considerável avanço na promoção e aprimoramento do atendimento às exigências em um ou conjunto de condições, independente do ponto em que se encontrem em relação à linha mínima.

Desta forma, se um regime analisado tem pelo menos uma condição abaixo do patamar mínimo e/ou não promove o progresso do atendimento a ela, pode-se inferir que seu caráter democrático possui vícios e exige urgentes alterações.

Esta análise passa por procedimentos:

- de prescrição do ideal de atendimento a um dos critérios, bem como, sua relação com os demais;
- de descrição das reais condições de atendimento a este critério;

26 BOBBIO, N. et al. *Dicionário de Política*. Brasília: UnB, 1998, p. 327.

27 DAHL, R. *Sobre a democracia*. Brasília: UnB, 2001, p. 217.

- de dimensionamento dos vícios e distorções em relação a este critério, a partir de um cotejamento.

Assim, o conceito de democracia que empregamos nesta obra está associado à democracia contemporânea, republicana e representativa, que busca reunir as diretrizes apontadas por Bobbio, Sartori e Dahl, para a organização do Estado, a configuração das instituições sociais e para o relacionamento entre Estado e sociedade civil. Ele pode ser sintetizado como regime político cujo funcionamento institucional promove condições efetivas de participação direta e/ou representada da quase totalidade de adultos no debate e na tomada de decisões por voto da maioria, bem como no encaminhamento e avaliação das ações de interesse da coletividade, segundo preceitos de liberdade e igualdade política.

MÍDIA E PARTICIPAÇÃO EFETIVA: COMUNICAÇÃO DE MASSA E DEMOCRACIA

Nos regimes políticos contemporâneos, um acesso desigual às oportunidades de comunicação, resulta num também desigual acesso aos canais de poder e tomada de decisões.

Claus Mueller

Para Robert Dahl, o conceito de democracia pode ser resumido na existência de condições capazes de “satisfazer a exigência de que todos os membros estejam igualmente capacitados a participar nas decisões da associação sobre sua política”²⁸. O cerne deste conceito é o que ele chama de “participação efetiva” e está associado a cinco critérios, já mencionados, mas que agora passamos a desenvolver:

* *Participação efetiva.* Antes de ser adotada uma política pela associação, todos os membros devem ter oportunidades iguais e efetivas para fazer os outros membros conhecerem suas opiniões sobre qual deveria ser esta política.

* *Igualdade de voto.* Quando chegar o momento em que a decisão sobre a política for tomada, todos os membros devem ter oportunidades iguais e efetivas de voto e todos os votos devem ser contados como iguais.

* *Entendimento esclarecido.* Dentro de limites razoáveis de tempo, cada membro deve ter oportunidades iguais e efetivas de aprender sobre as políticas alternativas importantes e suas prováveis consequências.

* *Controle do programa de planejamento.* Os membros devem ter a oportunidade exclusiva para decidir como e, se preferirem, quais as questões que devem ser colocadas no planejamento. Assim, o processo democrático exigido pelos três critérios anteriores jamais é encerrado. As políticas da associação estão sempre abertas para a mudança pelos membros, se assim estes escolherem.

* *Inclusão dos adultos.* Todos ou, de qualquer maneira, a maioria dos adultos residentes permanentes deveriam ter o pleno direito de cidadãos implícito no primeiro de nossos critérios. Antes do século XX, este critério era inaceitável para a maioria dos defensores da democracia. Justificá-lo, exigiria que examinássemos por que devemos tratar os outros como nossos iguais políticos.²⁹

28 DAHL, R. *Sobre a democracia*. Brasília: UnB, 2001, p. 49.

29 DAHL, R. *Sobre a democracia*. Brasília: UnB, 2001, p. 49-50.

Da mesma forma, estes critérios estariam mais próximos de ser atendidos, com o desenvolvimento das seguintes instituições:

* *Funcionários eleitos.* O controle das decisões do governo sobre a política é investido constitucionalmente a funcionários eleitos pelos cidadãos.

* *Eleições livres, justas e frequentes.* Funcionários eleitos são escolhidos em eleições frequentes e justas em que a coerção é relativamente incomum.

* *Liberdade de expressão.* Os cidadãos têm o direito de se expressar sem o risco de sérias punições em questões políticas amplamente definidas, incluindo a crítica aos funcionários, o governo, o regime, a ordem socioeconômica e a ideologia prevalecente.

* *Fontes de informação diversificadas.* Os cidadãos têm o direito de buscar fontes de informação diversificadas e independentes de outros cidadãos, especialistas, jornais, revistas, livros, telecomunicações e afins.

* *Autonomia para as associações.* Para obter seus vários direitos, até mesmo os necessários para o funcionamento eficaz das instituições políticas democráticas, os cidadãos também têm o direito de formar associações ou organizações relativamente independentes, como também partidos políticos e grupos de interesses.

* *Cidadania inclusiva.* A nenhum adulto com residência permanente no país e sujeito a suas leis podem ser negados os direitos disponíveis para os outros e necessários às cinco instituições políticas anteriormente listadas. Entre esses direitos, estão o direito de votar para a escolha dos funcionários em eleições livres e justas; de se candidatar para os postos eletivos; de livre expressão; de formar e participar de organizações políticas independentes; de ter acesso a fontes de informação independentes; e de ter direitos a outras liberdades e oportunidades que sejam necessárias para o bom funcionamento das instituições políticas da democracia em grande escala.³⁰

Todos estes critérios e instituições destacados pelo autor envolvem a promoção da participação efetiva, ou seja, de condições concretas de plena participação dos adultos da associação, na proposição, debate, decisão, acompanhamento e avaliação das ações políticas da coletividade.

Estas condições dificilmente podem ser alcançadas em sua totalidade, levando os teóricos a indicar a necessidade de contínua promoção da igualdade de condições dos sujeitos frente às oportunidades políticas. Robert Dahl especificou esta igualdade como correspondente a equilíbrio, ou seja, fazer com que os

30 DAHL, R. *Sobre a democracia*. Brasília: UnB, 2001, p. 99-100.

sujeitos tenham iguais condições durante a interação política³¹. Bobbio também se referiu a esta igualdade como “igualdade de todos em alguma coisa”³².

A busca por esta igualdade exige, no longo prazo, a reformulação do sistema e, no curto prazo, paliativos de equilíbrio que estabeleçam restrições a quem tem mais e compensações a quem tem menos. Como apontou Bobbio:

Há substancialmente dois modos de se buscar uma maior igualdade entre os membros de um determinado grupo social:

- a) Estender as vantagens de uma categoria a outra categoria que dessas vantagens esteja privada [...]
- b) Retirar de uma categoria de privilegiados as vantagens de que goza de modo que possam deles obter os benefícios também os não privilegiados.³³

Esta proposição pode ser ampliada para três maneiras de se promover a igualdade:

- suprimindo-se de todas as partes as vantagens/recursos que efetivamente possam ocasionar desequilíbrio relevante, de uma em relação à outra;
- distribuindo-se equitativamente as vantagens/recursos potencialmente desequilibradores entre as partes envolvidas;
- cuidando para que uma parte que possua a vantagem/recurso não a utilize em desequilíbrio para com outra parte que não a possui, tanto restringindo o uso de quem tem, quanto atribuindo, a quem não tem, outro recurso que possa compensar a diferença.

Com base nestas disposições, podemos destacar que a essência da democracia compreende a promoção da igualdade de condições para a efetiva participação nas atividades políticas. Uma sociedade democrática deve, portanto, ter suas instituições empenhadas em promover a igualdade de condições de participação política de seus membros.

A participação efetiva pressupõe, então, a promoção de igualdade de condições/oportunidades/recursos para que cada um dos sujeitos possa participar do processo de tomada e encaminhamento de decisões da associação política. Ela pode ser traduzida em elementos como uma educação cidadã de qualidade, que

31 DAHL, R. *Sobre a democracia*. Brasília: UnB, 2001, p. 90.

32 BOBBIO, N. *Teoria geral da política: a Filosofia política e as lições dos clássicos*. Rio de Janeiro: Campus, 2000, p. 298.

33 BOBBIO, N. *Teoria geral da política*. Rio de Janeiro: Campus, 2000, p. 303.

garanta uma preparação para a vida cívica, e um bom aparato jurídico-institucional, capaz de assegurar a liberdade. Contudo, a participação efetiva pressupõe, também e fundamentalmente, questões de comunicação.

Na democracia, a comunicação é necessária para que o sujeito possa:

1. obter informações sobre questões da vida na comunidade, acerca das quais terá que decidir;
2. fazer que suas propostas e opiniões cheguem ao conhecimento dos demais, para serem apreciadas;
3. tomar conhecimento das propostas e opiniões dos demais, para apreciá-las;
4. apresentar, escutar e contrapor argumentos de propostas em debates, antes das tomadas de decisão;
5. fazer com que suas propostas e opiniões cheguem a seus representantes nas decisões;
6. obter informações sobre a atuação de seus representantes;
7. obter informações sobre o encaminhamento das ações decididas pela coletividade.

Podemos considerar, assim, que a comunicação é determinante para as relações políticas, sobretudo para a participação efetiva e conseqüentemente para a própria democracia. Como propalado pela vertente do “acesso comunicacional” da sociologia das comunicações de massa, um acesso desigual aos recursos de comunicação tem efeitos determinantes na distribuição do poder político dentro dos diversos grupos organizados.

Claus Mueller³⁴, sociólogo alemão precursor da vertente do acesso comunicacional, refletindo sobre a questão de “quais os efeitos do acesso desigual aos meios de comunicação para a distribuição do poder político”, defendeu que nos regimes políticos contemporâneos, um acesso desigual às oportunidades de comunicação, resulta num também desigual acesso aos canais de poder e tomada de decisões:

in advanced capitalist societies, a social order marked by severe inequality and the powerlessness of most people is sustained and legitimated, not so much by coercion (the police and the army) or even by manipulation

34 MUELLER, C. *The politics of communication: a study in the political sociology of language, socialization, and legitimation*. New York: Oxford University Press, 1973.

(propaganda, censorship), as by distortions of political communication [...].³⁵

Como destacou Bobbio, ao sintetizar as proposições de Muller:

nas sociedades de capitalismo avançado, a persistência de fortes desigualdades políticas (de acesso ao poder e de seu controle) é devida em grande parte à impossibilidade/incapacidade de os grupos não privilegiados se empenharem numa comunicação política eficaz, por via da ação de um conjunto de mecanismos de distorção [manipulação e bloqueio].³⁶

A associação dos preceitos da teoria da democracia de Bobbio à tese de comunicação política de Mueller leva à prescrição de que, num regime democrático, a política e o sistema de comunicação de massa devem proporcionar igualdade de acesso à emissão/recepção dos meios de comunicação mais expressivos quanto à proposição, debate e acompanhamento de candidaturas, representações e ações político-eleitorais. Implica também considerar que um acesso desigual aos meios de comunicação compromete a promoção da participação efetiva e vicia o caráter democrático de um regime, pelas distorções verificadas, tanto ao longo do debate quanto nos resultados das decisões.

Desta discussão, podemos concluir que, via de regra, o acesso igualitário a oportunidades de comunicação de massa é uma das principais condições de promoção da igualdade de participação efetiva na vida política dos regimes democráticos.

35 MUELLER, C. *The politics of communication: a study in the political sociology of language, socialization, and legitimation*. New York: Oxford University Press, 1973, p.84.

36 BOBBIO, N. et al. *Dicionário de Política*. Brasília: UnB, 1998, p. 203.

A MÍDIA COMO ARENA POLÍTICA: O PAPEL DA MÍDIA NAS DEMOCRACIAS CONTEMPORÂNEAS

A democracia de público é o reinado do comunicador.

Bernard Manin.

A política enquanto interação ocorre em um campo, palco ou arena, onde as opiniões são formadas, as propostas elaboradas, as decisões tomadas e as ações encaminhadas. Evidentemente, a política não ocorre exclusivamente neles, mas são espaços nos quais ela ocorre de forma privilegiada, mais frequente, intensa e decisiva. Eles podem ser associados à Ágora da Grécia Antiga, às Cortes do Antigo Regime, aos Parlamentos e Gabinetes da Era Moderna, aos templos religiosos, sindicatos, portas de fábrica, salões sociais, bares, comícios, páginas de jornais, ondas de rádio, telas de televisão etc.

A arena política moderna

A natureza das arenas políticas passou por uma importante mudança nos últimos duzentos anos. Antes, a interação entre os sujeitos era predominantemente interpessoal direta e ocorria com a presença física dos envolvidos em um ambiente também físico. No século XIX, com o surgimento das primeiras repúblicas modernas, a ampliação do sufrágio, o crescimento das cidades e o início da massificação da vida social, a interação começou a ser indireta e em espaços não físicos.

Os fundamentos da arena política foram alvo de uma proposição teórica mais formulada na obra de Jürgen Habermas, *Mudança estrutural da esfera pública* (1961). Ao lado de tradicionais campos da política, como a Corte, o Parlamento, o Gabinete e os Partidos Políticos, Habermas identificou a gênese de uma esfera pública burguesa, entendida como a esfera de pessoas privadas reunidas em um público, uma ligação entre Estado e sociedade civil, onde se busca formar racionalmente uma opinião pública, baseada no melhor argumento³⁷.

Esta nova face da arena política, identificada por Habermas, ancorou-se no cotidiano europeu de uma burguesia emergente e foi caracterizada pelas

37 HABERMAS, J. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

interações ocorridas nos salões, bares, cafés, clubes e paróquias do século XIX. No entanto, no mesmo século, este universo sofreu profundas transformações em função do desenvolvimento da sociedade de massa e dos meios de comunicação.

Em *A Democracia na América* (1835), Tocqueville, referindo-se aos jornais como espaço de interação política na democracia americana, destacou que:

Muitas vezes, ocorre, nos países democráticos, que grande número de homens que têm o desejo ou a necessidade de se associarem não o podem fazer porque, sendo todos muito pequenos e perdidos na multidão, nunca se veem e não sabem onde se encontrar. É quando surge o jornal, para expor aos olhares o sentimento ou a ideia que se apresentara simultaneamente, mas separadamente, a cada um deles.³⁸

Esta ampliação e deslocamento da esfera pública dos espaços físicos e interpessoais diretos para os não físicos e indiretos foi discutida por Habermas, tanto em *Mudança estrutural da esfera pública*, quanto em textos mais recentes. Para o autor, segundo a densidade da comunicação, a complexidade organizacional e o alcance das organizações e associações, a esfera pública diferencia-se em três tipos³⁹:

- episódica: bares, cafés, encontros nas ruas;
- de presença organizada: encontro de pais, público de teatro, concertos de rock, reuniões de partidos, eventos de igrejas;
- abstrata: leitores, ouvintes e espectadores produzidos pela comunicação de massa.

A arena política moderna

Uma das principais mudanças na esfera pública analisada por Habermas foi o deslocamento, ocorrido a partir da segunda metade do século XIX e mais acentuadamente após a Segunda Guerra Mundial, das interações políticas das esferas episódicas e de presença organizada para a esfera abstrata, dominada pela mídia, como destacou:

38 TOCQUEVILLE, A. *A democracia na América*. São Paulo: Edusp, 1987, p. 395.

39 HABERMAS, J. *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997, p. 107.

A propaganda é outra função que uma esfera pública dominada por mídias assumiu. Os partidos e as suas organizações auxiliares veem-se, por isso, obrigados a influenciar as decisões eleitorais de modo publicitário, de um modo bem análogo à pressão dos comerciais sobre as decisões de compra: surge o marketing político. Os agitadores partidários e os propagandistas ao velho estilo dão lugar a especialistas em publicidade, neutros em matéria de política partidária e que são contratados para vender política apoliticamente.⁴⁰

O avanço neste processo de mudanças levou o filósofo alemão a reformular seu conceito de esfera pública, descolando-o do contexto de emergência da burguesia e associando ao de ascensão da mídia.

A esfera pública passou a ser entendida como uma rede adequada para a interação política, circulação de conteúdos, tomadas de posições e opiniões, formada por espaços nos quais as pessoas discutem questões de interesse comum, formam opiniões ou planejam a ação por meio do debate, fora das arenas formais do sistema político⁴¹.

Em praticamente todo o mundo ocidental e a partir da década de 1980, a maioria das interações políticas passou a desenvolver-se ao redor da mídia. Neste sentido, vários teóricos políticos elaboraram esquemas explicativos para a nova realidade política que se delineou.

Giovanni Sartori associou o processo ao que chamou de *videopolítica*, caracterizado pela introdução da cultura audiovisual nas relações sociais, sobretudo nas de poder, e sua incidência nos processos políticos, com mudanças na maneira de “ser políticos” e de “conduzir política”⁴². Segundo o autor, a videopolítica caracteriza-se: pela personificação das eleições e declínio dos partidos políticos; pela emotivização da política; e pela individualização das interações em oposição à ideia de coletividade⁴³.

40 HABERMAS, J. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003, p. 252.

41 HABERMAS, J. *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997, p. 92 e ss.

42 SARTORI, G. *Homo videns*. São Paulo: Edusc, 2001, p. 50.

43 SARTORI, G. *Homo videns*. São Paulo: Edusc, 2001, p. 102.

Lima⁴⁴ elaborou uma hipótese de países midiocêntricos, na qual o Cenário de Representações Políticas (uma face da esfera pública) é caracterizado por:

1. sistemas nacionais de televisão comercial que funcionam como principal fonte de informação e entretenimento do cidadão;
2. pelo menos uma geração de eleitores criados na era da videopolítica, na qual a televisão é a principal arena em que se realiza a política;
3. eleições presidenciais nas quais os candidatos concorrem em rede nacional de televisão para passar a imagem de instrumentos do centro dinâmico da ordem social.

No mesmo sentido, Bernard Manin construiu um modelo explicativo para a midiaticização das interações políticas, cunhando o conceito de democracia de público. Em suas obras sobre o governo representativo⁴⁵, este autor aponta três tipos ideais de democracia:

- democracia parlamentar: os representantes são “homens notáveis” escolhidos por um eleitorado reduzido, com base em laços de confiança pessoal, estabelecidos em círculos de relações de contato interpessoal direto;
- democracia de partidos: os representantes são “homens de partido”, escolhidos por um eleitorado ampliado, com base em laços partidários, estabelecidos pela mediação de uma estrutura partidária;
- democracia de público: os representantes são “homens de comunicação”, escolhidos por um eleitorado massificado, com base em laços interpessoais estabelecidos pela mediação da mídia.

No primeiro tipo (democracia parlamentar), a arena política aproxima-se da esfera pública burguesa e episódica descrita por Habermas e predominante no século XIX. Os templos religiosos, os salões sociais, os clubes, os bares, as confeitarias, os cafés e as praças são o espaço no qual, sobretudo, empresários, interação com seus pares, parentes e outras pessoas “públicas” para conseguir apoio e votos para sua eleição. Nele, o Parlamento/gabinete mantém uma considerável

44 LIMA, V. A. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001; LIMA, Venício A. *televisão e poder: a hipótese do “Cenário de Representação da Política”*. *Comunicação & Política*, Rio de Janeiro, vol. 1, n. 1, 1994.

45 MANIN, B. *As Metamorfoses do Governo Representativo*. *RBCS*, n.29, 1995; MANIN, B. *The principles of representative government*. Cambridge/New York: Cambridge University Press, 1997.

importância e independência, e os meios de comunicação e os partidos desempenham um papel secundário.

O segundo tipo (democracia de partidos) desenvolveu-se com o crescimento do eleitorado e das clivagens sócio-classistas, representando um declínio do primeiro, a partir do início do século XX. Passível de ser associado à esfera pública de presença organizada (na terminologia de Habermas), nele, as reuniões partidárias, comícios, paradas comemorativas, manifestações públicas e a imprensa militante, são o lugar onde ativistas, cabos eleitorais e líderes partidários disseminam opiniões e buscam conseguir a adesão, o voto e a fidelidade dos eleitores para os representantes do partido.

Na democracia de partidos, o Parlamento/gabinete perde importância (por estarem vinculados às disposições dos partidos), a estrutura partidária é o elemento central e decisivo, e os meios de comunicação (não partidários), os círculos de influência social e a notabilidade pessoal dos candidatos desempenham um papel secundário.

O terceiro tipo (democracia de público) estabelece-se, a partir dos anos setenta, com a evolução tecnológica e a difusão maciça dos meios de comunicação de massa, especialmente da televisão, sendo o predominante na maioria das democracias contemporâneas.

Próximo da ideia habermasiana de esfera pública abstrata, ele se caracteriza pela concentração das interações políticas na grande imprensa, no rádio e na televisão comerciais e não militantes, por meio dos quais candidaturas de cunho pessoal, buscam obter o voto do cidadão e o apoio da opinião pública.

Na democracia de público, os meios de comunicação são o elemento decisivo nas interações políticas e as estruturas partidárias, e os círculos de influência social têm um papel secundário, já que uma nova elite domina o lugar dos ativistas e líderes partidários, sendo que, para Manin, “a democracia de público é o reinado do comunicador”⁴⁶.

Como destacou Chaia e outros, a difusão da mídia eletrônica de comunicação massiva transformou profundamente a política:

A política ganhou um novo caráter com o surgimento da mídia, pois sua visibilidade passou a ser mediada pelos meios de comunicação, fazendo até com que os políticos passassem a depender dela para se manterem e

46 MANIN, B. *As Metamorfoses do Governo Representativo*. RBCS, n.29, p. 26. 1995.

destacarem na vida pública. A mídia mudou também a relação entre os candidatos e os eleitores, porque a relação que antes precisava da presença física de ambos e permitia uma comunicação de mão dupla, agora é intermediada pelos meios de mão única.⁴⁷

Nas democracias de público os candidatos se comunicam diretamente com seus eleitores através do rádio e da televisão, dispensando a mediação de uma rede de relações partidárias [...] a televisão realça e confere uma intensidade especial à personalidade dos candidatos.⁴⁸

Elas podem, portanto, ser caracterizadas pela:

- predominância do comunicador/homem de mídia, em relação ao quadro de notabilidade pessoal ou ao ativista partidário;
- concentração das interações políticas na mídia, em relação aos círculos de influência social ou estruturas partidárias;
- afirmação do acesso/controlado da mídia como elemento decisivo nas interações políticas, em relação à notabilidade política ou a liderança partidária.

A partir dos preceitos teóricos de *esfera pública* de Habermas, de *videopolítica* de Sartori, de *midia centrismo* de Lima e de *democracia de público* de Manin, delineamos o conceito de *Arena Política Midiatizada*, empregado nesta obra.

Ele se caracteriza pela concentração das interações políticas (formação de opinião pública, debate político-eleitoral e encaminhamento das decisões políticas) na mídia (enquanto espaço, arena, esfera, cenário, palco e campo) e, consequentemente, pelo grande poder de influência/determinação no resultado das interações políticas, por parte de quem tem acesso/controlado dos meios de comunicação.

Este conceito de Arena Política Midiatizada, associado aos preceitos de Bobbio, Dahl e Mueller sobre democracia, participação efetiva e comunicação bloqueada, embasa a Tese que defendemos, a de que: historicamente, a política de comunicações no Brasil, sobretudo quanto ao rádio e a televisão, não promovem uma igualdade de acesso aos meios de comunicação quanto a questões do debate eleitoral, desequilibrando a disputa, determinando o resultado, comprometendo a participação efetiva e, consequentemente, viciando o caráter democrático do regime político do país.

47 CHAIA, V. et al. Rádio e eleições no Estado de São Paulo. Texto apresentado no GT *Mídia e Política: opinião pública e eleições*, no XXVI Encontro Anual da ANPOCS. Disponível em <http://www.pucsp.br/neamp/artigos/artigo_15.pdf>.

48 MANIN, B. As Metamorfoses do Governo Representativo. *RBCS*, n.29, 1995, p. 26.

O ESTÚDIO E A TRIBUNA: MÍDIA E POLÍTICA ELEITORAL EM RIBEIRÃO PRETO

História política da cidade: coronéis, bacharéis, locutores.⁴⁹

Nesta parte do livro, analisamos como a mídia se constitui num diferencial eleitoral, a partir do estudo de uma realidade, destacada como amostragem representativa de um universo mais amplo, o da política nacional.

A região de Ribeirão Preto foi escolhida como objeto do estudo de caso, pelo fato de suas características a credenciarem como amostragem privilegiada dos aspectos estudados. Um dos pontos de partida da investigação pressupunha que o peso eleitoral da mídia estava associado à pobreza, baixa escolaridade, carência de canais de comunicação e ao ritmo de vida de pequenos municípios brasileiros.

Assim, a realidade ribeirãopretana foi destacada também para verificar se numa população rica, escolarizada, com acesso a fontes de informação diversificada e com um cotidiano urbano e de grande município, o acesso à comunicação de massa representava o mesmo diferencial eleitoral.

FIGURA 2 - Mapa de Ribeirão Preto, representando a localização da cidade



Fonte: www.fcfrp.usp.br

49 Inscrição anônima pichada no muro do Cemitério da Saudade, em Ribeirão Preto, no início dos anos 1990.

Ribeirão Preto como universo de análise

A região de Ribeirão Preto, situada no Nordeste do Estado de São Paulo, abrange uma área geográfica de 30 mil km², um conjunto de 82 municípios e uma população de cerca de 3 milhões de habitantes.⁵⁰

Considerada um município de porte grande, sua economia baseia-se nos setores de comércio (varejista) e prestação de serviços (escolas, universidades, clínicas e repartições públicas), dinamizados pela indústria (farmacêutica, alimentícia e metalúrgica) e agronegócio regional (cana-de-açúcar, laranja, café e soja).

A população ribeirãopretana é quase que totalmente urbana e apresenta índices socioeconômicos acima das médias estaduais e nacionais. A Tabela 1 traduz estes dados, comparando os índices da cidade com os do Estado de São Paulo e do país:

TABELA 1 - Comparativo de índices socioeconômicos de Ribeirão Preto⁵¹

Tema	Ribeirão	Paulista	Brasil
Taxa de Urbanização (%)	99,64	93,69	84,3
Alfabetização (%)	95,66	93,36	89,12
Pessoas com mais de 10 anos de escolaridade (%)	72,1	30,4	39,0
Mortalidade infantil / mil habitantes	8,94	14,85	27,0
Médicos / mil habitantes	6	2	1,7
Leitos Hospitalares / mil habitantes	4,1	2,75	3,0
Leitos SUS / mil habitantes	3,15	1,97	2,8
Abastecimento de água (%)	98,05	97,38	89,6
Coleta de esgoto (%)	95,77	85,72	55,4
Tratamento de esgoto (%)	87	17	6

50 Dados referentes à macrorregião de Ribeirão Preto, que engloba os municípios paulistas localizados num raio aproximado de 100 Km de Ribeirão. O referencial de macrorregião baseia-se na referência de mesorregião do IBGE. Cf. IBGE. *Mapa de Divisões Territoriais*. Rio de Janeiro: 2001.

51 Este quadro foi elaborado a partir de diferentes relatórios estatísticos do IBGE e da Fundação Seade, considerando-se sempre os índices mais recentes, ou seja, 2000, 2002 ou 2004. Cf. SEADE. *Perfil dos Municípios Paulistas*. São Paulo: 2005; SEADE. *Índice de Vulnerabilidade Social*. São Paulo: 2004; IBGE. *Brasil em Síntese*. Rio de Janeiro: 2004; IBGE. *Pesquisa por amostragem de domicílios*. Rio de Janeiro: 2004.

Tema	Ribeirão	Paulista	Brasil
Domicílios com renda acima de 3 SM (%)	64,37	53,25	22,4
Veículos / mil habitantes	430	400	168
Renda per capita (US\$)	9000	4700	2800
Posição no Ranking de IDHM	---	6	21
Índice de IDH	0,855	0,814	0,766

Como se pode observar, a cidade tem uma população altamente escolarizada, com menos de 5% de analfabetismo e um percentual de pessoas que estudaram mais de dez anos (72%), e que representa quase o dobro da média nacional (39%). Ribeirão Preto também é uma cidade rica, com uma renda per capita (de US\$9000), três vezes maior que a nacional (US\$2800) e com mais da metade de seus domicílios com renda superior a três salários mínimos.

Apesar destes índices, no cotidiano, a cidade apresenta problemas socioeconômicos crescentes, como outras do mesmo porte no país, tais como: favelização; criminalidade e violência urbana; deficiências no atendimento na saúde pública; enchentes; grande incidência de moléstias (dengue e AIDS); desemprego; saturação do trânsito; endividamento público.

Na área de comunicação e informação, o município destaca-se pela considerável relação de emissoras de rádio por habitante (1 para cada 16 mil), de televisão por habitante (1 para cada 80 mil), bem como pelo grande número de periódicos impressos (21 títulos, sendo 10 revistas e 11 jornais) e o alto índice de domicílios/estabelecimentos com acesso à internet⁵² (33%).

Como apresentamos na tabela a seguir, a região dispõe de fontes de informação múltiplas e diversificadas.

52 Segundo relatórios locais dos dados PNAD do IBGE, 33% dos municípios em Ribeirão Preto possuem acesso à internet.

TABELA 2 - Indicadores de comunicação em Ribeirão Preto⁵³

Veículos	Número	Relação/habitante
Jornais diários e semanais ⁵⁴	11	1/50 mil
Revistas semanais e mensais	10	1/55 mil
Rádios comerciais/educativas	32	1/16 mil
Rádios comunitárias ⁵⁵	19	1/28 mil
Emissoras de TV aberta	7	1/80 mil
Repetidoras de TV	7	1/80 mil
Canais locais de TV fechada	4	1/ 135 mil
Terminais telefônicos fixos	250 mil	1/2,1

Outra característica é o perfil majoritariamente regionalizado da programação das emissoras, que representa 90% nas rádios AM, 80% nas rádios FM e 30% nas TV's abertas⁵⁶. Esta considerável proporção de regionalização na programação, faz com que a pauta de rádio e telejornais apresente informações sobre a economia, a política e os problemas da região, sobretudo os comunitários (questões de infraestrutura e atendimento dos serviços públicos), patrocinando subsídios para o debate político.

Em relação à abrangência, boa parte das rádios da cidade é de grande potência e atinge localidades num raio de 200 km, pelas emissoras de FM, e até 700 km, no caso das de AM, OM e OT. Os canais de televisão locais também atingem

53 Este quadro foi elaborado a partir dos dados obtidos em www.seade.sp.gov.br, www.conhecaribeirao.com.br e de pesquisa de dial/espectro realizada entre os meses de março e junho de 2004.

54 Este número considera os jornais de circulação nacional que possuem cadernos regionais, sucursal ou escritório na cidade, tais como a Folha de São Paulo/Ribeirão, Gazeta Mercantil e O Estado de São Paulo. Foram considerados apenas os periódicos com mais de um ano de circulação e tiragem superior a 500 exemplares, em levantamento feito em junho de 2004.

55 Dentre este número de emissoras comunitárias catalogadas no período de março a junho de 2004, apenas duas eram "legalizadas", ou seja, autorizadas pelo Ministério das Comunicações a operar na cidade.

56 O cálculo da proporção de programação regional foi feito com base no percentual que programas gravados e emitidos a partir da cidade de Ribeirão Preto representavam no total de horas de programação semanal das emissoras da cidade. Mensuração feita pelo pesquisador no período de março a junho de 2004, na *Pesquisa de Monitoramento de Programação de Rádio e Televisão em Ribeirão Preto*.

municípios em raios de até 200 km, em cidades do nordeste paulista e do sul de Minas⁵⁷.

No âmbito da política, Ribeirão pode ser considerada uma cidade organizada e participativa politicamente, pois possui uma grande quantidade de partidos políticos (22 agremiações), entidades representativas organizadas (57, somando-se sindicatos e associações de moradores) e Organizações Não Governamentais (ONG's) voltadas para questões políticas e sociais (103), como aponta a tabela 3.

Os dados abaixo também revelam uma grande participação política, com um índice de alistamento eleitoral de cerca de 65% (360 mil dos quase 600 mil habitantes possuem título eleitoral) e de comparecimento às urnas de 85% (a abstenção média é de 15%) – ambos os índices acima da média nacional.

TABELA 3 - Indicadores político-eleitorais de Ribeirão Preto⁵⁸

Veículos	Número
Eleitores inscritos	359391
Média de abstenção	15%
Vereadores na Câmara local	20
Partidos com direção	13
Partidos com comissão provisória	9
Sindicatos com sub/sede local	23
Associações de moradores	34
Outras ONG's de atuação política ou social	103
Deputados estaduais ⁵⁹	7
Deputados federais	2

57 A cidade de Ribeirão Preto tem 4 das 20 emissoras de rádio mais potentes do país, pois a média de abrangência de uma rádio FM, por exemplo, é de um raio de 30 a 50 km. Rádios como Clube FM e Diário FM de Ribeirão, irradiam para localidades situadas a mais de 200 km do município.

58 Este quadro foi elaborado a partir dos dados obtidos em www.seade.sp.gov.br e dos registros nos cartórios eleitorais da cidade, referentes às eleições de 2004 ou data base de junho de 2004.

59 O número de deputados estaduais e federais considera os parlamentares eleitos que possuem domicílio eleitoral em uma das 82 cidades da região de Ribeirão Preto. Da cidade, especificamente, foram eleitos 3 deputados estaduais e 1 federal.

A região elegeu no último pleito dois deputados federais e sete estaduais, mas no final dos anos oitenta chegou a ter cinco representantes no Congresso e nove na Assembleia Legislativa.

Em relação às clivagens partidárias, os ribeirãopretanos têm uma preferência por candidatos de centro e de centro-esquerda, pois nos últimos 20 anos elegeu prefeitos e maioria de vereadores de partidos como PMDB, PT e PSDB. Desde 1992, as eleições para a Prefeitura são realizadas em dois turnos, sendo que apenas nas eleições de 2000 o prefeito foi eleito já no primeiro.

Outra característica refere-se ao fato de a cidade ter uma das mais antigas TV's Legislativas Municipais do país, pois as sessões da Câmara são transmitidas ao vivo pela TV por assinatura e também por canal aberto, há mais de dez anos.

As origens de Ribeirão Preto datam de 1845 – fundação, e 1874 – criação do município. Sua história é pautada pela agricultura, pois seus primeiros 60 anos, foram marcados pela produção cafeeira, que: atraiu a imigração italiana para a lavoura; investiu os capitais auferidos com a exportação do produto no desenvolvimento urbano; e instalou a hegemonia dos grandes proprietários rurais na política local e estadual.

Da mesma forma, os últimos 30 anos da história ribeirãopretana foram marcados pela agricultura sucroalcooleira, que: atraiu a migração mineira e nordestina – esta última sazonal –; dinamizou o comércio e desenvolveu um forte setor de prestação de serviços, sobretudo na área de saúde e educação.

Na área de comunicação, a história local é marcada pelo pioneirismo, pois a cidade foi uma das primeiras do interior do Brasil a: fundar uma rádio em 1925, realizar uma transmissão em 1927 e a transmitir regularmente a partir de 1929:

Em 10 de novembro de 1925, foi concedida à Rádio Club a autorização do Ministério da Viação, para o funcionamento de um transmissor de 10 “watts”, da marca “Pekan”⁶⁰.

A primeira emissora de televisão local foi instalada em 12 de novembro de 1980, repetindo o sinal da Rede Globo e transmitindo um telejornal local, naquele momento, para 33 cidades da região. Outra característica relevante é a projeção do rádio na cultura regional, pois, desde os anos cinquenta, ele vem projetando personalidades na mídia de outras regiões do país e na política local e regional.

60 CIONE, R. *História de Ribeirão Preto*. Ribeirão Preto: Legis Summa, 1992, p. 274.

Nos anos 1950 e 1960, as duas principais emissoras da cidade, a PRA-7 e a ZYR-79, chegaram a ter centenas de funcionários (técnicos, cantores, atores, jornalistas, locutores e até orquestra própria), auditório para programas e produção de radionovelas, algumas “exportadas” para as rádios das capitais.

O destaque destas informações básicas sobre Ribeirão Preto permite-nos caracterizar o universo de análise do presente estudo de caso, como uma cidade:

- de grande porte, com status de centro regional e com uma economia desenvolvida e baseada na agricultura sucroalcooleira, no comércio varejista e na prestação de serviços;
- com altos índices de urbanização, escolaridade, renda, acesso à informação, qualidade de vida e participação política;
- com setor de mídia com grande número de veículos de rádio, televisão e imprensa, de perfil regionalizado e organizado em pequenas redes⁶¹.

Gênese de uma arena política midiaticizada

Ao longo do século XX, a política ribeirãopretana passou por uma série de transformações, que também ocorreram em grande parte das localidades brasileiras, sobretudo, nos grandes e médios centros e, mais recentemente, até nas pequenas cidades.

Em Ribeirão Preto, a política deixou de ser dominada por coronéis e passou às mãos de locutores. Neste período, a política brasileira foi marcada pelo declínio do coronelismo, da democracia parlamentar e de uma arena política/esfera pública interpessoal direta, e pela ascensão de uma democracia de público, rádio/vídeopolítica e de uma arena política midiaticizada.

Analisar Ribeirão Preto como Arena Política Midiaticizada é importante para o dimensionamento do papel do acesso à mídia para a política eleitoral da região, bem como para o estabelecimento de relações com outras realidades em

61 Denotam este perfil o fato de, atualmente, destacarem-se grupos de mídia regional como: *Sistema Clube de Comunicação*, com 1 emissora de televisão 5 de rádio; *Mega Sistema de Comunicação*, com 3 rádios; *Tathi*, com 1 TV e 2 rádios; *Grupo Regional*, com 8 rádios.

nível estadual e nacional, e exige o reconhecimento dos seguintes aspectos na política ribeirãopretana:⁶²

- massificação do eleitorado;
- rádio e/ou televisão como referência de informação;
- uma geração de eleitores formada em campanhas eleitorais midiáticas;
- declínio dos partidos políticos, que passam a ter papel secundário;
- política com laços interpessoais mediados pela mídia;
- grande mídia comercial como elemento decisivo nas eleições;
- eleições presidenciais em rede nacional;
- personificação da política eleitoral;
- emotivação da política eleitoral;
- ascensão do comunicador como ativista eleitoral.

Em relação à massificação do eleitorado, a cidade tem hoje a 32ª maior população e o 30º maior colégio eleitoral do país, com 64,7% de sua população, alistada eleitoralmente. Da mesma forma, a região responde por 9% do eleitorado do Estado e 1,7% dos eleitores do país. Outra característica de massificação, além do número, é o perfil quase que totalmente urbano deste eleitorado. Ribeirão, portanto, possui um eleitorado massificado.

O início deste processo de massificação pode ser associado à década de 1950, quando população e eleitorado passam a crescer a taxas superiores a 50% por década, reduzindo tais índices, apenas nos anos noventa.

TABELA 4 - Evolução da população e eleitorado em Ribeirão Preto⁶³

Ano	Habitantes	Crescimento Populacional	Eleitores	Crescimento Eleitoral
1890	48000	---	---	---
1900	59105	23,0%	---	---
1920	68838	16,4%	---	---
1940	79783	15,8%	---	---

62 Estes referenciais de análise foram apresentados anteriormente, com base nas disposições de esfera pública de Habermas, de videopolítica de Sartori, de midiacentrismo de Lima e de democracia de público de Manin.

63 Os dados destacados em itálico foram estabelecidos a partir de amostragens de documentos diversos da Câmara Municipal, de jornais e de relatórios eleitorais da justiça. A fonte dos demais dados são o SEADE para a população e o TRE-SP para eleitores. Cf. www.seade.sp.gov.br e www.tresp.gov.br.

Ano	Habitantes	Crescimento Populacional	Eleitores	Crescimento Eleitoral
1950	92160	15,5%	35 mil	---
1960	145267	57,6%	65 mil	85%
1970	211330	45,5%	110 mil	69%
1980	316918	50,0%	170 mil	54%
1990	422386	33,2%	250 mil	47%
2000	504250	19,3%	320 mil	28%

Observando os dados da Tabela 4, podemos verificar que de 1950 a 1960, a população cresceu 57% e o eleitorado 85%, sendo que tal evolução manteve-se com a progressiva escolarização da população e a inclusão de analfabetos e jovens de 16 anos a partir de 1988.

O eleitorado ribeirãopretano da primeira metade do século não pode ser considerado massificado, pois embora a população representasse até 80 mil habitantes (79,7 mil em 1940), ela: possuía um grande contingente de imigrantes estrangeiros não alistados; estava em sua maioria instalada na zona rural ou em pequenos distritos; e tinha um grande número de analfabetos e mulheres que, em alguns períodos, também não eram alistáveis.

O grande impulso se dá nos anos cinquenta, quando a maioria da população passa a viver na zona urbana, o município se estabiliza em uma sede e dois distritos urbanizados⁶⁴ e o número de migrantes provenientes da região Nordeste do país e do sul de Minas elevam a taxa de crescimento por década para índices na casa dos 50%⁶⁵.

Sobre o eleitorado, as maiores mudanças também se iniciam nos anos cinquenta, quando o aumento da população urbana levou a um crescimento populacional dos eleitores. Nos anos sessenta, o aumento das pessoas aptas a votar relacionou-se aos avanços na escolarização da população. Na década de 1970, o

64 A partir da década de 1950, devido a emancipações de alguns distritos, Ribeirão Preto passou a ser composto pela sede do município, pelo distrito de Bonfim Paulista e pelo distrito de Guataparé (Guataparé se emancipou no início dos anos noventa).

65 Os movimentos migratórios na recente história local se classificam em quatro correntes que alimentaram a população da cidade: anos 1950, por habitantes da zona rural e das cidades menores da própria região, em busca de inserção na vida urbana; anos 1960, de cidades do Sul de Minas, também em função dos atrativos urbanos; anos 1970, de trabalhadores rurais nordestinos, para o trabalho na lavoura da cana e da laranja, na região; anos 1980, em função de uma reportagem da subsidiária local da Rede Globo, exibida em rede nacional com exaltação à riqueza e oportunidades da “Califórnia Brasileira”, que atraiu contingentes de diferentes regiões do país.

clientelismo de massa⁶⁶ estava vinculado ao alistamento eleitoral e motivou muitos cidadãos a providenciar o título de eleitor como instrumento de acesso aos recursos públicos⁶⁷. Nos anos oitenta, o número de alistados eleitoralmente foi novamente impulsionado pela inscrição de analfabetos e de jovens maiores de 16 anos.

Paralelo à massificação da população e do eleitorado, ocorre também um aumento do número de candidatos à vereança. Nos anos sessenta, este número ficava em torno de três vezes o número de cadeiras e na década de 1990, chegou a ultrapassar a marca de quinhentos candidatos para 21 vagas.

Uma consequência desta massificação foi o declínio das relações interpessoais diretas e a ascensão das relações intermediadas pelos meios de comunicação. No final do século XIX e início do XX, o relacionamento de candidatos com seus eleitores era direto, pois dezenas, no máximo centenas deles⁶⁸, pertencia ao círculo de influência social do político. Empregados, parentes, compadres e apadrinhados eram periódica e pessoalmente contatados em conversas feitas nas fazendas, residências, igrejas, festas e bares, onde a amizade, prestígio e laços de confiança/dependência eram invocados para o cooptação do voto.

Nos anos cinquenta, quando a população se aproximava da casa dos 100 mil habitantes, o contato pessoal continuava sendo um elemento importante, mas sua importância começava a decair. Um cruzamento entre o nome dos vereadores eleitos para a legislatura 1952-1955 e as notícias dos três maiores jornais do período, revelou que, no ano anterior, todos eles haviam figurado, no mínimo

66 O clientelismo de massa caracteriza-se por demandas políticas voltadas para a obtenção de bens coletivos e não mais pessoais, ou seja, ao invés de um emprego, um concurso para uma categoria profissional, ao invés de uma vaga na escola para um parente, uma escola para o bairro, ao invés de uma consulta médica, um posto de saúde para o bairro. Cf. KERBAUY, M. T. M. *A morte dos coronéis: política interiorana e poder local*. Araraquara: FCL-Unesp, 2000, p. 40.

67 São exemplos desta prática, o fato de, nos anos 1970 e 1980, uma em cada duas moradias construídas em Ribeirão Preto serem de programas estatais de habitação (BNH e Cohab), cuja concessão não passava por cadastro, sorteio ou uma seleção mais apurada. A maioria das chaves das casas, foram entregues diretamente pelos prefeitos em associações de moradores ou nas residências dos próprios contemplados, numa relação na qual o título eleitoral era indispensável.

68 Os números de eleitores para este período, indicam dezenas nos anos 1870 (89 em 1877), centenas nos anos 1880 (465 em 1881) e cerca de 3 mil nos anos 1890. Fonte: Atas da Câmara Municipal de Ribeirão Preto.

três vezes, no noticiário de pelo menos um dos periódicos, quer como autores de artigos de opinião, quer como sujeitos das reportagens⁶⁹.

Uma pesquisa encomendada por uma coligação de partidos e realizada para a eleição do ano de 2000,⁷⁰ aponta que as relações midiáticas haviam, absolutamente, suplantado as relações interpessoais. Como revelado pelos dados da Figura 3, grande parte dos eleitores não tem contato pessoal com os candidatos às eleições municipais, tendo o rádio e a televisão como o principal meio pelo qual “conhece” o político.

FIGURA 3 - Quadro de contato eleitores-candidatos

Prefeito eleito no pleito eleitoral de 1996	%
Já conversou pessoalmente	>1
Já viu, mas nunca conversou pessoalmente	5
Conheceu pelo rádio/televisão, antes das eleições	10
Conheceu pelo jornal/revista, antes das eleições	3
Conheceu pela propaganda eleitoral no rádio/televisão	72
Conheceu pela propaganda eleitoral impressa	6
Não conhecia	3
Candidato em que votou para Prefeito em 1996	%
Já conversou pessoalmente	5
Já viu, mas nunca conversou pessoalmente	12
Conheceu pelo rádio/televisão, antes das eleições	36
Conheceu pelo jornal/revista, antes das eleições	6
Conheceu pela propaganda eleitoral no rádio/televisão	37
Conheceu pela propaganda eleitoral impressa	3
Não conhecia	1
Maioria dos demais candidatos a Prefeito em 1996	%
Já conversou pessoalmente	1
Já viu, mas nunca conversou pessoalmente	2
Conheceu pelo rádio/televisão, antes das eleições	18
Conheceu pelo jornal/revista, antes das eleições	4
Conheceu pela propaganda eleitoral no rádio/televisão	65
Conheceu pela propaganda eleitoral impressa	3

69 Tal pesquisa foi feita através do cruzamento do nome do vereador eleito com a figuração em artigos e reportagens publicadas nos jornais *A Tarde*, *Diário de Notícias* e *A Cidade*, no período de 12 meses anteriores à eleição.

70 Pesquisa encomendada pela Coligação encabeçada pelo PT, sobre sondagem eleitoral, feita por telefone com uma amostragem de 1000 eleitores na cidade de Ribeirão Preto, antes do início das eleições de 1996. Consultada no arquivo do Diretório Municipal do PCdoB de Ribeirão Preto.

MARIA DE LOURDES DOS SANTOS
REINALDO DOS SANTOS

Não conhecia	7
Maioria dos vereadores eleitos em 1996	%
Já conversou pessoalmente	5
Já viu, mas nunca conversou pessoalmente	12
Conheceu pelo rádio/televisão, antes das eleições	3
Conheceu pelo jornal/revista, antes das eleições	7
Conheceu pela propaganda eleitoral no rádio/televisão	36
Conheceu pela propaganda eleitoral impressa	15
Não conhecia	22
Candidato em que votou para Vereador em 1996	%
Já conversou pessoalmente	18
Já viu, mas nunca conversou pessoalmente	24
Conheceu pelo rádio/televisão, antes das eleições	15
Conheceu pelo jornal/revista, antes das eleições	4
Conheceu pela propaganda eleitoral no rádio/televisão	22
Conheceu pela propaganda eleitoral impressa	6
Não conhecia	> 1
Maioria dos demais candidatos a Vereador em 1996	%
Já conversou pessoalmente	2
Já viu, mas nunca conversou pessoalmente	5
Conheceu pelo rádio/televisão, antes das eleições	12
Conheceu pelo jornal/revista, antes das eleições	2
Conheceu pela propaganda eleitoral no rádio/televisão	49
Conheceu pela propaganda eleitoral impressa	13
Não conhecia	17

Quando interpelados sobre o nível de contato com candidatos e eleitos, a maioria dos eleitores respondeu que nunca haviam se encontrado com eles pessoalmente e que os conheceram pelo rádio e pela televisão. Considerando os candidatos à Prefeitura, 94% dos eleitores nunca estiveram na presença do vencedor das eleições, 83% não conheciam pessoalmente o candidato em que votaram e 97% nunca encontraram algum dos demais candidatos (que não fossem o eleito e/ou aquele em que votou).

Em relação aos vereadores, os índices de contato interpessoal direto são maiores, mas mesmo, assim menores que os midiáticos. Nas eleições de 1996, 42% dos eleitores tiveram contato pessoal com o candidato no qual votaram, 17% estiveram pessoalmente com a maioria dos eleitos (pelo menos uma vez

com cerca de dez parlamentares) e 7% conheciam um número razoável de outros candidatos (20 nomes dos não eleitos).

Em todos os casos, o principal meio do primeiro contato entre candidato e eleitor foi o Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita no rádio e na televisão, seguido de aparições em jornalísticos da mídia local.

Pode-se constatar, portanto, que o rádio e a televisão, tanto na campanha eleitoral do HGPE quanto na programação cotidiana de noticiários e programas de variedades, são atualmente o principal meio de interação entre eleitores e candidatos, chegando a representar mais de 70% no caso do pleito para o Executivo e cerca de 60% para o Legislativo.

Cabe destacar ainda que, se desconsiderarmos o contato midiático (como se os candidatos fossem proibidos de aparecer na televisão ou falar no rádio, inclusive no HGPE), 85% dos eleitores não conheceriam o Prefeito eleito, 80% jamais teriam visto o candidato ao Executivo Municipal no qual votou e 94% não tomariam conhecimento dos demais candidatos.

Os dados decorrentes da Figura 3 permitem afirmar, portanto, que, atualmente, as relações interpessoais diretas são raras e as mediadas por meio de comunicação massiva eletrônica são hegemônicas. Em relação ao declínio dos partidos políticos, apesar das muitas reformas eleitorais e da polarização bipartidária dos anos 1960 e 1970, em Ribeirão Preto, eles nunca chegaram a ter peso em termos de estrutura partidária ou propensão ideológica. Alguns aspectos que denotam esta fraqueza partidária podem ser apontados:

- embora o índice de migrações de autoridades entre partidos não seja alto (no Congresso Nacional, em média um em cada três deputados trocam de legenda entre uma eleição e outra), nas últimas seis legislaturas ribeirãopretanas, 70% dos vereadores que trocaram de sigla, foram reeleitos ou obtiveram votação igual ou maior do que na eleição anterior;
- entre os anos de 2000 e 2004, dos 22 partidos que participaram das últimas eleições na cidade, apenas 4 mantiveram sede funcionando permanentemente (PT, PMDB, PSDB e PFL), outros seis funcionavam precariamente (com sede fechada temporariamente ou instalada na residência ou escritório de um dos filiados) e os demais se (re)organizam apenas nos anos eleitorais;
- embora os partidos se recusem a fornecer dados mais precisos, levantamento feito em pesquisa de campo apontou que mais de 80% do

pessoal envolvido nas campanhas eleitorais (cabos e fiscais) era contratado profissionalmente (assalariados temporários e não militantes), ou seja, os partidos não contam com uma militância partidária relevante numericamente⁷¹.

Como se pode notar, o peso dos partidos nas eleições, historicamente, foi pequeno, pois a maior parte deles não tem uma militância atuante, estrutura organizacional ou um meio de comunicação próprio e eficiente.

Outro indicador do declínio dos partidos é a migração das campanhas eleitorais das ruas para a mídia. Pesquisa de cotejamento, entre as agendas dos três candidatos a prefeito mais bem colocados nas últimas eleições, aponta uma dedicação de tempo, cada vez maior à mídia e menor a atividades de contato interpessoal direto.

A tabela a seguir, proporciona dados para a visualização de como a campanha eleitoral migrou das ruas para os estúdios, pois, de 1992 para 2004, atividades como comícios e corpo-a-corpo (somadas) foram reduzidas pela metade, de 60% (em 1992) para 30% (em 2004). Em contrapartida, as atividades de mídia mais do que dobraram no mesmo período, passando de 15% para 40%.

TABELA 5 - Média de percentual de dedicação a atividades de campanha eleitoral para prefeito de Ribeirão Preto⁷²

Atividade	1992	1996	2000	2004
Comícios	30%	5%	10%	15%

71 Este dado teve que ser levantado em pesquisa de campo, pois os números fornecidos pelos partidos sobrevalorizavam a participação da “militância”. Verificou-se que é costume a filiação dos cabos eleitorais no momento da contratação, mas que muitos não têm ligação com o partido para o qual trabalham, mudam de “patrão” de uma eleição para outra e até ao longo do próprio pleito.

72 Quadro elaborado a partir de diversas fontes de dados, como as agendas dos candidatos dos próprios comitês eleitorais, os registros de manifestações públicas comícios (na Polícia Militar) e a agenda dos candidatos publicada diariamente pelos jornais da cidade, durante a campanha. O levantamento excluiu atividades de descanso e compromissos pessoais, além do cômputo dos dias de “agenda não divulgada”. O procedimento consistiu em totalizar as horas de campanha dos candidatos nos 100 dias anteriores à eleição e categorizá-las de acordo com a natureza do compromisso. Em *mídia*, foram consideradas gravações de programas eleitorais, participação em debates eleitorais transmitidos por alguma emissora ou transcritos por jornais, concessão de entrevistas em vários canais e participação em programas de rádio e televisão, bem como reuniões específicas com assessores de mídias (marketeiros).

Atividade	1992	1996	2000	2004
Corpo a corpo	30%	25%	20%	15%
Mídia	15%	25%	30%	40%
Visitas dirigidas	25%	30%	20%	20%
Reuniões com assessores	10%	15%	20%	20%

Cabe ressaltar que, mesmo nas candidaturas de partidos pequenos, que por pouca disponibilidade de recursos financeiros e/ou de tempo no HGPE se dedicam muito mais às atividades de contato interpessoal direto, a atenção às atividades de mídia também cresceram na mesma intensidade.

A candidatura do Partido dos Trabalhadores Socialistas Unificado - PSTU, que em 1992 produziu apenas dois programas de televisão (num único dia e no início da campanha), em 2004, gravou 12 programas (em 15 dias e ao longo do período eleitoral).

Esta progressiva migração do “debate eleitoral” das ruas para os estúdios, representa um declínio do papel dos partidos, pois a máquina partidária de militantes, cabos eleitorais (mesmo que contratados) e contatos está sendo paulatinamente substituída por uma máquina midiática de estúdios, publicitários e profissionais de opinião, imagem e relações públicas.

Além da perda de importância da máquina partidária, os dados da Tabela 5 também indicam a centralidade que a mídia assumiu na política ribeirãopretana, enquanto recurso eleitoral. Nas eleições municipais dos últimos 12 anos, ela foi o elemento ao qual os principais candidatos mais dedicaram tempo e dinheiro⁷³, assim como foi decisivo nos resultados, pois, em todos os pleitos, os dois candidatos a prefeito mais votados estavam entre os três com maior tempo no HGPE.

Em relação à vereança, embora a utilização da mídia como recurso de propaganda seja inferior ao das candidaturas majoritárias, nas duas últimas eleições dos 30

⁷³ Embora dados de prestação de contas eleitorais no Brasil não sejam confiáveis e nem precisos, as amostragens dos relatórios oficiais entregues pelas coligações à justiça eleitoral revela que, em média, um quinto dos recursos declarados foram gastos com atividades de mídia. Cabe ressaltar, entretanto, que em questionários de levantamento feito com os responsáveis pelas finanças dos candidatos, foi ressaltado que os contratos com o “pessoal de marketing e mídia”, referem-se a pacotes de serviços que incluem de criação de logotipos à produção de programas, inclusive dos candidatos a vereador na coligação, sendo difícil especificar melhor os gastos.

candidatos mais votados, 20 eram aqueles que mais haviam aparecido na televisão no Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita⁷⁴.

Mesmo fora do contexto eleitoral, a mídia eletrônica é a principal referência de informação na sociedade local, desde os anos cinquenta, quando a “Era do Rádio” alcançou seu auge também em Ribeirão Preto, e o número de ouvintes ultrapassou o dobro do número de leitores/assinantes de jornais. Nos anos oitenta, a instalação de emissoras de TV regionais impulsionou a audiência da televisão. O caráter regional de boa parte da programação do rádio e da TV⁷⁵, associado à queda na circulação de jornais, fez destes veículos a principal fonte de informação da população.

Outra característica da configuração de uma Arena Política Midiática no contexto estudado é o fato de a cidade ter a terceira geração de seus habitantes inseridos na centralização da mídia na cultura e política, considerando-se o rádio (implantado em 1929, com auge em 1953), e a segunda, em relação à televisão (implantada em 1960, com uma emissora regional em 1980). Estes habitantes vivenciaram, desde 1989, quatro eleições presidenciais em cadeia nacional de rádio e televisão, todas elas marcadas pela crescente importância da mídia, sobretudo, no debate entre concorrentes⁷⁶.

Outra marca da midiaticização da política eleitoral é a **personificação**, denotada, como já apontado, pela prevalência do nome do candidato em relação ao partido, coligação ou plataforma de propostas.

O monitoramento da propaganda eleitoral dos últimos 12 anos apontou que o maior espaço, em termos de tempo de locução no rádio e imagem na televisão, inclusive de tamanho de elementos gráficos, foi dedicado, em uma ordem decrescente: à imagem do candidato; ao nome do candidato; ao número do candidato; ao slogan da candidatura; ao nome da coligação; e ao nome do partido ou partidos da coligação.

A personificação é tão evidente que alguns candidatos sequer identificam seus partidos e coligações em suas propagandas. Nas últimas duas eleições, foram feitas

74 O cômputo destes dados foi feito por meio do monitoramento do HGPE na televisão nas campanhas dos anos de 2000 e 2004. As aparições (mesmo as reprises) de nome, número ou imagem de cada candidato a vereador foram cronometradas, totalizadas e ordenadas pelo maior tempo de exposição.

75 A Programação das emissoras de rádio e televisão da região de Ribeirão possui, como apontado no item anterior, um dos mais altos percentuais de regionalização do país.

76 As eleições presidenciais de 1989 foram realizadas com propaganda eleitoral gratuita em cadeia nacional de rádio e televisão, com debates eleitorais entre os candidatos transmitidos ao vivo pela mídia e com uma grande relevância da interação com a mídia nos índices das pesquisas de intenção de voto. A partir desta eleição, a campanha na televisão passou a ser o principal elemento dos pleitos presidenciais.

seis representações na Justiça Eleitoral⁷⁷, visando obrigar alguns candidatos a identificarem a coligação e todos os partidos que a compõe em seu material de campanha, conforme prevê a legislação. Outro indicador deste aspecto é que a soma do espaço de propaganda dedicado à biografia do candidato (vida familiar, cargos ocupados e obras realizadas) representa quase o dobro daquele em que figuram propostas e ideias.

Associada à personificação, apresenta-se a emotivação das campanhas. Neste sentido, verifica-se um paradigma de abordagem na propaganda das campanhas ao Executivo ribeirão-pretano: o do i/migrante – ou filho de pobre e trabalhador-que, capaz e batalhador, aproveitou as oportunidades oferecidas na cidade e venceu, estando disposto a retribuir ou continuar retribuindo à cidade ou aos seus habitantes que não tiveram a mesma oportunidade. Depoimentos de familiares, amigos, antigos conhecidos e eleitores são os ingredientes que, associados a cliques e fundos musicais, buscam o carisma e a identificação do eleitor⁷⁸.

O maior indicador da midiaticização da arena política local é, certamente, o grande número de comunicadores na política eleitoral. Mais até do que o teorizado por Manin, o homem de mídia em Ribeirão Preto não ocupou lugar de destaque apenas nos bastidores da política – como dirigente partidário, marketeiro, coordenador de campanha ou apoiador nas eleições –, mas tornou-se o candidato propriamente dito e foi eleito, como pode ser observado na Tabela 7 “Locutores dentre os vereadores de Ribeirão Preto”⁷⁹.

Outro expoente da caracterização de Ribeirão Preto como Arena Política Midiática refere-se ao caráter não militante da mídia local. Meios de comunicação podem ser considerados militantes quando apresentam duas ou mais das seguintes características:

- controle direta ou indiretamente associado a agremiações partidárias;
- principais fontes de receita financeira com origem distinta da publicidade comercial;
- público leitor/espectador concentrado em segmentos de filiados e/ou simpatizantes;

77 Fonte: consulta feita ao livro de protocolo do cartório distribuidor da 108.a Zona Eleitoral de Ribeirão Preto, referente às eleições de 2002 (cinco representações e 2004 (uma representação).

78 Nas eleições de 2004, um dos candidatos (o deputado estadual e apresentador de televisão Baleia Rossi) inclusive, dedicou 8% do total de seu HGPE a veiculação de sua biografia em formato de novela, em vários capítulos que tratavam de suas raízes familiares (três gerações de ascendentes), sua infância, estudos, carreira política, casamento e filhos. Dados obtidos a partir da Pesquisa de Monitoramento de Propaganda Eleitoral de 2004.

79 Cf. Tabela 7, no item seguinte.

- vinculação permanente dos veículos a grupos político-ideológicos.

O rádio e a televisão na cidade não são controlados por partidos políticos, sobrevivem da venda de espaço publicitário, têm uma audiência que transpõe clivagens de militância e não se vinculam diretamente a grupos políticos partidários. A mídia local é, portanto, não militante⁸⁰.

A análise destes dados permite-nos considerar que Ribeirão Preto tem uma Arena Política Miatizada, por atender aos critérios apresentados por Habermas, Sartori, Lima e Manin.

80 Cabe ressaltar aqui que, no caso das emissoras controladas por agremiações religiosas, esta não vinculação deve ser mais relativizada, pois as rádios e TV's controladas pela Igreja Universal do Reino de Deus - IURD, por exemplo, vinculam-se, em parte, à bancada parlamentar, assumidamente, "da Igreja".

DA REPÚBLICA DOS CORONÉIS À REPÚBLICA DOS LOCUTORES: O SURGIMENTO DO HOMEM DE MÍDIA COMO SUJEITO NA POLÍTICA ELEITORAL RIBEIRÃOOPRETANA

Os políticos tradicionais estão perdendo espaço para quatro grupos emergentes na política: os comunicadores ou pessoas de muita divulgação na mídia, os representantes corporativos, os candidatos de setores específicos e os políticos com forte ligação local. “Quem não se encaixar em um desses perfis terá muita dificuldade para se reeleger”⁸¹.

Rubens Figueiredo

Na política dos primeiros anos da República, destacaram-se alguns nomes de jornalistas, sobretudo daqueles ligados a jornais republicanos das principais capitais. O jornal *O Estado de São Paulo*, apresentando os membros do governo provisório pós-proclamação da República, destacou que de seus oito membros, apenas três eram militares e os outros eram jornalistas como Ruy Barbosa, Quintino Bocaiúva e Aristides Lobo⁸². No entanto, esta proporção de homens de mídia não teve continuidade na política da República Velha que, sobretudo no interior, passou a ser dominada por “coronéis”.

A República dos Coronéis

Na região de Ribeirão Preto, a República dos Coronéis configurou-se pela hegemonia das oligarquias rurais na política. Grandes proprietários de terras, sobretudo cafeicultores, utilizavam seu poder econômico, suas relações sociais, a máquina pública e a violência para se eleger vereadores e deputados.

A hegemonia da figura destes proprietários rurais pode ser visualizada na Tabela 6, que revela que, em 4 décadas e 15 legislaturas (1890 a 1932), a cidade elegeu em média mais de 80% de fazendeiros dentre seus vereadores: 11 de 13 em 1890, 6 de 7 em 1899, 10 de 11 em 1908, 7 de 10 em 1920, e 8 de 10 em 1929.

Da Sexta (1890-1892) à Vigésima Legislatura (1936-1939), em média, 8 em cada 10 pessoas que ocuparam uma cadeira na Câmara Municipal de Ribeirão Preto qualificavam-se como fazendeiros ou detentores (de direito, por tradição ou prestígio) de alguma patente militar, na maioria das vezes, a de coronel.

81 Cf. <<http://txt.estado.com.br/edicao/pano/97/11/23/pol398.html>>.

82 *O Estado de São Paulo*, 18 nov. 1889, apud CAPELLATO, M. H. R. *Imprensa e História do Brasil*. São Paulo: Edusp, 1988, p. 43-4.

Entre as exceções figuravam advogados, médicos, comerciantes e notários públicos, muitas vezes, eleitos como apadrinhados e a serviço dos coronéis. Dentre a maioria, havia coronéis, majores, capitães e tenentes, bem como fazendeiros e outros proprietários rurais que se apresentavam como médicos e dentistas, sem, de fato, exercerem a profissão.

No Executivo, a situação era semelhante, embora o número de coronéis fosse um pouco menor. De 1890 a 1930, das cerca de 30 pessoas que ocuparam o cargo de intendente ou prefeito da cidade, 21 delas eram grandes proprietários rurais, como o Cel. Fernando Ferreira Leite, com três mandatos.

TABELA 6 - Coronéis dentre os vereadores de Ribeirão⁸³

Legislatura	Vereadores		
	Total	Fazendeiros	Outros
6.a => 1890 – 1892	13 (5)	11 (3)	2 (2)
7.a => 1892 – 1896	8 (7)	7 (5)	1 (2)
8.a => 1896 – 1899	8 (8)	5 (7)	3 (1)
9.a => 1899 – 1902	7 (1)	6 (0)	1 (1)
10.a=> 1902 – 1905	8 (1)	7 (0)	1 (1)
11.a=> 1905 – 1908	8 (2)	8 (1)	0 (1)
12.a=> 1908 – 1911	11 (6)	10 (4)	1 (2)
13.a=> 1911 – 1914	10 (0)	9 (1)	0 (0)
14.a=> 1914 – 1917	10 (2)	9 (1)	1 (1)
15.a=> 1917 – 1920	10 (1)	9 (0)	1 (1)
16.a=> 1920 – 1923	10 (2)	7 (1)	3 (1)
17.a=> 1923 – 1926	10 (0)	8 (0)	2 (0)
18.a=> 1926 – 1929	10 (1)	7 (0)	3 (1)
19.a=> 1929 – 1932	10 (6)	8 (3)	2 (3)
20.a=> 1936 – 1939	10 (0)	4 (0)	6 (0)

Fonte: Elaborado a partir de Legislaturas Municipais de 1874 a 1947, da Câmara Municipal de Ribeirão Preto.

83 Nas colunas de dados, o primeiro número representa o de vereadores eleitos e o número entre parênteses o de suplentes que assumiram o mandato. Na categoria fazendeiros foram incluídos os parlamentares referenciados por patentes militares nas atas da casa, ou cuja profissão era a de fazendeiro nos termos de posse. A 19ª Legislatura teve seu mandato cassado pelo Governo Vargas em 1930 e a 20ª foi dissolvida em 1937.

Neste período, o principal órgão de imprensa da região era o jornal, como o *Diário de Notícias*, *A Tarde* e *A Cidade*. Entre os diretores, redatores ou colaboradores destes periódicos, figuravam alguns vereadores, quase todos, contudo, haviam iniciado sua carreira política antes e não se apresentavam como jornalistas ou viviam de jornalismo. A imprensa, neste momento (última década do século XIX e primeira do XX), não tinha grande circulação ou número de leitores e atuava como porta-voz dos grupos políticos locais. Os diários citados acima, por exemplo, eram controlados, respectivamente, pela Arquidiocese, pelo vereador Capitão Osório Junqueira e pelo vereador Sebastião Fernandes Palma. O *A Cidade* foi, inclusive, acusado de ser porta-voz dos coronéis perrepistas (PRP - Partido Republicano Paulista) e foi empastelado em 1930, depois de um artigo que, supostamente, defendia Washington Luiz⁸⁴.

A política ribeirãoopretana na Primeira República foi marcada, portanto, pelo predomínio dos coronéis e pela ausência de homens de mídia entre os parlamentares. Não havia entre os políticos da época, autoridades que tivessem sido eleitas com base em sua inserção ou controle dos jornais, ou seja, o estúdio/prelo não era um caminho privilegiado para a tribuna.

A arena política deste momento pode ser associada à democracia parlamentar de Manin, pois as interações políticas se davam pautadas por relações interpessoais diretas ou semi-diretas, da figura do “coronel” para com seus pares e eleitores, em acordo, clientelismo e paternalismo, tendo a imprensa apenas um papel coadjuvante.

A República dos Bacharéis

A partir dos anos vinte, surge, dentre as biografias das autoridades políticas locais, a figura do bacharel ou doutor. Assim, nas listas de vereadores começam a desaparecer as patentes e a majorar a forma de tratamento de “doutor” associada a advogados, médicos, dentistas, engenheiros e professores. Tal transformação não representava, necessariamente, uma mudança no controle da política local, pois

84 CIONE, R. *História de Ribeirão Preto*. Ribeirão Preto: Legis Summa, 1992, p. 269.

muitos dos bacharéis eram, na verdade, os próprios coronéis⁸⁵, os seus filhos, ou ainda profissionais liberais estreitamente ligados à oligarquia rural⁸⁶.

Com o passar das legislaturas, como se pode observar pelo exemplo da Figura 4, o número de bacharéis foi crescendo entre o de coronéis e fazendeiros. Em 1899, eram seis coronéis e nenhum bacharel; em 1914, oito coronéis e dois bacharéis (um médico e um advogado); e, em 1929, apenas um coronel para sete bacharéis.

FIGURA 4 - Quadro comparativo de profissões de vereadores em Ribeirão Preto⁸⁷

PROFISSÕES DOS VEREADORES DE 1899-1902	3 Coronéis 1 Major 2 Fazendeiros 1 Comerciante
PROFISSÕES DOS VEREADORES DE 1914-1917	5 Coronéis 1 Major 2 Fazendeiros 1 Médico 1 Advogado
PROFISSÕES DOS VEREADORES DE 1929-1932	1 Coronel 3 Advogados 2 Médicos 2 Professores 1 Comerciante

No Executivo, o período dos bacharéis se verifica a partir dos mandatos do “Dr.” Joaquim Macedo Bittencourt, médico que governou a cidade de 1911 a 1920, que somados aos do advogado “Dr.” João Rodrigues Guião (1920-1926 e 1929-1930), representam 19 anos num período de 21 anos.

85 Como no caso de José Martiniano da Silva, que a partir de 1930, passou a ser tratado nas atas como Dr. e não mais como Cel.

86 Um exemplo desta ligação é o da figura de Joaquim Macedo Bittencourt, que governou a cidade por 10 anos, em concurso com os coronéis, conciliando a gerência da coisa pública pelo bacharel com os interesses privados dos coronéis. Ver: PAZIANI, R. R. O Fausto caipira: Joaquim Macedo Bittencourt e as faces da modernidade em Ribeirão Preto na Primeira República (1911-1920). *LOCUS: Revista de História*, Juiz de Fora, EDUFJE, 2003, v. 9, n. 2.

87 Fonte: RIBEIRÃO PRETO, Câmara Municipal de. *Memória: as legislaturas municipais de 1874 a 2004*. Ribeirão Preto: 2001.

Na segunda e terceira décadas do século XX, Ribeirão Preto arrancou no sentido de sua hegemonia regional. Grande parte dos capitais acumulados com as exportações de café foi investida na urbanização da cidade, diversificação da economia e modernização da cultura, no que os historiadores locais convencionaram chamar de *belle époque* caipira⁸⁸. A população cresceu três vezes mais do que a média nacional e a cidade se transformou num canteiro de obras com a construção de: galerias de esgoto, calçamento de ruas, praças, teatros, hospitais, estações, hotéis e prédios públicos.

Este quadro de mudanças levou ao surgimento de novos atores e novas relações políticas, num movimento de declínio do coronelismo. Este fenômeno de extinção da figura política do coronel e de ascensão paulatina do bacharel como um político moderno, foi vivenciado em diversas localidades brasileiras nas décadas de 30, 40 e 50 do século XX.

Analisando o fenômeno num estudo de caso sobre cidades do interior paulista, Maria Teresa Kerbauy⁸⁹, associou a “morte dos coronéis” a aspectos como:

- reformas no Estado, de ordem administrativa, burocrática e tributária;
- mudanças eleitorais, com alterações nos partidos, sistemas de votação e recrutamento do eleitor;
- mudanças socioeconômicas, ligadas à urbanização, crescimento demográfico e criação de novas oportunidades de emprego e renda;
- mudanças políticas, com o surgimento de novas demandas, atores e interações políticas;
- mudanças culturais, associadas ao desenvolvimento dos meios de comunicação e transporte, e integração das localidades do país.

A partir destas mudanças, o coronel passa a dividir seu poder com, e depois é suplantado por, novos atores políticos como profissionais liberais, funcionários públicos e líderes sindicais, como destacou a autora:

[...] o fato é que surgiram novos grupos sociais portadores de novas reivindicações políticas, novas lideranças em torno do comércio, da indústria e dos profissionais liberais; o coronel deixa de ser o dono exclusivo da terra e sua liderança simplesmente desaparece ou é dividida, o que elimina a

88 Cf. SILVA, B. L. *O Rei da Noite na Eldorado Paulista*: François Cassoulet e os entretenimentos noturnos em Ribeirão Preto (1890-1930). Dissertação. (Mestrado em História). Franca, FHDSS, 2001.

89 KERBAUY, M. T. M. Da política tradicional à política moderna. In: *A morte dos coronéis: política interiorana e poder local*. Araraquara: FCL-Unesp, 2000, p. 25-50.

mediação exclusivista do político local, como consequência do aparecimento de novos atores políticos⁹⁰.

Estas características ressaltadas por Kerbauy podem ser associadas à República dos Bacharéis em Ribeirão Preto. Por outro lado, dificilmente pode-se estabelecer uma relação das mudanças ocorridas na cidade no segundo terço do século passado com o modelo de Democracia de Partido, de Manin⁹¹. Embora a notabilidade pessoal tenha deixado de ser o principal recurso eleitoral, a estrutura partidária não passou a sê-lo.

A República dos Bacharéis foi, portanto, um momento de transição, marcado: pelo declínio da figura do coronel; por mudanças no papel dos partidos que, contudo, não os tornaram figuras centrais nas eleições; pela manutenção de parte do caráter personalista da política eleitoral; pela emergência de novos atores políticos, sobretudo, profissionais liberais e funcionários públicos graduados. Nesta fase de ascensão da figura do bacharel e declínio da do coronel (nas décadas de 1920 e 1940), o jornalista ainda não aparece entre os eleitos na política local, embora o número de jornais impressos tivesse aumentado e as primeiras emissoras de rádio começassem a operar na cidade.

A República dos Locutores⁹²

De 1937 a 1946, durante o Estado Novo, não ocorreram eleições para a Câmara. Na legislatura iniciada em 1948, a marca foi a variedade de perfis dos parlamentares.

90 KERBAUY, M. T. M. *A morte dos coronéis: política interiorana e poder local*. Araraquara: FCL-Unesp, 2000, p. 37.

91 Como apontado, no modelo de Democracia de Partido de Manin, o capital ideológico, a militância e a máquina eleitoral de partidos fortes são o elementos decisivos para o sucesso político de “quadros partidários”, ao contrário da riqueza, relações e prestígio pessoal do coronelismo. No Brasil de meados do século XX, quando se verifica a ascensão de bacharéis na política, o papel das agremiações partidárias não chega a ter tanta importância a ponto de se configurar uma democracia de partidos.

92 Embora o termo locutor refira-se aos profissionais do rádio que veiculam suas vozes a partir do microfone, a expressão é aqui empregada alegoricamente para fazer uma alusão à categoria de homem de mídia, delimitada na introdução do trabalho e referente ao jornalista, radialista, cronista, apresentador midiático e controlador de emissora.

Como pode ser observado no quadro a seguir, a primeira legislatura foi composta por médicos, advogados, professores, comerciantes, empresários, lavradores, operários, funcionários públicos e dois jornalistas (um deles, advogado que escrevia regularmente para os jornais locais, e o outro, editor e proprietário do jornal *A Cidade*). Os dois jornalistas entre os 32 vereadores representam menos de 10% do total de parlamentares e, apesar de seu surgimento como figura política, neste mandato eles estavam em situação similar a de figuras oriundas dos demais segmentos sociais.

FIGURA 5 - Quadro de profissões de vereadores em Ribeirão Preto de 1948-1951⁹³

3 - contadores	3 - advogados	2 - lavradores
2 - agricultores	4 - comerciantes	1 - médico
1 - farmacêutico	2 - ferroviários	4 - operários
3 - dentistas	3 - industriais	2 - professores
		2 - jornalistas

Nas legislaturas seguintes, o número de dois jornalistas entre os vereadores, inicialmente se manteve (de 1948 a 1964) e depois aumentou sucessivamente, sobretudo nos anos oitenta e noventa.

Analisando os dados da Tabela 7, podemos notar que o número de homens de mídia saltou para 4 em 18 na 6ª Legislatura (pós-Estado Novo), 7 em 17 em 1973, chegando ao pico de 9 em 21, na 12ª Legislatura.

TABELA 7 - Locutores dentre os vereadores de Ribeirão⁹⁴

Legislatura	Vereadores		
	Total	Locutores	Outros
1.a => 1948 - 1951	31	2	29
2.a => 1952 - 1955	21	2	19
3.a => 1956 - 1959	21	2	19

93 Fonte: RIBEIRÃO PRETO, Câmara Municipal de. *Memória: as legislaturas municipais de 1874 a 2004*. Ribeirão Preto: 2001.

94 A categoria locutores considerou jornalistas, radialistas, locutores esportivos, editores de jornais, apresentadores de programas (inclusive os pastores religiosos), proprietários de gráficas e jornais, bem como concessionários, dirigentes e arrendatários de emissoras de rádio e televisão comerciais e comunitárias/piratas.

MARIA DE LOURDES DOS SANTOS
REINALDO DOS SANTOS

Legislatura	Vereadores		
4.a => 1960 - 1963	21	2	19
5.a => 1964 - 1968	21	2	19
6.a => 1969 - 1973	18	4	14
7.a => 1973 - 1977	17	7	10
8.a => 1977 - 1983	19	4	15
9.a => 1983 - 1988	19	6	13
10.a=> 1989 - 1992	21	7	14
11.a=> 1993 - 1996	21	8	13
12.a=> 1997 - 2000	21	9	12
13.a=> 2001 - 2004	21	9	12
14.a=> 2005 - 2008	20	4	16

Fonte: elaborado a partir do documento Legislaturas Municipais de 1948 a 2008, da Câmara Municipal de Ribeirão Preto.

O quadro pós-Estado Novo, que se iniciou marcado pela diversidade⁹⁵, caminhou no sentido de uma hegemonia dos homens de mídia, a partir dos anos sessenta. Em 1952, foi eleito o primeiro radialista, Gavino Virdes; em 1996, a primeira apresentadora de televisão, Silvana Rezende; e em 2000, o primeiro pastor evangélico com programa na TV, Amauri de Souza.

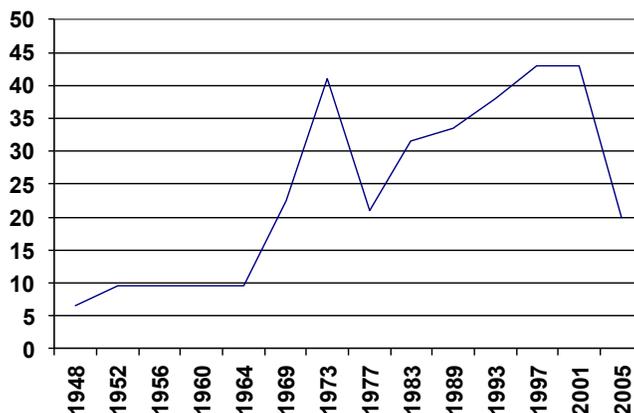
Outro indicador que chama a atenção é o do período que vai da sexta a nona Legislaturas (1969-1988). Da eleição de 1963 para a de 1968 e da de 1968 para a de 1972, o número de homens de mídia eleitos, praticamente dobrou, indo de dois para quatro e depois de quatro para sete. No pleito seguinte (1976), em plena vigência da Lei Falcão, o número decaiu para quatro, voltando a subir a partir da década de 1980, quando da flexibilização (1982) e depois revogação da Lei 6.399/76.

No gráfico da Figura 6, podemos observar, através da representação gráfica da evolução da participação dos homens de mídia na política ribeirãopretana, que no final dos anos 1970 e início dos anos 1980 e nas duas últimas legislaturas o percentual de homens de mídia entre os vereadores caiu de 40% para 20%. Esta aparente queda, longe de significar um revés no desempenho eleitoral dos locutores, pelo contrário, é um indicador da ampliação de seu sucesso eleitoral.

95 Cf. Figura 5, em que os dados do Quadro de profissões dos vereadores de 1948 a 1951, por exemplo, demonstram que dentre os 33 vereadores, havia 11 diferentes categorias socioprofissionais.

Além do impacto da Lei Falcão, no início da década de 1980, seis locutores que eram vereadores foram eleitos deputados estaduais, federais ou para a Prefeitura.

FIGURA 6 - Gráfico de percentual de locutores nas legislaturas municipais de Ribeirão Preto



Nas eleições de 2000 e 2004, quatro homens de mídia não concorreram à vereança para disputar a eleição para o Executivo⁹⁶. O número de comunicadores na Câmara ribeirãopretana diminuiu nestas ocasiões porque eles foram disputar outros cargos e não devido a uma mudança na tendência hegemônica que se instalou há 25 anos atrás.

No Executivo, em 1956, o jornalista Costabile Romano, proprietário e editor do jornal *O Diário*, foi eleito para a Prefeitura, tendo renunciado em 1959 e alcançado uma cadeira de deputado federal. Em 1963 o jovem radialista e vereador Welson Gasparini foi eleito prefeito, tendo sido eleito novamente por outras três vezes.

Dos 40 anos compreendidos entre 1964 e 2004, o homem de mídia Gasparini governou a cidade por 13 anos e ainda foi eleito para o período 2005-2008. Como aponta o quadro da Figura 7, cinco dos dez mandatos de prefeito dos últimos 40 anos foram exercidos por homens de mídia.

96 Os homens de mídia Antonio Morandini, Welson Gasparini, Dácio Campos e Baleia Rossi não disputaram eleições para o legislativo municipal por terem se candidatado a prefeito ou vice, nos pleitos mencionados.

FIGURA 7 - Quadro indicativo dos locutores na Prefeitura de Ribeirão Preto

Mandato	Prefeito	Vice
1964-1969	Welson Gasparini	Orestes Lopes Camargo
1969-1973	Antonio Duarte Nogueira	Domingos Isaac
1973-1977	Welson Gasparini	Antonio Carlos Morandini
1977-1983	Antonio Duarte Nogueira	Newton Mendes Garcia
1983-1988	João Gilberto Sampaio	Antonio Calixto
1989-1992	Welson Gasparini	Faustino Jarruche
1993-1996	Antonio Palocci Filho	Joaquim Rezende
1997-2000	Luiz Roberto Jábali	Delvita Alves
2001-2004	Antonio Palocci Filho	Gilberto Maggioni
2005-2008	Welson Gasparini	Paulo Pastori

Fonte: Elaborado a partir do documento Livro de Atas da Câmara Municipal de Ribeirão Preto.

Este número amplia-se mais ainda (de 50% para 80%), quando consideramos os associados aos locutores, pois figuras como a do médico Antonio Duarte Nogueira e do engenheiro Roberto Jábali foram eleitas em função do apoio do radialista Welson Gasparini, que “protagonizava” as propagandas eleitorais com o slogan: “Quem é Gasparini, vota Jábali”.

No que se refere aos mandatos de deputados estaduais e federais eleitos por Ribeirão Preto, a situação se confirma. Considerando apenas o período a partir da última Constituinte, dois em cada três deputados eleitos pela cidade eram homens de mídia⁹⁷.

Uma característica da forte presença dos homens de mídia na política ribeirãopretana é o fato de que, na Câmara Municipal, a quase totalidade dos locutores que concorreram a um segundo mandato foram reeleitos, no período de 1960 a 2000. As oscilações no número de parlamentares da “bancada do rádio” ocorriam mais em decorrência de, na eleição seguinte, o radialista disputar uma vaga na Prefeitura, na Assembleia Legislativa ou na Câmara Federal, do que em função da perda de hegemonia do segmento. Outro aspecto importante é o fato

⁹⁷ Na legislatura estadual de 1987-1991, por exemplo, dos quatro deputados estaduais com domicílio eleitoral em Ribeirão Preto, três eram homens de mídia: José Wilson Toni, Marcelino Romano Machado e Coraucci Sobrinho. Cf. ALESP. *Legislativo Paulista: parlamentares 1835-1998*. São Paulo: 2000.

de, em todas as eleições desde 1969, três dos cinco vereadores mais votados da cidade serem homens de mídia.

Em relação às clivagens partidárias, nos anos quarenta e cinquenta, os homens de mídia ribeirãopretanos pertenciam a partidos trabalhistas, como o PTB e o PTN. Nas décadas de 1960 e 1970, quase todos os eleitos pertenciam à ARENA. Na década de 1980, dividiam-se entre o PMDB, o PDC, o PTB e o PFL. Nos anos noventa, os vereadores radialistas pertenciam ao PMDB, PSDB, PFL e PPB.

A análise da trajetória política de Ribeirão Preto revela que, na transição entre o período dos coronéis e o dos locutores, houve o estabelecimento de um Cenário de Representação Política Midiacêntrico, de uma Videopolítica, de uma Esfera Pública Abstrata ou de uma Democracia de Público, enfim, de uma arena política na qual a importância dos meios de comunicação passou a ser determinante para o caráter democrático do regime.

DO ESTÚDIO À TRIBUNA: CAMINHOS DO USO ELEITORAL DA MÍDIA

*É injusto. Fica difícil.
A gente tem que pagar caro para gravar um programa de dez, quinze segundos, que vai ao ar só umas cinco vezes, em quarenta dias de propaganda eleitoral.
Agora, este pessoal, passa quatro anos falando três horas todo dia, sem pagar nada e ainda ganhando dinheiro.
Aí não dá! É impossível! Não é democrático⁹⁸.*

A viabilização do estúdio, como via de acesso eleitoral à política, ocorre apenas na primeira metade do século XX, mais acentuadamente com a difusão do rádio e a mercantilização das comunicações. Até o início da década de 1930, o principal veículo de mídia era o jornal, caracterizado por pequenas tiragens e pela vinculação militante.

Neste contexto, a influência, vinculação, acesso, controle ou propriedade de um periódico era imprescindível à vida eleitoral de personalidades, grupos e partidos políticos. Contudo, os homens que atuavam nestes jornais nada mais eram do que funcionários partidários e suas chances de fazer carreira na política eram mínimas, como destacou Weber:

Naturalmente que todo político de alguma importância tinha necessidade de contar com a imprensa e, conseqüentemente, necessitava cultivar relações com o meio jornalístico.

[...] Seja como for, a carreira jornalística não é na ocasião presente, entre nós, via normal para alcançar a posição de chefe político [...]

Em todos os Estados modernos, pode-se constatar, ao que parece, a vigência da seguinte regra: o trabalhador da imprensa perde, cada vez mais, influência política, enquanto que o magnata capitalista vê, continuamente, aumentada a sua influência⁹⁹.

98 Trecho de depoimento de um candidato a vereador que não se elegeu nas eleições de Ribeirão Preto em 2004, quando perguntado sobre o peso do acesso à mídia no resultado eleitoral.

99 WEBER, Max. *Ciência e Política*: duas vocações. São Paulo: Cultrix, 1968, p. 80-2.

A despersonalização da atividade – rodízio, anonimato, uso de pseudônimos, autoria de editorial e de *ghost writers* não permitiam um contato do jornalista com os eleitores –, a dependência econômica dos profissionais – os baixos salários e a dificuldade de realocação num mercado restrito e militante –, e o papel coadjuvante da imprensa em relação às estruturas partidárias tornava o estúdio/prelo um péssimo caminho para a tribuna. Assim, nos regimes políticos pautados em algum tipo de consulta eleitoral, o número de homens de mídia que se candidatavam era mínimo e o de eleitos mais reduzido ainda.

No Brasil, a situação era ainda mais aguda, pois a imprensa não havia completado 100 anos de existência – a redação e impressão de jornais no país eram proibidas até o início do século XIX –, a quase totalidade da população era analfabeta e o sistema eleitoral favorecia fraudes e manipulações em favor das oligarquias político-econômicas. Portanto, o jornal no Brasil do início do século XX tinha uma importância política consideravelmente menor que o papel eleitoral secundário que desempenhava na Europa e nos Estados Unidos.

As possibilidades eleitorais da mídia brasileira descortinaram-se no pós-Estado Novo, inicialmente pela imprensa escrita e, a partir da década de 1960, pelo rádio. O estabelecimento de uma “rádio-política” ou de uma arena política midiaticizada foi um processo lento, gradual e desigual no Brasil, pois foi mais dinâmico em grandes centros urbanos e somente depois se estendeu para outras localidades.

A análise do estúdio como lugar eleitoral exige o seu dimensionamento como caminho para a tribuna e o destaque dos aspectos que o tornam um diferencial ou privilégio na obtenção de votos.

O estúdio em Ribeirão Preto

Como parcialmente apontado anteriormente, o estúdio da região apresenta algumas características específicas, que agora retomamos, visando analisá-las como fatores favoráveis ao uso eleitoral da comunicação. Seu desenvolvimento

pode ser visualizado em uma cronologia referenciada na organização do mercado de radiodifusão¹⁰⁰:

- década de 1930 e 1940: havia apenas a emissora PRA-7 e o rádio passava de uma fase experimental do final dos anos vinte para uma comercial;
- década de 1950 e 1960: notabilizou-se como a “Era de Ouro” do rádio local, com a fundação da ZYR-79 em 1953, da Tropical/Brasiliense em 1958, da Cultura em 1960 e da Renascença em 1969, que ao lado da PRA-7, se projetaram na vida da região com jornalismo, esportes, novelas, programas de auditórios e publicidade;
- década de 1970 e 1980: fase de ampliação da mídia regional que, apesar de passar pela diminuição da influência do rádio, foi marcada pelo aumento da potência das rádios de OM, pelo surgimento e consolidação das emissoras de FM, pela implantação de rádios em cidades vizinhas e pela instalação das primeiras emissoras de televisão;
- década de 1990: fase de regionalização com o rearranjo das emissoras em pequenos grupos/redes regionais, consolidação da televisão e ampliação da programação local, tanto em termos de conteúdo, quanto em abrangência geográfica;
- a partir de 2000: inicia-se um novo rearranjo, com ensaios de desregionalização do setor com a penetração de programação religiosa e de redes nacionais nas emissoras locais, assim como o aumento de contratos de arrendamento e de veiculação de programas independentes.

Este último período tem vislumbrado a perspectiva de profundas alterações na organização, programação e papel da mídia, sobretudo do rádio na região. Por um lado, ele marca o início da ofensiva de grandes redes nacionais e de programação religiosa na grade local. Por outro lado, porém, os índices de audiência dos canais locais mantêm-se muito acima do conteúdo transmitido por satélite¹⁰¹.

100 Esta cronologia foi organizada pelo autor, privilegiando como critérios de referência: o número e abrangência das emissoras, o perfil da programação e as características da propriedade/mercado dos veículos de comunicação em Ribeirão Preto. Também referenciou-se parcialmente na periodização apresentada pelo memorialista ribeirãopretano Rubem Cione no capítulo “História da Imprensa” de sua obra *História de Ribeirão Preto*.

101 A Rede Transamérica está na terceira tentativa de adentrar no dial FM da cidade, pois em oportunidades anteriores, operou apenas por alguns meses. A Globo adotou estratégia diferenciada para penetrar no AM local, transmitindo sua programação nacional e mantendo parte, quase a metade, de programação regional. Fonte: <http://www.tudoradio.com/dials_ribeirao.htm>.

A Figura 8 mostra o rol de emissoras FM sintonizadas em Ribeirão Preto, no qual podemos visualizar, em destaque, a minoria de emissoras que retransmitem mais da metade de sua programação originada por redes por satélite.

FIGURA 8 - Quadro com Dial de Rádios FM sintonizadas em Ribeirão Preto¹⁰²

Estação	Emissora	Cidade	Potência
89.5 FM	Lidersom	Orlândia	10kw
90.5 FM	<i>Band FM</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>180kw</i>
91.3 FM	<i>Difusora</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>180kw</i>
91.7 FM	Educadora	Campinas	70kw
92.3 FM	<i>Mega</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>25kw</i>
93.1 FM	<i>Jovem Pan 2</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>10kw</i>
93.7 FM	Canal Um	Taquaritinga	150kw
94.1 FM	<i>Melody</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>50kw</i>
95.7 FM	Três Colinas	Franca	10kw
96.5 FM	Hertz	Franca	10kw
96.9 FM	<i>Rede CBN</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>1kw</i>
97.3 FM	Cultura	Araraquara	10kw
97.7 FM	<i>Conquista</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>33kw</i>
98.1 FM	Morada do Sol	Araraquara	50kw
98.3 FM	Rede Aleluia	Franca	10kw
99.1 FM	Energia	Monte Alto	30kw
99.7 FM	<i>Diário</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>140kw</i>
100.5 FM	<i>Clube</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>180kw</i>
100.9 FM	Cultura 2	Monte Alto	30kw
102.3 FM	Educadora	Batatais	10kw
103.5 FM	<i>Rede Aleluia</i>	<i>Ribeirão Preto</i>	<i>10kw</i>
104.3 FM	Sertão	Pontal	1kw
106.7 FM	Mix	Ribeirão Preto	5kw
107.9 FM	USP	Ribeirão Preto	3kw

Em relação à estrutura, os veículos locais podem ser considerados potentes e avançados. Todas as emissoras têm potência de transmissão acima da média,

102 Dial referente a emissoras comerciais, em março de 2005. Fonte: <http://www.tudoradio.com/dials_ribeirao.htm>.

atingindo raios de 200 km pelas FM's e TV's e de mais de 1000 km no caso de algumas AM's.

Quanto às instalações e equipamentos, quase todas as emissoras operam com tecnologia digital e a cidade possui os melhores estúdios do país para gravação, sobretudo de publicidade.

O perfil da programação numa região desenvolvida economicamente e com um forte setor de comércio/serviços faz com que as emissoras da cidade alcancem um elevado faturamento publicitário. Nos últimos quatro anos, por exemplo, as subsidiárias da Globo, Bandeirantes, SBT e Record, em Ribeirão Preto, foram as que tiveram maior proporção e crescimento do faturamento com publicidade. Assim, como nas demais emissoras, o faturamento do SBT está diretamente relacionado ao perfil regionalizado da programação, sobretudo jornalística:

Segundo o vice-presidente de rede, Julio Casares, desde que o SBT investiu em telejornalismo local o faturamento das cinco emissoras próprias (Rio, Brasília, Porto Alegre, Belém e Ribeirão Preto) cresceu 80%. A iniciativa atraiu anunciantes de porte como Petrobras e Perdigão. Nas cinco emissoras, há 70 profissionais que se dedicam exclusivamente à produção dos telejornais locais.¹⁰³

Quanto à audiência, apesar das controvérsias em relação aos números – uma vez que não há medição regular na cidade e os levantamentos do IBOPE são geralmente anuais –, há um consenso no setor de que o percentual de habitantes locais que ouve rádio ou assiste à televisão é bem maior que a média nacional.

O fato de o município ter mais da metade de sua população constituída por estudantes ou por trabalhadores no setor de comércio e serviços possibilita que um número maior de pessoas ouça rádio enquanto trabalha ou assista TV em seus horários de almoço. Os horários de maior audiência são, no rádio, das 7 às 9 horas e na televisão das 12 às 14 horas e das 19 às 21¹⁰⁴.

O quadro da Figura 9 ilustra a grande quantidade (14) de emissoras e retransmissoras de televisão, que podem ser sintonizadas na cidade (pelos

103 PAULA, M. Telejornalismo: cresce número de espectadores e anunciantes. In: *Pelas Redações*, 16 set. 2002. Disponível em: <www.masteremjornalismo.org.br/secao/redacoes/>.

104 Dados obtidos na Associação dos Profissionais de Propaganda de Ribeirão Preto APPRP, que classificam os horários mencionados como os de maior audiência, inclusive para venda de espaço publicitário. Consulta feita em 2003.

televisores abertos e convencionais, sem considerar os por assinatura e parabólica). Os canais destacados em cinza, representam as TV's com estúdio na cidade e que veiculam no mínimo três programas locais.

FIGURA 9 - Quadro com grade de canais da TV aberta em Ribeirão Preto¹⁰⁵

Canal	TV	Rede
2	Família	Família
4	Cultura	Cultura
5	SBT	SBT
7	EPTV	Globo
9	Clube	Bandeirantes
11	21	21
13	Record	Record
14	Mulher	Mulher
19	Gazeta	Gazeta
22	Vida	Vida
33	Thati	TVE
49	Shoptur	Shoptur
50	Canção Nova	Canção Nova
55	MTV	MTV

O estilo de programação da mídia local mantém uma regularidade ao longo do período estudado, pois desde meados dos anos setenta e início da década de 1980, configura-se como: segmentado para as FM's; verticalizado nas AM's; e com intercalação de jornalísticos e independentes na programação das TV's.

O quadro a seguir, Figura 10, permite identificar os programas de notícias e variedades, como os predominantes na programação das AM's de Ribeirão Preto.

105 Quadro elaborado a partir do monitoramento de programação feito na pesquisa em Ribeirão Preto em 2004, por meio de aparelho de televisão convencional com antena também convencional. Os canais destacados em cinza são os de emissoras da região, os demais são veiculados apenas por retransmissoras ou repetidoras.

FIGURA 10 - Quadro com grade de programação das rádios AM de Ribeirão Preto¹⁰⁶

Faixa	Tipo	Programas
04:00	Sertanejo	Programas “caipiras”, com músicas sertanejas tradicionais e de raiz, voltados para o “homem do campo”.
07:00	Notícias	Programas de noticiário policial, político e comunitário (utilidade pública), com entrevistas e reportagens ao vivo.
10:00	Variedades	Programas de variedades com programação musical variada, participação de ouvintes por telefone, dramatizações de casos, astrologia, programação de novelas etc., voltado para o público feminino adulto.
12:00	Esportes	Programa de jornalismo esportivo com notícias, reportagens, análises e entrevistas sobre o esporte profissional e amador nacional e local.
14:00	Variedades	Semelhante ao programa do período da manhã, só que uma maior programação musical.
16:00	Sertanejo	Semelhante ao programa do período da manhã, só que uma maior programação musical.
18:00	Esportes	Semelhante ao programa do período da manhã.
19:00	Voz do Brasil	Algumas rádios locais têm autorização judicial para não veicular o programa.
20:00	Diversos	Transmissão de eventos esportivos ou veiculação de programas de debates e entrevistas.
23:00	Musicais	Programação musical variada, muitas vezes gravada, com pouca intervenção do locutor ou veiculação de programa religioso.

Nos canais de televisão, a programação regional se dá em três períodos: o de programas jornalísticos com reportagens e entrevistas, no horário entre 11h e 14h; o de um resumo jornalístico entre as dezoito e vinte horas; e o de programação independente de Igrejas evangélicas ou de “colunismo social” após as 23 horas.

Outra modalidade de programa que vem ganhando espaço na televisão regional são os programas de anúncios rápidos, voltados para a publicidade de pequenos estabelecimentos em chamadas diretas, rápidas e de produção de baixo custo.

Em relação às rádios FM, a segmentação, inclusive de muitas comunitárias/ piratas, volta-se para quatro grupos básicos: sertaneja; jovem; adulto; e evangélica.

¹⁰⁶ Quadro elaborado a partir do monitoramento de programação feito na pesquisa e da consulta aos arquivos de programação das emissoras AM de Ribeirão Preto.

Estas emissoras caracterizam-se pela ampliação do formato música-publicidade, pois os programas locais dedicam uma considerável parte de seu tempo a “dropes de notícias” e contatos telefônicos com ouvintes no ar¹⁰⁷.

Estes dados denotam características comuns ao estúdio em Ribeirão Preto:

- desenvolvido: com emissoras modernas, potentes e de grande alcance e faturamento;
- regionalizado: com boa parte da programação pautada em temas e questões da região, da cidade do bairro dos espectadores;
- pouco impessoal: com um contato personalista, tradicional e direto entre o apresentador e o espectador, por meio do telefone ou do link de reportagem na “esquina”.

O estúdio em Ribeirão Preto configura-se, portanto, como um lugar no qual o homem de mídia pode, enquanto fatura, interagir com um grande número de espectadores/eleitores, a uma longa distância, de um modo íntimo e personalista, sobre temas de interesse de ambas as partes (falta de água, buraco na rua, demora na saúde etc.) e de uma maneira que a maioria das demais pessoas, não pode fazer.

Este perfil da mídia em Ribeirão Preto propicia espaços para a atuação com potencial eleitoral de homens de mídia, pois predominam os programas independentes, de jornalismo comunitário, de contato do âncora com os espectadores/eleitores e de pauta regionalizada.

Em relação ao perfil dos homens de mídia de Ribeirão Preto, um levantamento junto aos profissionais do município¹⁰⁸ apontou um retrato desses comu-

107 Na região, o tradicional formato de programação de emissoras FM, muito difundido nos anos 1980, de blocos de músicas intercalados por publicidade, foi substituído, a partir dos anos 1990, por formas híbridas (que incorporam elementos do rádio AM) que mantém os blocos musicais, porém intercalados por publicidade, boletins de notícias e conversas do locutor com ouvintes através do telefone.

108 Um questionário dirigido, aplicado por amostragem entre profissionais e gestores de emissoras de rádio e televisão no período de julho a dezembro de 2003, foi o principal instrumento de configuração deste perfil.

nicadores. Eles seriam em torno de 500 profissionais e representariam perto de 0,1% da população local¹⁰⁹.

Quanto à origem, metade deles é nascida e criada em bairros tradicionais de Ribeirão Preto e metade vinda ainda jovem de cidades da região, como Franca, Batatais e Sertãozinho, sendo raro os que estão na cidade há menos de dez anos e os provenientes de outras regiões do estado ou país. Deste modo, suas raízes sociais apontam para uma descendência de imigrantes e migrantes pobres ou de classe média baixa (filhos de lavradores, artesãos, operários, professores ou jornalistas) que ascenderam socialmente por meio do trabalho e/ou propriedade da mídia.

Um outro dado revelador é o fato de que a quase totalidade deles não iniciou sua vida profissional na mídia e (exceto os proprietários) não vive exclusivamente do trabalho com comunicação. Paralelo às atividades de apresentadores/repórteres, atuam como advogados, comerciantes, professores e bancários, por exemplo. Da mesma forma, a maioria não atua apenas em um veículo, sendo comum o trabalho no rádio e na televisão, na TV e no jornal, no jornal e no rádio, além de iniciativas como assessoria de imprensa, internet e produção publicitária.

Entre rádio, jornal e televisão, o rádio é o segmento que mais emprega profissionais na cidade. Na mídia local, como um todo, há uma distinção entre duas gerações de homens de mídia: uma primeira, majoritária, formada por apresentadores e gestores que estão no ramo há mais de vinte anos; e uma segunda, de herdeiros de emissoras e jornalistas com menos de dez anos de atuação.

Em relação ao papel exercido no ramo da comunicação, a quase totalidade dos sujeitos é de jornalistas e apresentadores profissionais, empregados e remunerados. Uma pequena parcela é formada por gestores e concessionários e há também um grupo intermediário, também pequeno, de voluntários, arrendatários e produtores independentes.

E sobre a inserção política, cabe destacar que sete em cada dez homens de mídia já se candidataram a algum cargo eletivo e atuam em “atividades cidadãs”,

109 O levantamento feito junto aos registros do sindicato de jornalistas, das associações de classe e do número de formandos dos cinco cursos de jornalismo da cidade aponta para cerca de 7 mil profissionais de mídia na cidade. Entretanto, o indicador considerado foi o que somou o número de gestores de emissoras com o de profissionais de programas, que atuavam frente às câmeras e microfones de programas que estiveram no ar entre os meses de julho e dezembro de 2003. Através de um monitoramento que acompanhou a programação e catalogou os profissionais que estavam no ar, puderam ser identificadas 512 pessoas, incluindo os controladores das emissoras/arrendatárias.

em sindicatos, entidades filantrópicas, associações de moradores ou partidos políticos.

A maioria deles (60%) se candidatou somente depois de começar a trabalhar na mídia, mas há também um número considerável (10%) dos que, já estando na política, passaram a apresentar programas, como mostram os dados da Tabela 8, a seguir.

TABELA 8 - Ingresso dos homens de mídia na política¹¹⁰

Candidatou-se pela primeira vez, antes de começar a trabalhar com rádio, televisão e/ou jornal.	5%
Candidatou-se pela primeira vez, após começar a trabalhar com rádio, televisão e/ou jornal.	60%
Trabalha há mais de quatro anos com rádio, televisão e/ou jornal, mas nunca se candidatou.	25%
Começou a trabalhar com rádio, televisão e/ou jornal, depois que se elegeu pela primeira vez.	10%

O homem de mídia/tribuna Welson Gasparini, relatou sua trajetória do estúdio para a tribuna como uma oportunidade surgida com a atividade como jornalista:

E como que eu me entusiasmei pela Política? Não tendo na família, assim, pais, nada que estava com a Política. A atividade de jornalista me abria muito a oportunidade de contatos com problemas sociais, com líderes sindicais.¹¹¹

Podemos observar também que apenas 5% dos homens de mídia que já concorreram a um cargo eletivo, o fizeram pela primeira vez antes de começar a trabalhar no setor. A Tabela 8 permite, então, concluir que o caminho dos homens de mídia para a tribuna passa pelo estúdio ao qual eles têm acesso/controle, pois

110 Quadro elaborado a partir de aproximações dos percentuais de respostas obtidas nos questionários dirigidos aplicados numa amostragem de sessenta pessoas, num universo estimado de pouco mais de quinhentos homens de mídia. Dados coletados em pesquisa de campo, realizada entre os meses de agosto e setembro de 2004.

111 Entrevista concedida por Welson Gasparini a José Dantas e Antônio L. C. Gabarra em 10 abr. 2003. Disponível em: <<http://www.ribeiraopreto.sp.gov.br/scultura/mis/gasparini/I14transcricao.HTM>>.

pouquíssimos (mesmo aqueles que se dedicavam a outras atividades antes da comunicação eletrônica), se candidataram antes de ter um microfone à disposição.

A partir destas informações, o perfil do homem de mídia ribeirãoopretano pode ser sintetizado como sendo predominantemente o de: uma pequena parcela da população, formada por apresentadores/jornalistas de rádio, oriundos de segmentos populares da região, com mais de dez anos de atuação, em mais de um veículo de comunicação e em outra profissão paralela, com uma inserção político-eleitoral posterior ao início do trabalho na área de comunicação pública.

É justamente deste grupo majoritário que fazem parte os homens de mídia que investem na política eleitoral, depois de já inseridos na mídia, ou seja, foram da radiodifusão para a política, do estúdio para a tribuna.

A mídia como diferencial nos resultados eleitorais

Após a configuração do estúdio, a sua análise como um caminho para a tribuna exige considerar elementos que denotem seu peso eleitoral, ou seja, que o estabeleça como um diferencial relevante no processo, sobretudo em seu resultado. Neste sentido, a análise implica dois aspectos:

- dimensionar o desempenho dos homens de mídia nos resultados eleitorais, para diferenciá-lo dos candidatos que não tem o mesmo tipo de acesso aos meios de comunicação;
- analisar alguns caminhos que ressaltem como o estúdio é utilizado como um recurso eleitoral pelos homens de mídia.

Assim, a discussão acerca do primeiro aspecto leva às seguintes questões: Quantos são os homens de mídia que se candidatam? Quantos são eleitos? Quantos são reeleitos? Quantos votos recebem? Qual a relação proporcional de sua participação eleitoral com a dos demais seguimentos? O acesso diferenciado à mídia, de fato, pesa nos resultados das eleições?

Um dos primeiros indicadores do peso do estúdio nas eleições são os dados apresentados anteriormente, pelos quais se pode visualizar que os homens de mídia começam a ser eleitos em maior número a partir do final dos anos cinquenta, justamente, quando o rádio torna-se uma referência na cultura da população regional e na década de 1970, quando se ensaia uma abertura política e se iniciam as primeira eleições diretas.

Antes, quando o rádio ainda não havia se massificado e o principal meio de comunicação era o jornal, os homens de mídia eleitos – jornalistas – não chegavam

a representar 10% do total de vereadores, por exemplo. Neste período, a imprensa tinha sua importância política, mas não chegava a representar um diferencial, pois o número de jornais era grande e, praticamente, toda liderança ou grupo político tinha acesso a “um canal de voz capaz de atingir boa parte da população”, pelo menos, em um dos jornais locais¹¹².

No entanto, com o crescimento do número de emissoras, alcance da difusão e inserção sociocultural do rádio, o número de jornais decaiu vertiginosamente e, em consequência, o de pessoas/candidatos que tinham acesso a um meio de comunicação.

Tal processo se deu, em grande parte, devido às barreiras de acesso ao rádio, que não eram tão marcantes em relação ao jornal: o alto custo de operação; as limitações técnicas (de espectro) para a existência de emissoras em número semelhante ao de jornais; as restrições políticas, que exigiam chancelas estatais para a radiodifusão, que não existiam para o jornal.

A Tabela 9, a seguir, permite acompanhar a relação entre o aumento do número de emissoras de rádio na cidade e o crescimento do percentual de locutores na política.

TABELA 9 - Relação entre homens de mídia eleitos e mudanças na mídia em Ribeirão Preto

Ano	Homens de mídia na vereança			Número de Jornais	Números de Rádios
	Total de vereadores	n ^a de locutores	% de locutores		
1929	10	0	0	34	01
1953	21	2	9,5	32	02
1963	21	2	9,5	23	04
1973	17	7	41	17	06
1983	19	6	31	13	10
1993	21	8	38	9	16
2004	21	9	43	11	32

112 A partir do fim do Estado Novo, ocorreu um *boom* de jornais na região de Ribeirão Preto. Comunidades imigrantes, paróquias, círculos profissionais, clubes, associações de bairros, escolas e mesmo grupos “anônimos possuíam seus próprios jornais que, mesmo que com periodicidade e circulação limitada, possibilitavam que personalidades políticas tivessem acesso ao periódico, enquanto canal político-eleitoral, da entidade a que eram ligados”. Entre 1920 e 1990, a cidade de Ribeirão teve mais de 250 títulos de periódicos desta natureza, conforme catalogou o historiador Rubem Cione. CIONE, R. Enumeração dos órgãos de imprensa de Ribeirão Preto. In: *História de Ribeirão Preto*. Ribeirão Preto: Legis Summa, 1992, v. 3, p. 202-25.

Como se pode observar o grande número de jornais (34 em 1929) não se configurava em um diferencial capaz de eleger uma quantidade considerável de jornalistas. É com a difusão do rádio que o setor de comunicação inicia a construção de sua hegemonia.

Outra constatação é que o número de títulos de periódicos impressos decaiu na mesma proporção que o rádio cresceu. Se antes, todo candidato, sindicato, partido ou grupo político podia ter o seu próprio jornal (com relativa circulação) para se inserir no debate público, a partir da década de 1960, estes sujeitos não só não tinham acesso à sua própria rádio, como viram seus jornais irem a ruína pela concorrência do meio eletrônico.

Podemos concluir, portanto, que o diferencial eleitoral não é apenas um veículo de comunicação de massa (como o jornal), mas um recurso de maior penetração, melhor interação interpessoal e, ao qual, apenas poucos têm acesso, como o rádio.

Assim, o estúdio passou a ser cada vez mais um diferencial eleitoral, na medida em que o acesso à comunicação de massa migrou do jornal para a radio-difusão e tornou-se mais restrito.

A partir dos anos oitenta, quando da restauração democrática e da consolidação da hegemonia da radiodifusão, sobretudo da televisão como referencial de comunicação, o número de homens de mídia na política passa a ser absolutamente maior que o de qualquer outro segmento social. Iniciou-se, como destacou Manin, “o reinado do comunicador” e a participação dos locutores nas várias esferas da vida pública (como candidatos e eleitos) cresceu notoriamente.

TABELA 10 - Proporção de homens de mídia eleitos na política eleitoral em Ribeirão Preto¹¹³

Percentual de homens de mídia	
O total da população	0,1%
O total de candidatos a vereador	13%
Os vereadores eleitos	40%
Os vereadores reeleitos	80%

113 Os dados deste quadro foram alcançados a partir do cálculo dos índices de participação dos homens de mídia em cada universo nas eleições de 1992, 1996, 2000 e 2004. O percentual indicado no quadro representa uma média calculada pelos indicadores das quatro últimas eleições. As fontes destes dados foram os mapas eleitorais da Justiça Eleitoral de Ribeirão Preto.

Comparando-se os índices do quadro acima aos da população em geral, chega-se à relevante constatação de que um homem de mídia:

- candidata-se 125 vezes mais do que o restante da população, pois 1 em cada dois 2 mil habitantes disputa a vereança, enquanto que um em cada 16 “locutores” o faz;
- elege-se vereador quatro vezes mais do que os demais candidatos, pois 1 em cada 4 homens de mídia alcança uma cadeira no Legislativo Municipal, enquanto que um em cada 17 dos demais candidatos o logra;
- reelege-se quase cinco vezes mais do que os demais vereadores, pois 7 em cada 8 homens de mídia conseguem um novo mandato na Câmara Municipal, enquanto que apenas 1 em cada 4,8 dos demais edis alcança tal êxito;
- recebe, em média, três vezes mais votos do que os demais postulantes, pois dos 225 mil votos válidos para vereador na eleição de 2004, os 23 homens de mídia receberam 65 mil ou cerca 28%, numa média de 2,8 mil votos para cada locutor, enquanto que os demais candidatos receberam em média novecentos votos.

A ampliação do contexto deste último dado aumenta mais ainda o peso do estúdio nas eleições para a Câmara Municipal, pois praticamente um terço dos votos válidos foram dados a homens de mídia. Sozinha, a candidata mais votada da última eleição – a apresentadora de televisão e rádio Darcy Vera –, obteve 27.787 votos, que representam 10,4% do total e 2,5 vezes o coeficiente eleitoral. Os votos desta mulher de mídia foram suficientes para elegê-la e a mais dois vereadores. Como a situação também se verificou em outras coligações e eleições anteriores, ocorre que, muitas vezes, a votação dos homens de mídia tem um peso que excede o da sua própria eleição, “puxando” também outros vereadores e suplentes para a vereança.

Esta relevância eleitoral do estúdio também se verifica nas eleições para o Executivo Municipal. Durante metade dos últimos 40 anos da história ribeirão-pretana, o cargo de Prefeito foi exercido por um homem de mídia. Nas últimas sete eleições para a Prefeitura, os locutores venceram em três.

TABELA 11 - Locutores dentre os candidatos a Prefeito¹¹⁴

Ano de eleição	1976	1982	1988	1992	1996	2000	2004
Total de candidatos	5	11	6	6	7	6	5
Candidatos locutores	3	4	2	2	2	2	2
Total de votos dos locutores (x mil)	64,4	79	116	48	59,5	76,5	155
Percentual de votos dos locutores dentre os votos válidos	65	49	54,5	20,5	23,8	27,3	50,3

Como se pode observar no quadro acima, até a década de 1980, os locutores representavam metade dos candidatos e recebiam metade dos votos válidos. Nos anos noventa, tornaram-se um terço dos candidatos (2 em 6, em 1992 e 2000, por exemplo) e passaram a receber cerca de um quarto dos votos (23,8% em 1996 e 27,3% em 2000). Mesmo com a queda, a relevância do acesso ao estúdio permanece, pois, em todas as eleições para prefeito dos últimos 40 anos, os homens de mídia figuraram dentre os três candidatos mais votados.

Em relação aos Legislativos estadual e federal, a proporção de homens de mídia na política eleitoral é ainda maior. Considerando-se os deputados eleitos por Ribeirão Preto¹¹⁵ entre 1974 e 2002, em média, metade eram homens de mídia. Da mesma forma, dos 10 candidatos mais votados na região em cada eleição, no mínimo, 3 eram locutores¹¹⁶. O percentual de votos recebidos pelos candidatos da mídia na região também gira em torno de um terço do total da votação.

Estes dados revelam que aqueles que possuem um acesso privilegiado à mídia – estiveram no ar em programas de rádio e/ou televisão ou controlavam emissoras –, têm no mínimo o dobro de chances de sucesso eleitoral em relação a qualquer outro segmento de candidatos.

114 Quadro elaborado a partir dos relatórios eleitorais da Justiça Eleitoral de Ribeirão Preto, considerando-se apenas o primeiro turno das eleições. Os anos assinalados em cinza indicam ser aqueles em que homens de mídia foram eleitos.

115 Considerou-se como parlamentares eleitos por Ribeirão Preto, aqueles com domicílio eleitoral, base eleitoral declarada ou que obtiveram mais de 10% de seus votos em um dos municípios da macrorregião de Ribeirão Preto.

116 Destacam-se dentre estes, nomes como os de Wilson Toni (radialista), Welson Gasparini (radialista), Marcelino Romano Machado (radialista e proprietário de emissora), João Gilberto Sampaio (proprietário de emissora), Leo Oliveira (radialista), Coraucci Sobrinho (radialista e proprietário de emissora), Baleia Rossi (apresentador de televisão), por exemplo.

O acesso ao estúdio é, portanto, um diferencial eleitoral que tem determinado a metade dos resultados eleitorais nos últimos quarenta anos.

A mídia como diferencial no processo eleitoral

Quando indagados¹¹⁷ sobre a diferença, na verdade vantagem, para as eleições de um homem de mídia em relação a outros candidatos, as respostas mais frequentes de eleitores, homens de mídia e candidatos foram:

- eles são mais conhecidos, por estar no ar no rádio e na televisão;
- eles conhecem melhor a cidade (os problemas dela), porque como repórteres têm uma visão privilegiada;
- eles têm mais facilidade de falar com a população, devido à profissão e ao canal da mídia.

Por outro lado, a resposta à questão sobre se, caso os locutores não ocupassem o lugar que ocupam – isto é, não pudessem aparecer no rádio e na televisão –, teriam o mesmo desempenho eleitoral, a maioria respondeu que, certamente, não.

O cotejamento entre as respostas a estas duas perguntas revela que o desempenho eleitoral dos homens de mídia é atribuído ao acesso diferenciado ao estúdio. Uma reflexão mais sistematizada, sobre situações analisadas no estudo de caso que embasa esta obra, aponta que a relevância da mídia como recurso eleitoral vai além dos aspectos apontados no questionário, atingindo esferas como, por exemplo: a da filantropia, a do paladinismo social e a da manipulação de pauta.

Uma primeira situação expoente da relevância eleitoral do estúdio é a de construção de uma imagem pessoal. Por meio da exposição de sua imagem e/ou voz na mídia, um locutor procura se tornar conhecido e estabelecer um perfil – até mesmo um slogan ou bordão –, que depois é retomado na campanha eleitoral.

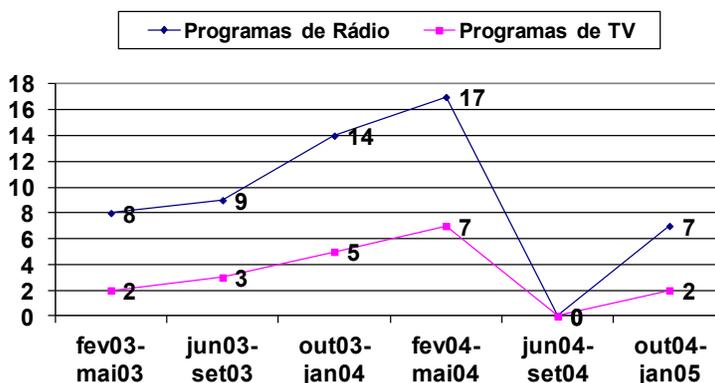
Deste modo, num período compreendido entre doze e quatro meses antes das eleições, ocorre grande crescimento quanto ao número, duração e periodicidade de programas de rádio e televisão ancorados por homens de mídia inseridos

117 Estas informações foram sistematizadas a partir dos dados obtidos em pesquisa, por meio de questionários escritos, aplicados (na abordagem pessoal ou por e-mail) entre os meses de maio e julho de 2004, dentre uma amostragem de eleitores, candidatos e homens de mídia em Ribeirão Preto. Neste levantamento, foram processadas as respostas de 250 eleitores, 25 candidatos à vereança e 8 homens de mídia.

na política. Estas mudanças estabelecem uma verdadeira campanha eleitoral antecipada, restrita e não gratuita na mídia regional.

Os dados do gráfico abaixo, confirmam esta campanha antecipada, feita direta ou indiretamente por controladores de emissoras ou seus associados, em desequilíbrio com quem só pode dispor do HGPE:

FIGURA 11 - Gráfico de número de programas ancorados por candidatos em Ribeirão Preto¹¹⁸



Como se pode observar, no final do ano de 2003, quando faltava mais de um ano para a eleição, o número de programas de TV ancorados por “pré-candidatos” era de menos de quatro e os de rádio e torno de oito. No início de 2004, próximo do início da campanha oficial o número de programas apresentados por político praticamente dobrou. Durante o período de campanha oficial, a quantidade de programas cai a zero devido as proibições da legislação, mas não se recupera depois, chegando, no máximo ao patamar dos anos não eleitorais.

Da mesma forma, nas últimas três eleições municipais, todos os candidatos provenientes do estúdio adotaram como *slogan* de suas campanhas formatos idênticos ou muito próximos dos nomes ou bordões de vinhetas de seus programas midiáticos, como por exemplo:

118 Quadro elaborado a partir de monitoramento de pesquisa, que não considerou os programas apresentados em emissoras comunitárias/piratas. Cabe ressaltar que, no quadrimestre junho-setembro, o número de programas é zero, devido a proibição da legislação eleitoral.

- o radialista Welson Gasparini, que apresentava o *Programa Welson Gasparini* no rádio, com a vinheta “Gasparini vem aí”, adotou em sua campanha para a Prefeitura em 1988, o slogan “Gasparini vem aí”;
- o radialista Layr Luchesi Júnior, que apresentava o quadro *Repórter Verdade* no programa de rádio *Clube Verdade*, adotou o slogan “Candidato de Verdade” em sua campanha para vereador em 2000;
- o radialista Leo Oliveira, que apresenta um programa de rádio com seu nome e com o bordão “O amigo de sempre”, adotou um slogan idêntico ao seu bordão para sua candidatura a deputado em 2002.

Na mesma linha, há a personificação dos programas, sobretudo de rádio, que depois é transferida para as candidaturas. Os contatos telefônicos realizados nos programas se dão num tom pessoal, que mistura o círculo de ouvintes radiofônicos, com o de “amigas e amigos” e ainda com o de prováveis eleitores e correligionários.

Candidatos como Welson Gasparini, Coraucci Neto e Leo Oliveira, por exemplo, baseiam suas campanhas em ouvintes-cabos-eleitorais mantidos por meio de relações interpessoais, semelhantes às do começo do século passado, só que agora mediadas pelo rádio. Numa espécie de relações de compadrio e por meio da utilização de um minucioso cadastro, o radialista-candidato esmera-se em telefonar para o ouvinte – no ar – no dia do aniversário, perguntar da família e presentear com as músicas preferidas seus melhores ouvintes-eleitores.

Nos períodos pré-eleitorais esta interação é intensificada com excursões devocionais, visitas domiciliares e distribuição de brindes (como CD’s, livros de orações e de receitas, com alguma menção à candidatura), organizadas pelo microfone do programa¹¹⁹.

Este tipo de proximidade, possibilitada pelo estúdio, se não garante o voto, no mínimo, faz com que, na eleição seguinte, o homem de mídia se apresente, não como um estranho ou político profissional que só aparece de quatro em quatro anos para pedir o voto, mas como o “amigo da família” que “entra na casa” todo dia e se “preocupa com todos”, inclusive politicamente.

Uma segunda situação que ilustra o estúdio como caminho eleitoral é o que os locutores chamam de “prestação de serviços ou jornalismo comunitário”,

119 O acompanhamento da agenda do candidato a vereador Leo Oliveira apontou que no período entre janeiro e setembro de 2004, ele organizou oito excursões para santuários religiosos na região, 36 sessões de cinema exclusivas, mais de 200 visitas domiciliares e distribuiu 4 mil livretos de brindes, para seus ouvintes-eleitores, todos organizados em seu programa de rádio.

mas que na verdade aproxima-se de práticas assistencialistas, clientelistas e mesmo patrimonialistas.

Como afirmou Luís Eblak:

A rádio é usada como trampolim para uma carreira política. Por meio de assistencialismo eleitoral, os radialistas dão aos ouvintes cadeiras de rodas, roupas, empregos, cestas básicas etc. Devidamente cadastrados, esses ouvintes são procurados depois pelos radialistas-políticos e “lembrados” que haverá uma eleição.¹²⁰

Um dos exemplos desta prática é a mediação de caridade feita pelos locutores, quando eles anunciam no ar que uma pessoa necessita de algum tipo de doação e, por meio do programa, obtém a doação de outro ouvinte. Tanto o doador quanto o contemplado são devidamente cadastrados e procurados no período de eleições para ajudar na continuidade do importante “trabalho social”.

Material de construção, medicamentos, aparelhos ortopédicos, cadeiras de rodas, berços, móveis, empregos, exames de paternidade, carrinhos de bebê, assistência jurídica, presentes para crianças, enxovais e tratamentos médicos são recursos distribuídos pelos homens de mídia que: primeiro levam ao ar a dramática necessidade de quem pede (muitas vezes com fortes depoimentos e imagens) e depois ressaltam a bondade de quem faz a doação ou promovem um *merchandising* da empresa ou produto.

A vereadora e apresentadora Darcy Vera, por exemplo, fundou uma ONG – Organização Não Governamental –, que realiza este trabalho, em grande parte, capitaneado por sua atuação no rádio e na televisão. Em maio de 2003, ela promoveu o maior casamento comunitário do país, com a participação de cerca de 800 casais e a mobilização de mais de mil voluntários, doadores e patrocinadores. Sua votação, que no pleito de 2000 foi de 6.154 votos, passou para 27.787 votos em 2004.

Uma outra modalidade deste uso do estúdio com fins políticos consiste na solicitação de serviços públicos por meio do programa, no ar. Municípios que necessitam de algum tipo de serviço da Prefeitura acionam os locutores, que enviam uma equipe para o local e no ar entram em contato com a autoridade competente que, imediatamente, executa o serviço.

120 EBLAK, L. Radiojornalismo e radiopublicismo. *Observatório da Imprensa*. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/fd190820032.htm>>.

Vazamentos de esgoto, poda de árvores, buracos na rua, lâmpadas queimadas, bueiros entupidos, filas em postos de saúde e mal atendimento em repartições são relatados nos programas, inclusive de televisão, e o apresentador providencia a resolução da situação: se atendido prontamente, tece elogios à autoridade que o ajudou a resolver; se ocorre a demora, inicia-se uma escalada de críticas à administração, até que o problema seja resolvido.

Um levantamento da assessoria de imprensa da Prefeitura, feito no primeiro trimestre de 2003, apontou que das “solicitações/reclamações” feitas aos serviços municipais no período, pelo programa de rádio Clube Verdade¹²¹, 20% não haviam sequer sido formalizadas pelo cidadão à municipalidade, e outros 20% ainda estavam no prazo estabelecido para a resolução. Isto denota que, muitas vezes, as pessoas preferem recorrer aos (ou intermediação dos) homens de mídia do que (diretamente) ao poder público.

Este perfil da radiodifusão que converte os seus apresentadores e repórteres em a voz do povo, o representante ou fiscal do eleitor é associado a uma tendência da mídia americana identificada como *civic journalism*, no qual se pode visualizar “o poder dos âncoras de fazer cobranças, de desmoralizar autoridades e de se declararem os paladinos da justiça”¹²².

Esta posição do homem de mídia de se configurar como um canal para as reivindicações da população, muitas vezes, é instrumentalizada e se converte em representação de fato – no que alguns autores chamam de fenômeno midiático de delegação de poder¹²³ – ou de direito, quando alcançam um mandato eleitoral.

Associado ao “jornalismo comunitário”, muitas vezes surgem o “paladimismo social” e a “tendência de pauta”. No primeiro caso, o apresentador, após

121 O Programa Clube Verdade, ancorado pelo jornalista e político Wilson Toni na rádio e TV Clube, mantém um quadro chamado de “Clube Verdade Resolve” que se dedica à resolução de problemas com serviços públicos.

122 No Brasil, o conceito tem sido discutido por autores como Vera Chaia, que analisando a natureza política de programas de jornalismo comunitário, como o SP/TV da Capital Paulista, reflete sobre o conceito de *civic journalism* e questiona quem elegeu o âncora como seu representante? Cf. Telejornal da Rede Globo responsabiliza cidadãos por mazelas políticas. Disponível em: <<http://www.comciencia.br/noticias/2005/07/jornalismo.htm>>.

123 Márcia Nunes, analisando a inserção eleitoral de radialistas na política da Capital Cearense, atribuiu ao rádio AM a capacidade de se converter num canal de delegação de poder aos radialistas (inclusive e sobretudo através do mandato eleitoral), por meio do atendimento a algumas necessidades dos ouvintes em programas radiofônicos populares. NUNES, M. V. *Rádio e Política: do microfone ao palanque - os radialistas políticos em Fortaleza*. São Paulo: Annablume, 2000.

dar uma notícia sobre um problema de serviço público: critica veementemente a situação; brada a “incompetência” das autoridades relacionadas; aponta as soluções “facilmente” implementáveis; e termina com os dizeres “se fosse eu que estivesse no cargo, eu faria...”.

De forma mais branda ou mais ofensiva (de acordo com a inclinação do apresentador ou do dono da rádio a uma ou outra candidatura), este paladinismo se converte no tom dos programas de rádio e televisão, sobretudo nos meses que antecedem as eleições.

A tendência de pauta observa-se, por exemplo, num contexto em que: por alguns dias ou semanas, um ou mais veículos de comunicação dedicam grande espaço de suas reportagens à abordagem de um problema social específico; na semana seguinte, uma autoridade e/ou candidato anuncia um projeto, programa, obra ou medida que, coincidente e/ou providencialmente, se propõe a resolver “o problema mais debatido na cidade nos últimos tempos”.

O quadro exposto na Figura 12 apresenta exemplo de temas de pauta da imprensa “casados” com ações de agentes governamentais¹²⁴:

FIGURA 12 - Quadro de exemplos de tendência de pauta

Tema da Reportagem	Medida anunciada depois
Falta de vagas em escolas	Construção de escola
Criminalidade crescente	Aumento no efetivo policial
Altos índices de desemprego	Vinda de uma fábrica
Acidentes de trânsito	Duplicação de rodovia
Precariedade de favelas	Construção de casas

Exemplos recentes da tendência de pauta em Ribeirão Preto foi uma série de reportagens sobre a “indústria da multa” na cidade, entre março e abril de 2005. Alguns programas de rádio e televisão chegaram a criar um quadro da “Multa do Dia”, no qual apresentavam reportagens sobre casos de multas absurdas e uma sucessão de imagens de agentes de trânsito aplicando penalidades.

124 Cabe destacar que ocorre a manipulação de pauta inversa, ou seja, em prejuízo de uma autoridade não associada a um apresentador de programa ou controlador de emissora, após uma inauguração de uma escola, por exemplo, as notícias veiculadas são sobre a continuidade de faltas de vagas para estudantes.

Paralelamente a este quadro, o vereador radialista Coraucci Neto propôs a criação de uma “CPI das Multas” e os agentes municipais de trânsito foram demitidos.

Outro exemplo de tendência de pauta é a organização/priorização de temáticas de reportagens que promovem ou depreciam a imagem de um candidato ou autoridade. No programa Região Alerta, que vai ao ar diariamente ao meio dia na TV Record de Ribeirão Preto, o apresentador Nato Campos instalou um painel com uma enquete sobre se “a população aprovava ou não a administração do Prefeito Welson Gasparini”. Entre a exibição de reportagens sobre os principais problemas da cidade, o apresentador abria a participação de espectadores irados com a administração e mantinha na tela um painel registrando 100% de desaprovação ao Prefeito. Tal situação se repetiu durante os três meses de monitoramento de programação na pesquisa, de março a maio de 2005.

As potencialidades de ações como estas permitem ao locutor se diferenciar dos demais candidatos e tornarem-se

[...] a todo instante o alvo certo para alguns partidos políticos e entidades que encontram neles uma vantagem sobre os demais candidatos: são nomes conhecidos porque o rádio favorece **a formação do capital eleitoral** e, portanto, tem maior facilidade de serem trabalhados. Por “ancorarem” programas com determinada audiência, eles se credenciam a participar das eleições sem muitas vezes terem vínculos político-ideológicos.¹²⁵

Estas situações pontuadas ressaltam como um recurso social relevante como o acesso/controlado aos meios de comunicação pode e é utilizado para fins eleitorais, mesmo que indiretos e dentro da lei. Elas ressaltam também que, se os homens de mídia não tivessem este privilégio ou se um número maior de pessoas também o tivesse, as diferenças nos resultados eleitorais poderiam não ser tão marcantes.

Estas práticas políticas podem ser interpretadas à luz do que propôs Maurício Silva, em seu estudo sobre radialistas na Assembleia Legislativa Paulista, no sentido de que o diferencial eleitoral dos comunicadores populares provém de um capital político construído nos programas de rádio e acumulado, passível

125 SILVA, M. F. *Quem me eleger foi o rádio: como o rádio elege o seu representante*. São Paulo: Olho D'água, 2000, p.10. Grifo nosso.

inclusive de ser “emprestado” a outras pessoas¹²⁶. Por outro lado, no entanto, mesmo considerando o sucesso eleitoral dos locutores como resultado de capital político acumulado, somos remetidos a uma discussão tão importante quanto a do uso e relevância eleitoral da mídia, que é acerca das relações que estabelecem o acesso a ela. Qual é a fonte do capital eleitoral do locutor/político e como ele a conseguiu?

Como demonstraremos a seguir, tal fonte é o acesso ao microfone de uma rádio ou a uma câmera de televisão que, em última instância, depende de quem controla a emissora e como ele obteve este controle.

126 Em seu estudo, o autor desenvolve a concepção de capital eleitoral, construído no relacionamento cotidiano com o ouvinte e reatualizado (necessariamente) mesmo após a eleição. O exemplo apresentado de transferência deste capital é o caso do apresentador Zé Bettio, que fazendo campanha ao lado de seu filho, ajudou a elegê-lo Deputado Estadual. SILVA, M. F. *Quem me elegeu foi o rádio*: como o rádio elege o seu representante. São Paulo: Olho D'água, 2000, p.10. Grifo nosso.

DA TRIBUNA AO ESTÚDIO: VÍCIOS NAS POLÍTICAS DE CONCESSÃO DE RADIODIFUSÃO

Um legislador que autoriza as concessões públicas não pode ser ao mesmo tempo o beneficiário desta concessão. É um claro conflito de interesses. É um privilégio que confronta o princípio da isonomia que rege o estado de direito.

Alberto Dines.

Após a análise dos caminhos a partir dos quais homens de mídia utilizam emissoras em seu proveito eleitoral, faz-se necessária a complementação da análise do caminho, com a reflexão sobre como os homens de tribuna utilizam sua posição política para obter concessões de radiodifusão. A análise da trajetória da tribuna para o estúdio envolve três movimentos:

- a compreensão do processo, em sua dimensão prescritiva (o que prevê a legislação), pelo qual o Estado concede o direito de operar radiodifusão a entidades públicas e particulares;
- a apresentação de aspectos do processo de concessão, em sua dimensão descritiva (descrição do que de fato ocorre), com suas distorções que fogem do prescrito;
- a análise dos efeitos perversos do processo, que definem a estrutura de propriedade e controle da mídia no Brasil, bem como em Ribeirão Preto.

O caminho para o estúdio

Compreender o processo pelo qual um sujeito obtém o direito de operar uma emissora de rádio ou televisão exige, inicialmente, uma reflexão sobre o papel do Estado na radiodifusão brasileira. Este papel foi estabelecido na década de 1930, quando o Governo Vargas decretou o caráter educativo e de integração nacional dos meios de comunicação como os correios, a telefonia, cinema e o rádio, submetendo-os, direta ou indiretamente, ao Estado¹²⁷.

127 Durante a Era Vargas, o rádio e o cinema assumiram o status de essencial para a construção do Estado, formação da identidade nacional e manutenção do regime, levando a adoção do modelo de concessões como opção de desenvolvimento e controle destes meios de comunicação. Cf. SIMIS, A. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo, Usp-FFLCH, 1993. Tese (Doutorado em Ciência Política); JAMBEIRO, O. et al. *Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação*. Salvador: EDUFBA, 2004.

Assim, para algumas modalidades de comunicação, como os correios, o Estado reservou-se o direito de monopólio na exploração. Para outras, como a radiodifusão, adotou o seguinte modelo: exploração direta por órgãos governamentais ou concessão condicional a particulares do direito de operar emissoras.

A partir de então, historicamente, a política de telecomunicações brasileira considera o setor como de interesse nacional e reserva à União o poder de: estabelecer as regras de funcionamento do setor; operar diretamente os serviços de radiodifusão; conceder condicionalmente o direito de exploração de emissoras a terceiros; garantir que a operação atenda às normas estabelecidas.

A radiodifusão no Brasil iniciou-se na década de 1920, quando pouco mais de uma dezena de emissoras de rádio começaram a operar em caráter experimental, em baixa frequência e com a finalidade de lazer. Nas principais cidades do país, grandes proprietários, comerciantes e intelectuais fundaram clubes para transmitir programação musical e locuções aos poucos aparelhos de rádio instalados em algumas residências.

Neste período, a atividade tinha caráter privado e a atuação do Estado era mais de ordem técnica, aplicando-lhe, inclusive, a mesma legislação da telefonia. Contudo, conforme este veículo de comunicação foi se desenvolvendo no país e o número de emissoras e aparelhos aumentando, o Estado aumentou sua atuação, elaborando leis, constituindo repartições para regular o serviço e implementando uma política de desenvolvimento do setor, pautada num modelo no qual: o Estado concede o direito condicional e temporário de operação de emissoras a entidades públicas e privadas que, seguindo as diretrizes legais estabelecidas, operam o serviço, inclusive comercialmente.

As normas, procedimentos e critérios que balizam esta “terceirização” do direito estatal sobre a radiodifusão são conhecidos como “processo de concessão de emissoras”. Esta sistemática de concessão foi criada na década de 1930 pelo Governo Vargas e, no que se refere ao período de abordagem desta obra, importam três fases:

- 1962-1988: a concessão era uma prerrogativa do Presidente da República e não obrigava a abertura de licitação;
- 1988-1997: a Constituição de 1988 alterou algumas disposições do Código Brasileiro de Telecomunicações – CBT (Lei 4.177/62) e condicionou as concessões e sua não renovação à aprovação do Congresso Nacional, diminuindo a autonomia do Presidente para as outorgas de rádio e televisão;

- a partir de 1997: a Lei Geral das Telecomunicações – LGT (Lei 9.472/97), modificou vários dispositivos do CBT e, a partir de legislação complementar posterior, foi criada a categoria de emissora educativa, cuja concessão é de competência do Executivo.

Nesta trajetória, o elemento comum que se destaca é o monopólio do Estado como modelo do sistema. A principal distinção envolve o agente da outorga, que foi por muito, tempo, exclusivamente o Presidente da República.

Atualmente, o processo de concessão é regido, principalmente, pelo CBT – Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117/62), e se pauta por complexos aspectos legais, políticos, econômicos, sociais e técnicos. Como analisá-lo, devida e profundamente, extrapola os objetivos e as possibilidades deste Trabalho, o recorte de abordagem priorizou cinco questões: O que pode ser concedido? Quem pode conceder? Quem pode receber a concessão? Quais os critérios de concessão? Quais os procedimentos do processo?

O objeto das concessões de radiodifusão pode ser resumido em: direito de operar serviços de radiodifusão pública de sons, por meio de emissoras de rádio; direito de operar radiodifusão pública de sons e imagens, por meio de emissoras, retransmissoras e repetidoras de televisão.

Em síntese, podem ser concedidas emissoras de rádio e televisão de diferentes frequências (AM, FM, OC, VHF, UHF etc.), abrangência geográfica (local, regional ou nacional), caráter (comercial, educativa ou comunitária) e tipo (emissora, retransmissora ou repetidora).

A concessão de serviços de radiodifusão é competência exclusiva da União, sobretudo da figura do Presidente da República, que, com ou sem a necessidade de aprovação do Congresso Nacional, é quem outorga a concessão ou permissão.

Na maioria dos casos – emissoras de caráter regional, nacional e comercial –, quem faz a concessão é o chefe do Executivo federal, com base em concorrências encaminhadas pelo Ministério das Comunicações, segundo parecer técnico da Anatel e após a aprovação do Congresso Nacional. Em casos específicos como os de retransmissoras, emissoras locais e emissoras educativas, o Presidente pode outorgar a permissão sem a aprovação do Congresso.

O direito de operar serviços de radiodifusão é concedido ao primeiro colocado em um processo de concorrência pública ou licitação. Os habilitados para participar deste processo, em todos os casos, devem ser pessoas jurídicas, cujo capital total e votante seja de no mínimo 70% pertencentes a brasileiros natos

ou naturalizados há mais de dez anos, tais como: a União Federal, os Estados e o Distrito Federal, os Municípios e as universidades públicas, as sociedades por ações nominativas ou por cotas de responsabilidade limitada, as universidades e as fundações particulares.

Outra exigência refere-se aos limites de controle de emissoras, estabelecido como um limite máximo de propriedade por concessionário de: 10 emissoras de rádio local (4 OM e 6 FM), 6 emissoras de rádio regionais (3 OM, 3 OT, no máximo 2 por UF), 4 emissoras de rádio nacionais (2 OM e 2 OC) e 10 emissoras de televisão (5 VHF, 5 UHF, no máximo 2 por UF, não computadas as repetidoras e retransmissoras)¹²⁸.

Deste modo, apenas pessoas jurídicas controladas por brasileiros, e que não tenham um número de emissoras maior que o permitido, podem receber concessões.

Em todos os casos, os critérios fundamentais de concessão são: atendimento às exigências legais de composição societária e documentação do postulante; atendimento às condições técnicas de instalação do serviço; atendimento aos critérios de interesse da União, como programação e abrangência da radiodifusão.

Em casos específicos, aplicam-se critérios como o de consulta de representatividade para emissoras comunitárias¹²⁹ ou de prioridade das universidades públicas nos casos de emissoras educativas. Em relação às emissoras comerciais, além das exigências gerais, pesam:

- tempo destinado a programas jornalísticos, educativos e informativos;
- tempo destinado a serviços noticiosos;
- tempo destinado a programas culturais, artísticos e jornalísticos a serem gerados na própria localidade ou no município à qual pertence a localidade objeto da outorga;
- prazo para início da execução do serviço objeto da outorga, em caráter definitivo;

Como se pode observar, legalmente, os critérios se ancoram em elementos técnicos, de conteúdo e de interesse público do serviço, que hierarquiza os

128 Lei 4.117/62. Código Brasileiro de Telecomunicações.

129 Quando no mesmo bairro ou localidade, duas ou mais entidades pleiteiam operar uma emissora comunitária e ambas cumpriam as exigências legais e técnicas, o critério de desempate é uma consulta feita junto à comunidade que indicará qual a entidade de maior representatividade que será a escolhida para a outorga.

proponentes segundo uma pontuação, outorgando o direito de operação do serviço ao primeiro colocado no processo.

Em relação aos procedimentos, um processo de concessão é similar ao de exploração de outros serviços públicos, ou seja, é uma licitação aberta aos interessados, que segue os seguintes passos:

- 1 - O interessado na concessão providencia um estudo de viabilidade técnica que demonstre a possibilidade de inclusão de um novo canal no espectro da localidade ou região. Este estudo tem que ser aprovado pelo Ministério das Comunicações e encaminhado à Anatel, que faz a inclusão do canal no plano de distribuição de canais para a localidade;
- 2 - Caso já exista canais livres no espectro ou depois de sua inclusão, o passo seguinte é a elaboração de um estudo de viabilidade econômica da exploração do serviço na localidade, devendo também este estudo ser aprovado pelo Ministério;
- 3 - O Ministério das Comunicações publica um edital, abrindo a licitação e informando as exigências e critérios adotados no processo, sobretudo, prazos, descrição do serviço, valores mínimos de pagamento pela concessão e exigências legais e técnicas;
- 4 - Dentro do prazo estabelecido, os interessados apresentam suas propostas, devidamente documentadas, podendo participar não só a entidade que iniciou o procedimento, mas também quaisquer outras que tenham interesse;
- 5 - Na apreciação das propostas, é feita uma análise do cumprimento das exigências legais e técnicas, sendo que as entidades que as cumprem integralmente são habilitadas a prosseguir no processo e as demais eliminadas;
- 6 - As propostas das entidades habilitadas, mesmo que seja uma única, são submetidas à apreciação de atendimento aos critérios de conteúdo e pagamento pela concessão, recebendo uma pontuação e sendo classificadas em uma ordem decrescente;
- 7 - O primeiro colocado é escolhido para receber a concessão e a proposta é encaminhada, pelo Presidente da República, ao Congresso Nacional;
- 8 - A Comissão de Ciência, Tecnologia, Comunicação e Informática do Congresso, aprecia a proposta de concessão e, se aprovar, a encaminha para o Plenário;
- 9 - Se o Plenário do Congresso aprovar a proposta, o Presidente formaliza a outorga da concessão e começa a contar o prazo para que a entidade vencedora inicie a operação do serviço;
- 10- A partir do momento de início da operação do serviço, começam a ser contado a validade da concessão e feito os pagamentos pelo direito. Se a

entidade não instalar a emissora no prazo estabelecido, ela perde o direito e um novo procedimento precisa ser iniciado;

11- Vencido o prazo da concessão, ela é novamente apreciada pelo Congresso Nacional que pode aprovar ou não sua renovação por período semelhante;

12 - Durante a concessão, periodicamente, são feitos acompanhamentos técnicos, tributários e jurídicos da operação do serviço, podendo, caso haja irregularidades ou descumprimento do contrato, ser aplicadas sanções como multa, suspensão, não renovação ou cassação da outorga.¹³⁰

No caso dos serviços de caráter educativo e comunitário, os procedimentos são semelhantes, exceto por: simplificação das exigências de estudo técnico e de viabilidade econômica; dispensa da aprovação pelo Congresso Nacional e de pagamento pela operação do serviço.

Desvios e efeitos perversos

Na perspectiva prescritiva da legislação e do manual explicativo do Ministério das Comunicações¹³¹, o caminho para o estúdio aparenta ser simples e acessível a qualquer cidadão brasileiro. Um olhar mais sistemático, no entanto, revela que se trata de um processo complexo – no âmbito técnico, político e jurídico –, de conhecimento público restrito e viciado politicamente.

Trata-se de uma trajetória complexa por envolver, como requisito para a abertura do processo de concessão, a realização de estudos técnicos prévios que, quer pelo custo quer pela especialidade de conhecimento exigido, veda a participação de grande parte dos interessados.

Na elaboração destes levantamentos, os proponentes que já desfrutam de uma concessão e operam o serviço, tendo acumulado *know how* técnico – sobretudo profissionais e equipamentos –, têm uma vantagem sobre os iniciantes, razão pela qual a maioria das concessões é outorgada para empresas que já operam serviços de radiodifusão¹³².

O processo é considerado de conhecimento público restrito porque, até 2002, era praticamente impossível obter acesso à relação de titulares de concessão e proprietários de emissoras, pois o Ministério das Comunicações não divulgava,

130 Cf. “Perguntas e respostas sobre Concessão de Emissoras”. Disponível em: <www.mc.gov.br>.

131 “Perguntas e respostas sobre Concessão de Emissoras”. Disponível em: <www.mc.gov.br>.

132 Em Ribeirão Preto, por exemplo, nos últimos 20 anos, apenas uma das 23 outorgas comerciais foi dada a grupo que não operava radiodifusão anteriormente.

em hipótese alguma, tais dados. Apenas a partir de 2003, passou a ser disponibilizada para consulta pública em sítios de internet do Ministério, a lista de todos os proprietários de emissoras – atualizada anualmente.

E o percurso para a obtenção de uma emissora é considerado politicamente viciado por, apesar de seus trâmites administrativo-burocráticos ocorrerem dentro da previsibilidade legal, seu resultado historicamente ser tendencioso em relação a contemplar com maior frequência: homens de tribuna (parlamentares, ministros, prefeitos e governadores), seus prepostos (parentes, assessores e entidades vinculadas) e detentores de concessões anteriores.

Como, em todos os casos até 1988, e para as emissoras locais, retransmissoras, educativas e comunitárias a partir de 1997, não é exigida a licitação, a outorga sujeita-se apenas à decisão do Presidente da República. Considerando apenas as outorgas feitas sem licitação, Figueiredo distribuiu 634 emissoras, Sarney concedeu 958 e FHC autorizou 357 (educativas), a maioria absoluta em períodos próximos às votações como o da emenda das eleições diretas, da duração do mandato presidencial e da reeleição.

Assim, o critério adotado, muitas vezes, acaba sendo o político-eleitoral e o resultado do processo majoritariamente contempla parlamentares e seus correligionários.

Paulino Motter, em um estudo sobre o uso político das concessões no governo Sarney, identificou que, em 1988, 26,1% dos parlamentares constituintes (146 em 559) eram titulares de concessões de radiodifusão¹³³. O autor identificou também que quase dois terços destas emissoras eram novas e foram outorgadas em datas próximas às votações de maior interesse do governo e para parlamentares que votaram a favor da posição de Sarney:

Na etapa decisiva da Constituinte, quando estavam em pauta as questões de maior interesse do Executivo – como a duração do mandato, regime de governo e papel das Forças Armadas –, o MiniCom se transformou numa verdadeira “fábrica de concessões”.¹³⁴

O Jornal do Brasil, na época, estendeu sua análise para além da coincidência de datas e posição dos parlamentares e foi categórico em afirmar que os contemplados pelas outorgas eram:

133 MOTTER, P. *A batalha invisível da Constituinte: interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil*. Dissertação de Mestrado. Brasília, UnB, 1994, p.164.

134 MOTTER, P. O uso político das concessões das emissoras de rádio e televisão no governo Sarney. *Comunicação e Política*, v.1, n.1, p.92.

Parlamentares que votaram a favor dos cinco anos, governadores que usaram o peso de suas bancadas no mesmo objetivo ou ministros que se engajaram nesse combate. Quando não foram eles próprios os beneficiados, foram parentes deles, empresários a eles ligados ou pessoas de seus esquemas.¹³⁵

Resultado semelhante pode ser verificado em outros períodos, como o do mandato presidencial de 1994-1998, cujo maior número de concessões coincidiu com datas de votações importantes no Congresso – como a da Emenda Constitucional que permitia a reeleição –, e se concentraram em parlamentares e/ou seus associados.

Num levantamento que realizamos durante a pesquisa, confirmamos que o controle das emissoras não apenas continua nas mãos de políticos, como passa por uma concentração de propriedade, por meio de venda da titularidade ou arrendamento do canal recebido. Os dados obtidos revelaram que dois em cada três parlamentares paulistas das últimas três legislaturas estaduais e/ou federais são ou já foram titulares, sócios ou diretores (ou parentes em primeiro grau destes) de empresa operadora de radiodifusão de sons e/ou imagens¹³⁶.

Na região de Ribeirão Preto, de um total de 127 concessões (incluindo retransmissoras, repetidoras e outorgas ainda não consumadas), 83 têm ou tiveram em seu quadro de proprietários pessoas (ou seus parentes em primeiro grau) que exerceram mandato parlamentar ou executivo (incluindo o cargo de vice e secretarias de primeiro escalão).

Vícios do sistema

O acesso desigual à mídia e os desequilíbrios do uso de emissoras nos processos eleitorais, por si só ou combinados, implicam um vício no processo político brasileiro. Este quadro, no entanto, quando analisado à luz de medidas destinadas a anular, ou pelo menos minimizar, seus efeitos perversos, é reforçado ainda mais.

Retomando os preceitos de igualdade, já apresentados nesta obra, pode-se ressaltar que existem três tipos de medidas voltadas para a promoção da igualdade:

135 *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 02 out. 1988, p.14.

136 O levantamento foi feito por meio da relação de sócios de emissoras de rádio e televisão no Estado de São Paulo, cotejada com as listas de parlamentares eleitos no Estado, disponibilizada pela Fundação Seade. Em alguns casos, foi complementada com informações de notícias de jornais locais e busca de registros junto à Junta Comercial do Estado de São Paulo.

- suprimindo-se de todas as partes os recursos que efetivamente possam ocasionar desequilíbrio relevante;
- distribuindo-se igualmente os recursos capazes de provocar desequilíbrios entre as partes envolvidas;
- cuidando para que uma parte que possua o recurso não o utilize em desequilíbrio para com outra parte que não o possui, tanto restringindo o uso por quem tem, quanto atribuindo, a quem não tem, outro recurso que possa compensar a diferença.

Como exemplo de medidas restritivas, podemos destacar os dispositivos constitucionais que restringem a participação parlamentar no controle de emissoras. Neste sentido, o texto das Cartas Magnas brasileiras, que em 1937 era mais enfático na proibição de qualquer participação de parlamentares em organizações dedicadas à radiodifusão, nas leis seguintes, foi se abrandando e dando margem para que concretamente, deputados e senadores controlem emissoras:

Constituição de 1937

Art. 44 - Aos membros do Parlamento nacional é vedado:

c) exercer qualquer lugar de administração ou consulta ou ser proprietário ou sócio de empresa concessionária de serviços públicos, ou de sociedade, empresa ou companhia que goze de favores, privilégios, isenções, garantias de rendimento ou subsídios do poder público.

Constituição de 1946

Art 48 - Os Deputados e Senadores não poderão:

II - desde a posse:

a) ser proprietário ou diretor de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada.

Constituição de 1967

Art. 36 - Os Deputados e Senadores não poderão:

II - desde a posse:

a) ser proprietários ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público ou nela exercer função remunerada.

Constituição de 1988

Art. 54. Os Deputados e Senadores não poderão:

II - desde a posse:

a) ser proprietários, controladores ou diretores de empresa que goze de favor decorrente de contrato com pessoa jurídica de direito público, ou nela exercer função remunerada.

Comparando o texto das diferentes Cartas, podemos identificar que a ideia do sujeito quanto à restrição oscilou entre proprietário, sócio, diretor, controlador ou funcionário. Por outro lado, o objeto da restrição, que na Constituição de 1937 incluía claramente qualquer empresa titular de concessão pública – inclusive as emissoras –, nas Leis seguintes vedou aos parlamentares apenas a ligação com empresas que tivessem contratos com a administração pública, não mencionando as concessionárias de radiodifusão¹³⁷.

Em relação a medidas compensatórias, a criação do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral – HGPE é talvez a mais significativa delas. A determinação de exclusividade de propaganda midiática apenas no HGPE configura-se numa tentativa do legislador de minorar diferenças quanto ao poder econômico e de acesso à mídia de alguns candidatos, dando, ao menos legalmente, a todos os candidatos, “em igualdade de condições, as facilidades permitidas para a respectiva propaganda” (artigo 255º do Código Eleitoral).

Neste mesmo sentido, a legislação obriga homens de mídia a se afastarem da direção e/ou programação das emissoras durante a campanha eleitoral. Assim, a Lei 7664/88, baseada na preocupação com a “capacidade, desses agentes, pela posição privilegiada que ocupam, de influenciar a opinião e o voto do público com o qual entram em contato”, prevê que

Art. 34. O profissional de rádio e televisão fica impedido de apresentar programa ou dele participar, quando candidato a cargo eletivo nas eleições de que trata esta lei, durante o período destinado à propaganda eleitoral gratuita, sob pena de anulação do registro de sua candidatura pela Justiça Eleitoral.

A regulamentação do HGPE, como se pode notar, é restritiva por dificultar que homens de mídia utilizem seu acesso ao estúdio para fins eleitorais e, ao mesmo tempo, compensatória por dar a todos os candidatos, inclusive os que não

137 O relacionamento entre um titular de concessão e o poder público não se dá por meio de contrato, mas sim através de outorga de concessão. Isto não impede parlamentares de participarem de empresas de radiodifusão e, mesmo naquelas que têm contratos com o Estado (de publicidade por exemplo), os homens de mídia transferem a propriedade para algum preposto e/ou se afastam do corpo administrativo.

tem acesso à mídia, a possibilidade de divulgar suas propostas, ideias e candidaturas gratuitamente.

A análise destas medidas, à primeira vista, pode apontar para uma capacidade de minoração dos efeitos perversos do acesso desigual ou controle de emissoras, pois, durante a campanha:

- a propaganda eleitoral na mídia eletrônica é limitada ao HGPE;
- os homens de mídia devem se afastar dos estúdios que controlam ou trabalham;
- todos os candidatos têm acesso ao HGPE.

Quando, no entanto, retomamos as considerações apresentadas nesta obra em “do estúdio para a tribuna”, verificamos que as principais formas de utilização eleitoral da mídia se dão, exatamente, antes do período da campanha eleitoral. Como as práticas como manipulação de pauta e exposição de imagem ocorrem antes do período de dois meses antes das eleições, quando se inicia o HGPE, os homens de mídia já acumularam uma vantagem que, dificilmente, é revertida na campanha de rádio e televisão.

Outro aspecto é que, mesmo durante a campanha, muitas vezes, as restrições não são respeitadas e ocorre o uso irregular das emissoras, sem que os responsáveis sejam devidamente penalizados.

No ano de 2000, uma lei anistiou todos os condenados por crimes eleitorais das eleições de 1996 e 1998:

LEI Nº 9.996, DE 14 DE AGOSTO DE 2000.

Dispõe sobre anistia de multas aplicadas pela Justiça Eleitoral em 1996 e 1998.

Faço saber que o CONGRESSO NACIONAL rejeitou o veto total aposto ao Projeto de Lei do Senado nº 81, de 1999 (nº 934/99, na Câmara dos Deputados), e eu Antonio Carlos Magalhães, Presidente do Senado Federal, nos termos do § 7º do Art. 66 da Constituição Federal, promulgo a seguinte Lei: Art 1º São anistiados os débitos decorrentes de multas aplicadas aos eleitores que deixaram de votar nas eleições realizadas nos dias 3 de outubro e 15 de novembro de 1996 e nas eleições dos dias 4 e 25 de outubro de 1998, bem como aos membros de mesas receptoras que não atenderam à convocação da Justiça Eleitoral, inclusive os alcançados com base no art. 344 da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965.

Art 2º São igualmente anistiados os débitos resultantes das multas aplicadas pela Justiça Eleitoral, a qualquer título, em decorrência de infrações praticadas nos anos eleitorais de 1996 e 1998.

Art 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.
SENADO FEDERAL, em 14 de agosto de 2000; 179º da Independência
e 112º da República.

SENADOR ANTONIO CARLOS MAGALHÃES
PRESIDENTE

Tal lei, elaborada no Senado, aprovada nas duas Casas Legislativas, vetada pelo presidente da República, mas promulgada pelo Senado após a derrubada do veto, anistiou candidatos eleitos condenados (cerca de 30% dos parlamentares da legislatura). Assim, mais de 12 mil candidatos não eleitos e centenas de emissoras de rádio e televisão, essas últimas responsáveis por mais da metade dos valores das multas, foram anistiados.

Apesar da polêmica que gerou, por ter sido fruto de uma manobra na tramitação, o projeto inicial previa a anistia apenas de eleitores que deixaram de atender suas obrigações eleitorais e candidatos derrotados, ambos sem recursos para saldarem multas de maior valor. Ela não foi a primeira medida nesse sentido, pois, em 1995, a lei 8995, aprovada pelo Congresso e sancionada pelo presidente, anistiou candidatos que se utilizaram da máquina pública em suas campanhas:

Art. 1º É concedida anistia especial aos candidatos às eleições gerais de 1994, processados ou condenados ou com registro cassado e consequente declaração de inelegibilidade ou cassação do diploma, pela prática de ilícitos eleitorais previstos na legislação em vigor, que tenham relação com a utilização dos serviços gráficos do Senado Federal, na conformidade de regulamentação interna, arquivando-se os respectivos processos e restabelecendo-se os direitos por eles alcançados.

A lei mais recente, por sua abrangência e pelo grande número de condenados, sobretudo emissoras de rádio e televisão, gerou um amplo e polêmico debate na sociedade e na justiça, sobre a derrocada do processo de amadurecimento jurídico de cerca de 20 anos de legislação eleitoral, visando à regulação e compensação da participação efetiva na democracia brasileira.

Ela representa um corolário do vício do sistema, em seu aspecto paradoxal, pois os mesmos parlamentares que elaboraram as normas potencialmente capazes de promover uma igualdade, configuraram-se em seus principais violadores, tendo ainda suprimido as penas das poucas condenações decorrentes, encorajando o desrespeito e o abuso nas eleições futuras.

CONCLUSÕES DA PRIMEIRA PARTE

Em qualquer competição [eleição] em que uns correm a pé [sem microfone] e outros competem a cavalo [com microfone], independente do vencedor, o resultado é sempre a injustiça.

Larry Brockmans, 2004.

Um dos objetivos do trabalho foi discutir o *papel dos meios de comunicação de massa para a política eleitoral, no contexto teórico-prescritivo do conceito de democracia*. Alcançando este objetivo, concluímos que, nas democracias contemporâneas, a comunicação massiva eletrônica ocupa um lugar de destaque na política e o debate eleitoral privilegia o campo midiático, resultando que o acesso aos meios de comunicação tem um papel determinante para a natureza democrática de um regime.

Assim, fundamentados em pontos convergentes das teorias democráticas de Norberto Bobbio, Giovanni Sartori e Robert Dahl, partimos de uma concepção de democracia que pode ser entendida como: o regime político cujo funcionamento institucional promove condições efetivas de participação direta e/ou representada da quase totalidade de adultos no debate e na tomada de decisões por voto da maioria, bem como no encaminhamento e avaliação das ações de interesse da coletividade, segundo preceitos de liberdade e igualdade política.

Com base nas mesmas disposições teóricas, visualizamos a análise da democracia a partir de certas exigências/condições/critérios cujo atendimento denotam a natureza democrática do regime. Dentre estes critérios, destacam-se como um dos mais essenciais, a promoção da igualdade na participação efetiva, configurada como promoção de igualdade de condições/oportunidades/recursos para que cada um dos sujeitos possa participar do processo de tomada e encaminhamento de decisões da associação política.

Apreendemos que no rol destas condições, recursos e oportunidades de participação efetiva figuram uma educação para a cidadania, um aparato jurídico-institucional eficiente na garantia das liberdades e um sistema de comunicação para a difusão de informações e opiniões e para o debate de ideias e propostas, que acontecem antes, durante e após as tomadas de decisões.

Podemos considerar, então, que a comunicação é imprescindível para a participação efetiva e, conseqüentemente, para a natureza democrática de um

regime. Esta constatação teórica pode ser reforçada com as disposições de Jürgen Habermas, Bernard Manin, Giovanni Sartori e Venício Lima, que defendem que nas democracias contemporâneas, nas quais a mídia eletrônica ocupa uma posição central, a importância da comunicação de massa é ainda maior para os regimes de Esfera Pública Abstrata, Democracia de Público, Videopolítica, Mídiacêntricos ou de Arena Política Mídiatizada.

Associando esta constatação à tese da comunicação bloqueada de Claus Mueller, podemos inferir que em regimes democráticos, sobretudo os mídiatizados, a política e as instituições devem buscar uma igualdade de acesso à emissão/recepção dos meios de comunicação mais expressivos quanto ao debate político-eleitoral.

Deste modo, podemos concluir em relação ao primeiro objetivo do Trabalho que uma sociedade, cujas instituições políticas não buscam promover uma igualdade no acesso à mídia e no direito de cada parte manifestar suas ideias, propostas e argumentos nos debates que antecedem as decisões político-eleitorais, não pode ser considerada plenamente democrática. Na perspectiva teórico-prescritiva, a sistemática desigualdade no acesso à mídia como recurso político, mesmo que isoladamente, representa um vício que limita, parcializa e pode até comprometer o caráter democrático do regime.

A respeito do segundo objetivo, que pretendia analisar o desenvolvimento da participação efetiva na democracia brasileira, por meio da relação entre indicadores de acesso à mídia e de êxito nos processos eleitorais, confirmamos a hipótese levantada e concluímos que o número de candidatos ligados à mídia entre os eleitos é desproporcionalmente superior aos dos demais, configurando um efeito reverso do acesso desigual à mídia como meio de promoção da participação efetiva.

Esta conclusão se deu a partir dos dados obtidos com o estudo de caso sobre a região de Ribeirão Preto, cuja escolha como universo de análise comprovou uma hipótese subsidiária. O sucesso eleitoral de homens de mídia não se limita a pequenas localidades rurais, pobres e com pouco acesso à educação e informação, mas ocorre também em cidades como Ribeirão Preto, grandes, ricas, escolarizadas, ativas politicamente e com múltiplos e diversificados canais de informação.

Constatamos que Ribeirão Preto configura-se como uma Arena Política Mídiatizada, pois, num processo iniciado a partir dos anos cinquenta e acentuado na década de 1970, o município desenvolveu um eleitorado massificado, uma mídia eletrônica centralizada na cultura e política locais, e relações políticas interpessoais indiretas, personalistas e mediadas pelo rádio e televisão.

Identificamos que foi também em meados do século passado que a figura do homem de mídia surgiu como sujeito político na vida eleitoral ribeirãopretana, alcançando hegemonia nos anos oitenta. O final da década de 1970 e o início da de 1980, apesar dos reveses da Lei Falcão, foram marcados pelo avanço na hegemonia dos homens de mídia na política, o que confirmou nosso recorte temporal de investigação.

Analisando o caminho do estúdio para a tribuna, verificamos que o acesso a uma emissora de rádio ou televisão configura-se num referencial determinante nos resultados das eleições, pois os “com-microfone” são eleitos de duas a seis vezes mais do que os “sem-microfone”, dependendo do pleito (duas vezes mais que candidatos com maior inserção, como sindicalistas, sacerdotes, professores e delegados de polícia; e seis vezes mais que concorrentes com menor inserção socio-política, como comerciantes, operários, donas-de-casa etc.).

O acesso privilegiado à comunicação massiva eletrônica levou os homens de mídia a receber nas últimas eleições ribeirãopretanas (1974-2004), em média, 38% dos votos válidos para prefeito, 28% dos votos válidos para vereador, quando eles representam apenas 0,1% da população. Podemos concluir, portanto, que o acesso à mídia eletrônica é determinante para os resultados eleitorais.

Dimensionamos também que, o desequilíbrio não se verifica apenas nos resultados das eleições, mas ao longo do processo eleitoral, sobretudo, no período de um ano antes do pleito. O uso do estúdio para a exposição-promoção da imagem, estabelecimento de um carisma e veiculação de propaganda velada, bem como para manipular a pauta/agenda em favor da candidatura e em prejuízo dos concorrentes foram identificados como práticas de uso da mídia como recurso eleitoral, que reflete nos resultados e leva a uma cadeira na tribuna/gabinete.

Estas conclusões permitem constatar a validade da tese de comunicação bloqueada de Claus Mueller, pois o acesso desigual à comunicação de massa leva a um proporcional acesso desigual ao poder nas eleições em Ribeirão Preto.

O sucesso eleitoral do homem de mídia no caminho estúdio-tribuna poderia até ser relativizado frente a uma circunscrição na realidade ribeirãopretana ou a uma comparação com outros sujeitos políticos como sacerdotes, sindicalistas, professores e delegados. Contudo, o cotejamento dos dados obtidos no estudo do caso ribeirãopretano com o de outras amostragens estaduais e nacionais permite concluir que, nos últimos trinta anos a vantagem eleitoral do homem de mídia configurou-se como uma realidade nacional.

Os dados obtidos na pesquisa com o cruzamento dos resultados eleitorais dos últimos trinta anos, com as relações oficiais de proprietários, sócios e diretores de emissoras, bem como com as biografias oficiais de autoridades políticas, revelou que¹³⁸:

- 79 das 100 maiores cidades do país (79%) já tiveram homens de mídia como prefeito ou vice-prefeito;
- 37 dos 50 maiores municípios paulistas (74%) já elegeram como prefeito ou vice um homem de mídia;
- 3 das 5 pessoas (60%) que ocuparam o cargo de Presidente ou Vice-Presidente da República de 1986 a 2002, eram controladores de emissoras de rádio e/ou televisão;
- 1 em cada 2 senadores (metade) eram participantes de concessionárias de radiodifusão.

Estes números denotam que, assim com em Ribeirão Preto, num número considerável de diferentes localidades brasileiras, o controle/ acesso a uma emissora é uma das mais importantes peças no jogo eleitoral, sobretudo de eleições regionais.

A mesma amostragem de dados verifica-se na Câmara dos Deputados, onde, na Legislatura 1998-2002, 27,48%¹³⁹ dos deputados eram homens de mídia, subindo o índice para 43% quando se considera as concessões em nome de parentes ou igrejas. Assim, podemos, certamente, concluir que, assim como em Ribeirão Preto, no Brasil como um todo quem tem acesso a uma emissora se elege mais do que quem não tem.

Em relação à interpretação do acesso à mídia como fonte de capital eleitoral, admitimos que ela é parcialmente procedente, pois o controle de uma emissora é um recurso eleitoral relevante, potencialmente capaz de gerar votos através da promoção da imagem, do contato com o eleitor e da propaganda velada. A situação do homem de mídia, porém, é muito diferente, pois o sucesso eleitoral

138 Dentre os ocupantes do executivo federal destacam-se José Sarney, Fernando Collor e Marco Maciel. Dentre os governadores e vices, figuras como as de Orestes Quércia - SP, Antony e Rosinha Garotinho - RJ, Tasso Jereussati - CE, Roseana Sarney- MA, Garibaldi Alves - RN, Albano Franco - SE, Jader Barbalho - PA.

139 Este número considera apenas deputados que figuram ou já figuraram como sócios, dirigentes e ou funcionários de emissoras de rádio e televisão e foi obtido a partir do cruzamento dos nomes dos congressistas com a lista de controladores da Anatel.

de figuras como sacerdotes, sindicalistas, professores e delegados de polícia, por exemplo, nem somado se compara ao dos locutores.

Por outro lado, o controle de uma emissora se diferencia em muito de outros recursos geradores de capital eleitoral, porque ele é o único que se origina de um monopólio estatal, cuja extensão a terceiros é feita pelo Presidente da República a membros das elites políticas afinados com seus interesses, muitas vezes, fisiológico-eleitorais.

Neste sentido, há uma conexão com nosso terceiro objetivo, que visou caracterizar o acesso aos meios de comunicação no Brasil decorrente das políticas estatais de concessões de emissoras. Neste caso, também se comprovou a hipótese cogitada, pois o sistema estatal de concessões de emissoras no Brasil envolve um processo cujas distorções levam à concentração do acesso à radiodifusão nas mãos de uma minoria ligada aos agentes políticos no poder.

A análise do caminho da tribuna para o estúdio revelou que, apenas recentemente e de maneira parcial, a concessão de emissoras pelo Estado deixou de ser competência exclusiva do Presidente da República e passou a exigir um processo público de licitação. Até 1988, as emissoras eram distribuídas pelo Presidente e usadas como moeda política para recompensar aliados ou para comprar o apoio de homens de tribuna, em questões de interesse do Governo.

Do total de cerca de 3.800 concessões de radiodifusão vigentes no ano de 2002 – incluídas as educativas e as comunitárias autorizadas –, 23%¹⁴⁰ estavam diretamente relacionadas a pessoas que ocuparam mandato político nos últimos vinte anos, número que chega aos 40% quando consideramos as emissoras em nome de prepostos e as arrendadas, inclusive as relacionadas a agremiações religiosas.

Concluímos, assim, que o caminho para o estúdio, obtenção de uma emissora, passa obrigatoriamente pela tribuna/gabinete, pois é muito difícil para um cidadão comum receber uma concessão sem ser um parlamentar alinhado com o Presidente no governo ou apadrinhado de algum.

Como constatamos que a distribuição de emissoras para um pequeno grupo político atentava contra as condições de participação efetiva, numa outra vertente de reflexões, procuramos dimensionar a eficiência de medidas de promoção da

140 Levantamento feito na pesquisa através do cruzamento da propriedade de emissoras do SCR - Sistema de Controle da Radiodifusão da Anatel com a lista de parlamentares construída a partir das biografias dos anais da Câmara dos Deputados.

igualdade que pudessem diminuir os desequilíbrios resultantes. Esta reflexão nos levou à conclusão de que as medidas restritivas, regulatórias ou compensatórias se mostraram incipientes, insuficientes e incapazes de anular as vantagens proporcionadas pelo acesso ao estúdio.

Os poucos dispositivos legais que proibiam a propriedade – parlamentar e casada de emissoras –, foram burlados por subterfúgios como a utilização de contratos de parceira/arrendamento e de prepostos como dirigentes de empresas de comunicação. Como resultado, um olhar mais apurado e sistemático sobre o efetivo controle dos canais, revela que eles estão direta ou indiretamente atrelados a uma mesma família, grupo ou pessoa, sobretudo autoridades políticas.

Os poucos minutos de 60 dias de Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita no rádio e na televisão são outro exemplo de insuficiência de medidas para promoção de igualdade. Para os “sem-microfone” os flashes do HGPE não são suficientes para compensar cerca de três anos de horas diárias de campanha velada em programas ou emissoras dos concorrentes “com-microfone”.

O aparato da legislação e da justiça eleitoral que devia punir os abusos no uso eleitoral da mídia é desconsiderado em leis de anistias feitas pelos próprios parlamentares. E mesmo os aperfeiçoamentos na sistemática de concessões, como os introduzidos pela Constituição de 1988 e pela LGT em 1997, não acabaram com as outorgas sem licitação e a distribuição fisiológico-eleitoral de retransmissoras, repetidoras, educativas e comunitárias “legalizadas”.

Este ponto nos permite afirmar que, nos últimos trinta anos, o regime brasileiro não tem promovido a igualdade no direito de acesso à mídia para que cada parte apresente suas propostas e argumentos no debate eleitoral, revelando-se pouco democrático, ao menos neste aspecto.

Permite-nos também, confirmar nossa tese de que, na história recente do país, as distorções na promoção do acesso à mídia e seus efeitos perversos, sobretudo eleitorais, constituem um vício no regime democrático brasileiro, que podemos chamar de coronelismo eletrônico.

Concluimos que as práticas políticas que analisamos se configuram como uma forma de coronelismo pelo fato delas envolverem um recurso determinante nas relações de poder. Esta conclusão fundamenta-se numa concepção de coronelismo como sistema de relações sociopolíticas, no qual um recurso relevante (propriedade da terra no final do século XIX e início do XX, e controle de emissoras, a partir dos anos setenta), proporcionado ou potencializado pela ação do

Estado para com elites locais, determina o acesso ao e o exercício do poder político institucionalizado.

Como já apontado, personalismo, clientelismo, patrimonialismo e apadrinhamento são práticas que, ressignificadas (do contexto de coronelismo, enxada e voto), continuam presentes na era da comunicação eletrônica (num contexto de coronelismo, radiodifusão e voto).

Concluimos também que as práticas analisadas se configuram como um vício, porque são históricas, sistemáticas e não têm involuído, além de determinar em grande parte o resultado da disputa, comprometendo o processo, num círculo no qual:

A - um homem de tribuna ou seu associado, utiliza a influência do mandato para receber do governo o privilégio oligopolista de controlar uma emissora de rádio ou televisão;

B - o homem de tribuna e/ou seu associado, que recebeu o controle de uma emissora, se torna homem de mídia e utiliza suas emissoras como diferencial eleitoral para se reeleger, eleger-se para um posto superior ou eleger correligionários, complementando o círculo;

C - o homem de mídia/tribuna e/ou seu associado utilizam a influência do posto político que alcançaram para conseguir do governo novas emissoras para aumentar seu poder eleitoral ou de seus correligionários, recomeçando/continuando o círculo;

D - As medidas adotadas não são eficientes para alterar substancialmente a situação, perpetuando o círculo vicioso.

Podemos concluir ainda que é urgente a adoção de medidas para o rompimento deste círculo vicioso e avanços na promoção da participação efetiva e da democracia brasileira.

Como considerações finais, não conclusivas mas pautadas nas perspectivas das reflexões e dados desta obra, podemos apontar como pontos mais comprometedores da relação entre acesso à mídia e eleições a continuidade de:

- a concentração do controle da radiodifusão nas mãos de pequenos grupos em detrimento da exclusão da maioria dos segmentos da sociedade;
- o fisiologismo e a falta de transparência nos processos de concessão de emissoras;
- a fragilidade dos mecanismos de controle e compensação do uso eleitoral da mídia.

Assim, o caminho que delineamos para a superação destas questões, envolve:

- uma *Reforma Midiática*¹⁴¹, que, através de mecanismos legislativos e tributários (e que possibilitem a participação da sociedade civil nas instâncias que deliberam sobre concessões), revertam a concentração do controle da radiodifusão, pluralizem (por meio de redistribuição e critérios republicanos para novas outorgas) o acesso ao rádio, à televisão e a outros canais de comunicação massiva, num rearranjo de mercado;
- a ampliação dos mecanismos de *Accountability*¹⁴², como oportunidades dos representantes prestarem contas aos representados de suas ações e dos eleitores obter informações, fiscalizar e, de alguma forma, monitorar as políticas de acesso aos meios eletrônicos de comunicação massiva;
- a promoção de *Enforcement*¹⁴³, como mecanismos eficientes (inclusive organismos com uma participação autônoma da sociedade civil) para se fazer cumprir as políticas e as leis elaboradas.

O início do debate a respeito destas medidas requer a iniciativa dos legisladores, da imprensa/mídia e/ou da sociedade civil organizada. Admitindo-se que os dois primeiros sujeitos estão desmotivados por um conflito de interesses (são solidariamente beneficiários dos vícios da atual situação), faz-se necessária a mobilização da sociedade civil.

Neste sentido, acreditamos ter contribuído, de alguma forma, para o início deste processo, diagnosticando e dimensionando o problema como um círculo vicioso.

141 A expressão Reforma Midiática é aqui empregado em analogia à Reforma Agrária, no sentido de remeter a um rearranjo na propriedade/acesso às emissoras de rádio e televisão, prejudicialmente, concentradas nas mãos de poucos.

142 O termo *accountability* pode ser associado à ideia de prestação de contas políticas e a existência de condições, recursos e oportunidades para o representante dirigir-se ao seu representado sobre o uso do poder que lhe foi delegado e, concomitantemente, do representado ter acesso a informações sobre a atuação do representante.

143 O termo *enforcement*, que ainda não comporta uma tradução precisa do conceito americano, pode ser resumido em “capacidade de fazer cumprir plenamente a lei ou implementar efetivamente uma política”, imposição da lei. O *enforcement* é visualizado como um importante anulador dos **gargalos estruturais que proporcionam as fraquezas nas regras de um sistema**, por meio de uma precisão legislativa e de um aparato coercitivo que monitoram o cumprimento do que foi estabelecido e pune sem margem de negociação os desvios.

SEGUNDA PARTE



A comunicação é a força que dinamiza a vida das pessoas e das sociedades: a comunicação excita, ensina, vende, distrai entusiasma, dá status, constrói mitos, destrói reputação, orienta, desorienta, faz rir, faz chorar, inspira, narcotiza, seduz solidão...

Juan Diaz Bordenave

TV LEGISLATIVA: TV CÂMARA DE RIBEIRÃO PRETO E ACCOUNTABILITY

*Tão importante quanto votar é acompanhar o que os
eleitos fazem depois da eleição!*

Esta parte aborda a relação entre mídia e democracia na recente história política brasileira. Visa analisar a criação, desenvolvimento e o papel das TV's Legislativas na promoção da democracia, por meio de *accountability* vertical nas casas parlamentares.

A relação Estado-mídia-sociedade, objeto tradicional e constantemente reatualizado nas Ciências Humanas, apresenta-se em diferentes configurações: de agências de imprensa governamentais voltadas para a provedoria de informações; de canais de televisão e rádio públicos, direta ou indiretamente financiados/controlados por administrações estatais; de canais diretamente operados por governos; e, mais recentemente, de emissoras voltadas para a veiculação das atividades dos parlamentos.

Estas últimas são conhecidas como canais do Parlamento ou TV's Legislativas e surgiram nos EUA no final dos anos setenta. No Brasil, a iniciativa de manutenção de canais de comunicação do Poder Legislativo com a população, relacionados a ações regulares e exclusivas do Legislativo na televisão e com transmissão ao vivo, foi efetivada há pouco mais de dez anos.

As TV's legislativas fazem parte do universo temático das relações entre mídia e política e constituem-se numa importante reflexão para a compreensão do jogo político contemporâneo. A partir do final do século XX, a necessidade de transparência, divulgação e acompanhamento das ações dos representantes políticos se desenvolveu tanto quanto as tecnologias de telecomunicação.

No Brasil, o surgimento de novas perspectivas políticas na transição democrática foi pautado, em parte, pelo desenvolvimento das TV's Legislativas. A partir de 1995, a possibilidade de acompanhamento de questões políticas de grande interesse social não se limitou mais à cobertura dos telejornais da imprensa comercial. Para uma parte dos brasileiros, foi possível, por meio da TV Câmara e da TV Senado, acompanhar a atuação de seus representantes diante de escândalos de corrupção, como o dos Precatórios, da Violação do Painel do Senado e da SUDAM, ou mesmo de votação de matérias como a da Reeleição e da Reforma

Previdenciária. No âmbito das Câmaras Municipais, como a de Ribeirão Preto, questões como criação das taxas do lixo e de iluminação, aumento do IPTU e CPI's de corrupção, também puderam ser acompanhadas, cotidianamente e ao vivo, pelas TVL's locais.

Esse contexto criou novas perspectivas políticas, pautadas pela possibilidade de um acompanhamento dos representantes por parte dos representados, que não fosse o restrito ao momento da reeleição. Aos poucos, os eleitores estão voltando os seus olhos para as decisões, postura e atos de seus parlamentares e, por outro lado, deputados, senadores e vereadores, ao subirem na tribuna, não se dirigem mais apenas ao plenário, mas também e, sobretudo, aos eleitores e telespectadores que os estão assistindo de casa.

Da mesma forma, várias TV's Legislativas, que veiculavam sua programação apenas por TV por assinatura, atualmente, alcançam uma grande parte dos municípios do país, transmitindo também em sinal aberto de UHF e SHF. No mesmo sentido, recentes discussões do Congresso e da Presidência da República apontam para uma ampliação do acesso às TVL's, na medida em que propõem a difusão da TV Senado em sinal aberto de VHF para todo o território nacional e a criação de uma TV estatal para o Executivo e Legislativo, com programação difundida internacionalmente, por satélite.

O conjunto destes aspectos revela que as TV's Legislativas estão na pauta da política brasileira nos últimos e nos próximos anos, apresentando, assim, uma demanda crescente nos estudos sobre história, política e mídia, por se tratar de um tema importante, atual e pouco estudado. A relevância da investigação, portanto, se fundamenta na atualidade, no impacto político das mudanças que ocasiona e ainda na projeção de ampliação que se delinea para os próximos anos. Em resumo, podemos justificar a abordagem como oportuna na medida em que é atual, emergente, inserida num campo de produção pioneiro e relevante, política e socialmente, tanto para o meio acadêmico, quanto para a sociedade.

Apesar de sua relevância, especificamente, o tema das tevês legislativas ainda é pouco abordado na literatura acadêmica. Num levantamento bibliográfico preliminar, verificamos que a relação mídia e política têm sido temática recorrente de estudos políticos, sociológicos e históricos, tanto no Brasil como na Europa e nos EUA. As abordagens se apresentam variadas, envolvendo estudos sobre marketing, propaganda eleitoral, opinião pública, enquetes, cobertura pela mídia de escândalos de corrupção, a relação entre imprensa e governo, entre outras.

No Brasil, o assunto foi objeto de abordagens de historiadores, que o visualizaram na ditadura e na transição democrática, e de comunicólogos e cientistas políticos, que elaboraram, principalmente, trabalhos acerca da inserção da mídia nas últimas eleições presidenciais. Em “Agenda temática da pesquisa em comunicação política”, Heloiza Matos, faz um balanço do estado da arte nesse campo de investigação e caracteriza a produção do final da década de 1970 à metade dos anos 1990 que, apesar de centrada em estudos eleitorais, vem também ganhando espaço em

novas abordagens teóricas e metodológicas, relacionadas aos poderes da mídia na sociedade mediática, às novas sociabilidades dela decorrentes e ao impacto das novas tecnologias da comunicação, temas agora basicamente comprometidos com a realidade brasileira, mas acompanhando as tendências internacionais dos estudos de comunicação política (MATOS, 1994, p.27-8).

Em relação à proposta desse estudo, especificamente, a produção ainda é escassa e recente, limitando-se a dissertações e artigos, produzidos nos últimos cinco anos, e a algumas pesquisas em andamento na área de comunicação social, jornalismo e relações públicas.

Neste sentido, a obra de Letícia Renault (2004) abordou o contato entre eleitores e parlamentares na Assembleia Legislativa de Minas Gerais e no Senado Federal, por meio das chamadas para o telefone gratuito de atendimento ao cidadão de tais casas legislativas, relacionados às TVLs no ano de 1997. Nossa tese diferencia-se desse trabalho anterior, entre outros aspectos, pela abordagem histórico-sociológica, pela periodização mais ampla, pelo enfoque também da esfera municipal e pela perspectiva de uma reflexão teórica sobre a relação entre as TVLs e a promoção da democracia.

Por outro lado, a reflexão sobre a relação mídia-governo-*accountability* também se configura como latente, escassa e recente. Neste sentido, o trabalho de Luiz Akutsu (2002), numa abordagem semelhante a que empreendemos, discutiu o potencial de *accountability* dos meios de comunicação para a democracia, especificamente, o da eficiência dos portais de internet mantidos pelo governo.

A partir destes apontamentos de um levantamento básico, podemos considerar, portanto, que o objeto praticamente ainda não foi estudado no Brasil e que a tese, aqui proposta, apresenta-se como um trabalho pioneiro, tanto nas áreas de História e Sociologia, como no seu aspecto temático específico, propício

a resultar em importantes contribuições para um campo de produção científica e bibliográfica em ascensão.

O contexto e os interesses de criação e a trajetória de funcionamento e gestão das TVL's, em uma abordagem do caso de Ribeirão Preto, são o tema desta investigação, que também reflete sobre o seu papel (real, potencial e os limites) para a promoção da democracia no Brasil.

Na configuração de nosso objeto de investigação, partimos de uma delimitação inicial na qual as TVL's foram entendidas como sendo aquelas que atendem cumulativamente aos seguintes aspectos: a) operem em um dos canais de utilização pública criados pela lei da cabodifusão; b) operem simultaneamente em um canal de sinal aberto (que não exija assinatura), VHF, UHF e/ou SHF; c) e cuja programação seja de responsabilidade de uma casa parlamentar.

A dimensão espacial da pesquisa ancora-se na região de Ribeirão Preto, pelo fato de ter sido uma das primeiras do interior do país a operar o serviço comercial de TV por assinatura e a criar uma TV para o seu Legislativo Municipal.

Em relação às balizas temporais da investigação, estabelecemos 1995 e 2007 como marcos iniciais e finais. O ano de 1995 é significativo, porque, nele, ocorreu a aprovação da Lei da TV a Cabo, que regulamentou os canais legislativos, e a criação da TV Senado. O ano de 2007 marca a complementação de dez anos de existência da TV Câmara de Ribeirão Preto e a criação de uma nova categoria de televisão, as Redes de Televisão Institucionais – RTVI's.

Outro aspecto da delimitação temática diz respeito ao papel das TV's Legislativas, definido como “facilitar ao cidadão exercer seu direito de acompanhamento à fiscalização, sem restrições, das atividades desenvolvidas pelos parlamentares que ele elegeu” (BRASIL, Senado, 2001). Assim, podemos configurar nosso objeto de pesquisa como sendo a análise da atuação da TV Câmara de Ribeirão Preto, enquanto meio de promoção de *accountability* vertical e seu papel para a democracia, entre 1998 e 2007.

A problemática geral que trabalhamos aproxima-se da questão: na relação entre mídia e política, em que medida as TV's Legislativas têm um papel relevante na promoção da democracia brasileira? Muito mais do que uma reflexão, esse estudo buscou propiciar subsídios para um debate sobre a questão e defender a tese de que: apesar de algumas limitações quanto ao acesso e de alguns desvios quanto ao uso, as TV's Legislativas contribuem para a promoção da democracia no Brasil, ao representarem uma oportunidade de ampliação das relações de

accountability, do momento das eleições periódicas para o dia a dia da política mostrado pela televisão.

Assim, os objetivos da investigação foram:

- refletir sobre a atuação das TVLs como meio de *accountability* vertical, destacando suas potencialidades e limites para a promoção da democracia;
- percorrer a historicidade do processo de criação e de funcionamento das TV's Legislativas no Brasil;
- dimensionar o papel da TV Câmara de Ribeirão Preto como recurso de *accountability*, entre representantes e representados;

A busca por tais objetivos se balizou pelas seguintes hipóteses de pesquisa:

- As TV's Legislativas se constituem num importante canal de promoção da *accountability*, na medida em que criam condições para prestação de contas das ações dos parlamentares e de sua relação com o Executivo para a imprensa, as entidades da sociedade civil e mesmo para o cidadão em seu ambiente doméstico.
- A trajetória de criação e desenvolvimento das TV's Legislativas é marcada por um paradoxo de interesses entre a propaganda política e a *accountability*, numa interação que ainda está sendo amadurecida por representantes e representados, enquanto principais agentes envolvidos.

A busca pela resolução desta problematização exigiu uma elaboração metodológica ancorada: a) em uma discussão teórico-bibliográfica acerca da relação ente democracia, mídia e *accountability*; b) em uma pesquisa documental com fontes escritas (jornais, revistas, legislação e documentos públicos) e audiovisuais (observação e gravações da programação das TVLs); c) um estudo de caso sobre a Câmara de Ribeirão Preto com um painel de questionários, entrevistas e observação junto a vereadores e eleitores/espectadores.

A discussão teórico-bibliográfica se pautou pela centralidade da relação entre os conceitos de democracia, mídia e *accountability*. Pensar o termo *accountability* implica em adentrar num universo teórico-conceitual amplo, pouco delimitado e marcado por controvérsias, diversidades e subcategorizações, cuja análise mais detida não se constitui em objetivo de nossa abordagem. Neste sentido, qualquer estudo que se proponha a refletir sobre *accountability* se depara com a necessidade de uma delimitação, ou melhor dizendo, uma adaptação das concepções básicas à abordagem desejada.

Como ponto de partida, podemos considerar como *accountability*, a ideia associada a interações entre representantes e representados na democracia representativa, nas quais os representados se informam, acompanham e fiscalizam as ações de seus representantes e os representantes informam, divulgam e prestam contas de suas ações aos seus representados.

Como a delegação do poder de representação político-eleitoral implica também a delegação do poder de gerir recursos, inclusive e sobretudo financeiros, o conceito de *accountability* teve o seu berço nos ofícios de administrador e contador, como uma categoria do campo profissional da contabilidade. Em suas concepções mais elementares, a delegação por um cliente ao seu contador/administrador de poder para, em maior ou menor grau, gerir/controlar suas contas, gera um direito ao cliente de acompanhar, informar-se e fiscalizar a ação do profissional e, ao mesmo tempo, uma obrigação do contratado de informar, divulgar e prestar contas de suas ações a quem o contratou. Surgiu assim na Contabilidade, a atividade, não apenas de registrar, controlar e gerir bem os recursos alheios, mas também de prestar contas desta atividade ao titular destes recursos.

Com o desenvolvimento do Estado moderno, a prestação de contas ampliou-se do universo privado de cliente-contador para a esfera pública de governante-governado. A atividade passou a ser aplicada também nas relações de tesoureiros, guarda-livros e ministros de finanças com a autoridade que havia subdelegado o poder para administrar os recursos públicos de uma coletividade (repartição, vila, cidade ou país). Nesta nova dimensão, a atividade, além do aspecto técnico, formal e legal, adquiriu um cunho político-administrativo, ou seja, a prestação de contas implicava demonstrar que os recursos foram geridos, além de com lisura, honestidade e eficiência, também no interesse da coletividade. O conceito tornou-se então, menos contábil-financeiro e mais político-administrativo, abrangendo a coisa pública em sentido mais amplo.

Nas repúblicas contemporâneas, a ideia de que o poder dos governantes é delegado pelos governados reforçou a obrigação de prestar contas políticas como um elemento inerente à própria democracia. Assim como o contador prestava contas ao seu cliente e o tesoureiro ao rei, podendo permanecer no cargo se aprovado ou caso contrário ser substituído, na democracia contemporânea, após prestar contas aos governados (direta e/ou indiretamente), um governante pode ser aprovado ou reprovado nas eleições.

Mesmo sendo a eleição o principal momento de *accountability*, quando o representante presta contas ao representado e este o aprova ou reprova por meio do voto, ao longo do século XX, outras esferas de *accountability* se desenvolveram (O'DONNELL, 1998, p. 28-9). O momento eleitoral como ápice de balanço e prestação de contas foi ampliado para o cotidiano da política, com a necessidade de divulgação de ideias, informações e projetos em um número crescente de ocasiões consideradas importantes na relação de representação.

Apesar da ampliação da *accountability*, como prática e como categoria de análise política, enquanto objeto teórico-conceitual, ela ainda permanece bruta, pouco precisa e atrelada à sua origem anglo-saxônica de atividade contábil. Um dos indicadores desta latência por melhor precisão conceitual é o fato de que ele ainda não tenha tradução assentada em nenhum outro idioma, que não o Inglês de sua origem. Além da ausência de correspondente léxico, há também um imenso gradiente de acepções semânticas, pois o termo é associado a uma grande variedade de práticas sociais e políticas, conforme o contexto em que é empregado.

No que se refere a concepções mais gerais, destacam-se as disposições das obras de autores como Guilherme O'Donnell e Andréas Schedler. Schedler visualiza o conceito em três dimensões básicas, que podem ou não estar juntas para que exista *accountability*: informação, justificação e punição (SCHEDLER, 1999, p. 18). A dimensão da informação (*answerability*) diz respeito à obrigação dos oficiais públicos de informarem sobre seus atos. A justificação (*accounting*) refere-se ao dever dos agentes públicos de explicar, justificar e prestar contas de seus atos e decisões. E a punição (*enforcement*) relaciona-se com a capacidade do público responsabilizar (punir e/ou premiar) seus agentes por suas ações e decisões.

O'Donnell (1998, p. 28) destacou que:

Por meio de eleições razoavelmente livres e justas, os cidadãos podem punir ou premiar um mandatário votando a seu favor ou contra ele, ou os candidatos que apoie na eleição seguinte. Também por definição, as liberdades de opinião e de associação, assim como o acesso a variadas fontes de informação permitem articular reivindicações e mesmo denúncias de atos de autoridades públicas. Isto é possível, graças à existência de uma mídia razoavelmente livre, também exigida pela definição de poliarquia. Eleições, reivindicações sociais que possam ser normalmente proferidas sem que se corra o risco de coerção, **e cobertura regular pela mídia ao menos das mais visíveis dessas reivindicações e de atos supostamente ilícitos de**

autoridades públicas são dimensões do que chamo de “*accountability vertical*” [grifo nosso].

Da mesma forma, Fleury (2001, p. 20-1) associou *accountability* a mecanismos que envolvam:

- la transparencia administrativa: establecimiento de controles externos, anclados en la sociedad;
- modernización tecnológica: una administración nueva, ágil, flexible, descentralizada, participativa, solo puede operar en un cierto nivel de complejidad, con un nuevo sistema tecnológico;
- **visibilidad de las acciones, mecanismos de exposición y redención de cuentas;**
- control público sobre los gobernantes. [grifo nosso].

Um avanço nestas discussões conceituais revela uma distinção entre *accountability* horizontal e vertical, estabelecida por O'Donnell, presente na maioria das elaborações conceituais pós anos noventa, como aponta Dália (2007).

O'Donnell desenvolve o tema acrescentando ao conceito de *accountability* duas definições: horizontal e vertical. *Accountability* horizontal pode ser definida como sendo “a existência de agências estatais que estão legalmente capacitadas e autorizadas, e realmente dispostas e aptas, a tomar ações que ultrapassem da vigilância rotineira a sanção criminal ou impedimento em relação às ações ou omissões por outros agentes ou agências do estado que podem ser qualificadas como ilegais... pois este tipo de *accountability* para ser efetivo precisa ter agências que são autorizadas e dispostas a vigiar, controlar, corrigir e/ou punir ações ilegais de outras agências estatais” [...]. Em suma, seriam agências estatais funcionando rotineiramente com poderes de supervisão, punindo ações ou omissões do Estado, consideradas ilegais.

O'Donnell usa o conceito de *accountability* vertical para referir-se à vigilância e sanções que eleitores, imprensa, ONG's, e outras organizações da sociedade civil exercem sobre funcionários públicos. Implica a existência de um agente de controle externo, principalmente o eleitorado. É o meio disponível para que cidadãos comuns possam atuar na fiscalização da atividade pública dos seus representantes. Embora as eleições sejam a principal fase da *accountability* vertical (relacionamento principal – agente) este conceito abrange ações da sociedade civil e imprensa para fiscalização e exposição dos atos das autoridades públicas.

Numa tentativa de elaboração mais abrangente do conceito, Nagakawa (1993, p.17) destacou:

Sempre que alguém (principal) delega parte de seu poder ou direito a outrem (agente), este assume a responsabilidade, em nome daquele, de agir de maneira correta com relação ao objeto de delegação e, periodicamente, até o final do mandato, prestar contas de seus desempenhos e resultados. A dupla responsabilidade, ou seja, de agir de maneira correta e prestar contas de desempenho e resultados, dá-se o nome de *accountability*.

Em recente tese em Ciência Política, Ana Carolina Mota (2007, p.35-6) estabeleceu uma ampla reflexão sobre o conceito de *accountability*, frisando as dificuldades envolvidas em uma conceituação que alcance um equilíbrio entre aspectos gerais e específicos:

A maior parte dos autores, ao empreenderem suas análises, já o fazem examinando determinados meios institucionais, questionando se consistem ou não em *accountability*.

Os autores que abordam o tema na perspectiva da Ciência Política ainda não entraram em consenso sobre qual definição utilizar em suas análises. Tal indefinição deixa o debate obscuro quando o debate é introduzido em discussões na seara política. Muitos autores já se referiram ao problema, mas nenhum ofereceu um conceito amplamente aceito. [...] Se, por um lado, há autores que adotam uma definição que não possuem elementos fundamentais permanentes, há outros que restringem a sua amplitude em benefício de sua instrumentalidade.

Neste sentido, numa elaboração mais abrangente e ao mesmo tempo delimitada para a abordagem desta obra, identificamos, apesar de algumas nuances, alguns aspectos em comum nas considerações da maioria dos autores aqui citados:

- *accountability* política pode ser entendida como a responsabilidade/ obrigação dos representantes políticos prestarem contas de seus atos aos seus representados;
- *accountability* é um elemento essencial para a legitimidade dos regimes democráticos;
- a principal forma de *accountability* é a eleição;

- a eleição não é suficiente como mecanismo de *accountability* nas democracias modernas, sendo necessários outros contextos de prestação de contas.

A partir destas colocações, destacamos que a concepção de *accountability* adotada neste trabalho associa-se às interações políticas da democracia representativa, decorrentes (de forma inerente, complementar e simultânea), por um lado, da obrigação dos agentes públicos com poder delegado eleitoralmente de prestar contas políticas (informar, deixar-se fiscalizar e explicar), direta ou indiretamente, aos seus representados, sobre suas ações no desempenho do mandato; e, por outro lado, do direito dos representados/eleitores de se informar, ser informado, fiscalizar e pedir explicações, direta e/ou indiretamente, aos seus representantes, objetivando subsidiar tanto a interação entre as partes ao longo do mandato como um balanço sobre a continuidade da delegação de poderes para a representação político-eleitoral.

A partir deste balizamento do conceito de *accountability*, a construção da relação mídia, democracia e *accountability* remete a alguns apontamentos sobre democracia. A democracia moderna costuma ser definida pelos teóricos, não pelo que ela efetivamente é na prática política de um contexto estatal (efetividade de uma definição descritiva), nem tampouco apenas pela abstração do que ela deveria ser (idealidade de uma definição prescritiva), mas pela aproximação que os aspectos políticos de uma república guardam com um certo conjunto de exigências, cuja presença, em maior ou menor grau, caracterizariam um regime como democrático:

[...] pode concluir-se que por democracia se foi entendendo um método ou um conjunto de regras de procedimento para a constituição de Governo e para a formação das decisões políticas (ou seja das decisões que abrangem a toda a comunidade) mais do que uma determinada ideologia. (BOBBIO, 1998, p. 326).

Neste mesmo sentido, Bobbio destaca ainda que na teoria política contemporânea, as definições de democracia tendem a resolver-se e a esgotar-se num elenco mais ou menos amplo de regras de jogo, ou, como também se diz, de “procedimentos universais”, entre estes:

- 1) o órgão político máximo, a quem é assinalada a função legislativa, deve ser composto de membros direta ou indiretamente eleitos pelo povo, em eleições de primeiro ou segundo grau; 2) junto do supremo órgão

legislativo deverá haver outras instituições com dirigentes eleitos, como os órgãos da administração local ou o chefe de Estado (tal como acontece nas repúblicas); 3) todos os cidadãos que tenham atingido a maioria, sem distinção de raça, de religião, de senso e possivelmente de sexo, devem ser eleitores; 4) todos os eleitores devem ter voto igual; 5) todos os eleitores devem ser livres em votar segundo a própria opinião formada o mais livremente possível, isto é, numa disputa livre de partidos políticos que lutam pela formação de uma representação nacional; 6) devem ser livres também no sentido em que devem ser postos em condição de ter reais alternativas (o que exclui como democrática qualquer eleição de lista única ou bloqueada); 7) tanto para as eleições dos representantes como para as decisões do órgão político supremo vale o princípio da maioria numérica, se bem que podem ser estabelecidas, várias formas de maioria segundo critérios de oportunidade não definidos de uma vez para sempre; 8) nenhuma decisão tomada por maioria deve limitar os direitos da minoria, de um modo especial o direito de tornar-se maioria, em paridade de condições; 9) o órgão do Governo deve gozar de confiança do Parlamento ou do chefe do poder executivo, por sua vez, eleito pelo povo. (BOBBIO, 1998, p. 326-7).

Para Dahl (1992, p. 18), outro teórico da democracia, estas regras remeteriam à existência de condições que permitem e garantem “a livre expressão do voto, a prevalência das decisões mais votadas e o controle das decisões por parte dos eleitores”. Este mesmo autor aponta que uma democracia é um regime que desenvolve oportunidades para:

1. Participação efetiva
2. Igualdade de voto
3. Aquisição de entendimento esclarecido
4. Exercício do controle definitivo de planejamento
5. Inclusão de adultos. (DAHL, 2001, p. 50).

E que não prescinde das seguintes instituições:

1. Funcionários eleitos
2. Eleições livres, freqüentes e justas
3. Liberdade de expressão
4. Fontes de informação diversificadas
5. Autonomia para as associações
6. Cidadania inclusiva. (DAHL, 2001, p. 50).

A partir destas disposições de Bobbio e Dahl, podemos sintetizar este conjunto de regras, normas e/ou exigências em condições sociais, leis, instituições, cultura política e procedimentos que desenvolvam:

1. Consolidação das normas: um conjunto fundamental de normas consolidadas sobre o “jogo político” e seu funcionamento quanto a quem goza de direitos políticos; liberdade de associação, expressão e informação; debate político-eleitoral; sistema de partidos e eleições; representação e mandato político; relação entre as esferas de poder; sistemática de tomadas de votações pela regra de maioria; sistemática de execução das ações decididas; interação entre representantes e representados; etc.
2. Formação do cidadão: um sistema social no qual instituições como família, escola e mídia, por exemplo, capacitem o cidadão para a vida política, quanto ao entendimento das regras; apreensão de informações; exercício das liberdades; participação em debates; formação de opiniões e ideias; manifestação de propostas e posicionamentos; relação de representação.
3. Garantia de liberdades: uma cultura política que se pautem pelo respeito e estímulo à liberdade de opinião, expressão, manifestação, associação, informação e voto.
4. Circulação de informações: uma interação entre normas, cultura política, instituições e estrutura de recursos que desenvolva continuamente a circulação de informações e opiniões, quanto ao acesso, divulgação e entendimento livres, independentes, diversificados, plurais e razoavelmente igualitários.
5. Debate justo: uma interação entre normas, cultura política, instituições e estrutura de recursos que permita a ocorrência de um debate justo para a formação de maioria nas decisões (eleitorais e/ou de propostas), pautado pela sua publicidade e por uma razoável igualdade de condições entre seus participantes.
6. Eficiência nas votações/eleições: um sistema de eleições que envolva, no mínimo, maior universalização possível, equidade no valor do voto, precisão no escrutínio, publicidade do resultado, não desvirtuamento da maioria, e voto secreto para o eleitor representado e público para o representante.

7. Relação de representação: sistemática que estabeleça a relação entre representante/eleito e representado/eleitor (e de certa forma, também com o partido político), no que se refere à duração do mandato, seus limites, condições de perda/revogação e o vínculo entre o que foi proposto/prometido e o que é encaminhado.
8. Controle do planejamento: condições que permitam aos representados acompanhar (se informar, fiscalizar e analisar) a atuação de seus representantes, quanto à forma (legalidade, moralidade e publicidade) e ao conteúdo (relação com o conteúdo partidário, programático e com o interesse público) e cotejá-la ao que foi proposto no momento da delegação do mandato (eleição).
9. Interação entre representantes e representados: durante o mandato político, além do controle/acompanhamento, deve haver também uma interação entre as partes, ou seja, do representante ouvir/debater o seu representado, e do representado falar/debater com seu representante, em consultas e audiências públicas, debates em entidades setoriais, atendimento em gabinete, processamento de correspondências, realização de pesquisas de opinião, bem como manifestações e protestos públicos.
10. Balanço do mandato: momento (eleições, plebiscitos ou referendos) no qual o representado (eleitor) faz um balanço da atuação de seu representante (eleito/partido/coligação/coalizão), com base nas informações que recebeu, e decide manter, renovar, não renovar ou delegar a outro, o mandato político.

A partir do destaque das considerações acima, refletir sobre a importância da *accountability* para a democracia, remete à discussão em torno da seguinte questão: Qual a contribuição da *accountability* para o desenvolvimento de cada um dos dez elementos/condições associados à democracia contemporânea?

Podemos afirmar que ela é importante para a consolidação das normas. As regras do jogo democrático, como quaisquer outras, tendem a ser mais legitimadas, cumpridas e consolidadas, na medida em que forem resultantes de um amplo debate e divulgação sobre seu conteúdo, sentido e benefícios ao interesse público, nos quais o acompanhamento de sua elaboração e a prestação de contas de suas consequências são necessários. Da mesma forma, o cumprimento das normas é o principal elemento de sua consolidação e, a fiscalização/prestação de

contas, horizontais entre poderes, verticais entre diferentes níveis de administração e vertical entre eleitos e eleitores são um precioso instrumento de construção democrática.

No que se refere à formação do cidadão, a transparência e publicidade do funcionamento do processo político permitem que o cidadão aprenda sobre os debates, acordos, votações, elaboração de leis e execução de ações, dando-lhe mais autonomia ao diminuir a distância entre a sua perspectiva da política e a de um mundo supostamente “complicado”, acessível apenas aos iniciados na arte de Maquiavel¹⁴⁴, específico dos políticos profissionais de Max Weber¹⁴⁵, vivenciado nas profundezas/bastidores dos gabinetes¹⁴⁶, no que a famosa citação de Bismarck comparou ao fabrico de salsichas: “quem sabe como se faz política e salsichas, nem consome salsicha nem gosta de política”¹⁴⁷.

Em relação à garantia de liberdades, a *accountability* enquanto transparência, acesso aos dados e publicidade dos atos é elemento essencial para a liberdade de informação, tanto diretamente pelo eleitor, quanto através da mediação da imprensa. Da mesma forma, a circulação de informações, associadas à relação entre representantes e representados, passa pela prestação de contas políticas, sendo elemento indispensável à democracia, quando um mandatário político cumpre a sua obrigação e fornece/divulga informações sobre o funcionamento do Estado, as atividades do Governo e as opiniões e decisões dos parlamentares.

144 No Prefácio de *O Príncipe*, Maquiavel utiliza a expressão “versados na arte da política, como os pintores em sua arte do desenho” para se referir ao mundo do poder, como algo fechado e acessível a poucos, virtuosos e afortunados. Cf. MAQUIAVEL, N. *O Príncipe*. 13.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003, p. 10-1.

145 Max Weber discutiu o processo de profissionalização da política vivenciado no século XIX, no qual a atividade estava cada vez mais sendo ocupada por políticos técnicos e profissionais e, quer pelo custo financeiro, quer pela especialização da atividade, cada vez menos acessível ao cidadão comum. Cf. WEBER, M. Política como vocação. In: *Ciência e Política: duas vocações*. São Paulo: Cultrix, 1968.

146 Em sua tese sobre o Cenário de Representações Políticas (CR-P), Venício Lima parte de uma distinção entre uma política vivenciada em espaços semi-públicos (quase privados) de gabinetes, acordos impúblicáveis e ritos enfadonhos, e uma política encenada/vivenciada para os olhos do público, com cobertura pela televisão, com narrativa específica e uma lógica que não condiz com o mundo trás-ribalta. Cf. LIMA, V. A. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

147 Uma das variações da famosa frase atribuída ao estadista alemão Otto von Bismarck, para se referir alegoricamente à política como algo que o povo gosta, mas se soubesse como é feita, sentiria enjôos.

Quanto ao debate justo, compreendido como a manifestação, divulgação e embate de ideias, propostas, opiniões e posicionamentos – que pode ocorrer na tribuna e na mídia –, os pronunciamentos, a divulgação de atas, a transmissão das sessões pela mídia, a propaganda e os debates eleitorais são exemplos de prestação de contas contribuindo para a democracia.

Exemplo deste aspecto é o fato de, em dezembro de 2006, quando da discussão em torno do aumento de 91% sobre os salários dos parlamentares, diante da pouca publicidade deste debate, políticos da oposição passaram a cobrar que, cada deputado e cada senador fosse a público manifestar claramente sua opinião: “Quem quiser aprovar o aumento vai ter que botar a cara na janela, aparecer na tribuna e na TV. Quero ver quem vai ter coragem de ir contra a opinião pública deste País, que se mostrou majoritariamente contra o reajuste”¹⁴⁸.

Acerca da eficiência nas votações/eleições, o momento da eleição de mandatários, ocorre de certa forma, como um julgamento da prestação de contas que os candidatos fazem de sua atuação. Do mesmo modo, as votações cotidianas do Parlamento são tão democráticas quanto à publicidade do voto de cada parlamentar, motivo pelo qual, recentemente se deu a aprovação de uma medida que ampliou o número de modalidades de votações que devem ser nominais e abertas: “o voto de cassação de parlamentares por quebra de decoro é uma forma de prestação de contas à sociedade, por isso devem ser abertos”¹⁴⁹.

No tocante à relação de representação, ela só pode existir em função do *accountability*, pois um cidadão somente delega poderes políticos a outro se tiver, no mínimo, a indicação, expectativa ou possibilidade de saber, acompanhar ou controlar a atuação de seu mandatário.

De maneira semelhante, a prestação de contas é elemento essencial para o controle do planejamento, ou seja, para que o representado possa se informar sobre/fiscalizar a atuação de seu representante e cotejá-la com a proposta programática que foi apresentada no momento da delegação do mandato (quer seja um compromisso estrito, quer seja a promessa de encaminhamento de interesses específicos ou da coletividade).

148 DECLARAÇÃO do Deputado Federal Raul Jungmann à imprensa, no dia 19 out. 2006, transmitida pela TV Câmara.

149 DECLARAÇÃO do Deputado Federal Rodrigo Maia à imprensa, no dia 10 set. 2006, transmitida pela agência Radiobras.

A interação entre representantes e representados, mais do que receber contribuições, é uma forma de *accountability* propriamente dita. Não é possível um contato representativo entre as duas partes sem relações de fornecimento de informações e de apresentação de opiniões e propostas. O balanço do mandato, da mesma forma, é também uma modalidade de *accountability*, que ocorre em dependência de outras.

Esta análise permite-nos considerar que as dez condições necessárias à democracia estão relacionadas a alguma forma de *accountability* e, formação do cidadão, circulação de informações, controle do planejamento, interação entre representantes e representados, bem como balanço do mandato não podem prescindir de relações de prestação de contas políticas.

Podemos inferir, portanto, que a importância da *accountability* para a democracia é fundamental e afirmar que sem ele não pode haver democracia. Podemos afirmar também que, mecanismos insuficientes de *accountability* restringem, comprometem ou constroem a natureza democrática de um regime e que, quanto mais eficientes às práticas de prestação de contas políticas, mais democrática pode ser considerada uma realidade.

Após a delimitação do conceito de *accountability*, bem como da discussão de sua importância para a democracia, buscamos destacar o papel da mídia para a promoção de *accountability*, num contexto político mediatizado, a chamada democracia de público. Cabe destacar que o termo mídia, aqui empregado, refere-se ao conjunto de meios de comunicação de massa da sociedade moderna.

Quando associamos esta mídia ao contexto de democracia identificamos um relevante papel, que pode ser sintetizado na utilização pelos sujeitos para:

- se informar sobre a vida na comunidade e sobre questões que terá que conhecer, opinar e/ou decidir;
- fazer que suas propostas e opiniões cheguem ao conhecimento dos demais, para serem apreciadas;
- tomar conhecimento das propostas e opiniões dos demais, para apreciá-las;
- apresentar, escutar e contrapor argumentos de propostas em debates, antes das tomadas de decisão;
- fazer com que suas propostas e opiniões cheguem a seus representantes nas decisões;
- obter informações sobre a atuação de seus representantes;
- obter informações sobre o encaminhamento das ações decididas pela coletividade.

Estes sete pontos do papel da mídia para a democracia foram substancialmente potencializados no último quartel do século passado. O desenvolvimento das telecomunicações nas sete primeiras décadas do século XX (rádio e televisão) e da telemática (comunicação por satélite, informática e rede de computadores) nos anos oitenta e noventa, levaram à ocorrência de profundas transformações na sociedade, na economia e na política.

No âmbito da política, a principal transformação pode ser identificada como o deslocamento da esfera de interações, de uma estrutura interpessoal direta (partidos políticos, relações de compadrio, abordagem pessoal, constituição de uma militância e eventos públicos) para um conjunto de relações impessoais e mediadas pelos meios de comunicação de massa (propaganda, debates e prestação de contas por meio do rádio, televisão e internet). Este processo de midiaticização das interações políticas resultou no que Bernard Manin (1995; 1997) conceituou como “democracia de público”.

A democracia de público se caracteriza pela concentração das interações políticas na mídia eletrônica, comercial e não militante, por meio da qual, candidaturas de cunho pessoal, buscam obter o voto do cidadão e o apoio da opinião pública. Nela, os meios de comunicação são o elemento decisivo nas interações políticas (MANIN, 1995, p. 26).

Assim, a relação entre mídia e democracia, destacada nos pontos já citados anteriormente, permanece a mesma, mas a importância de seu papel foi consideravelmente majorada. A interação do cidadão com os demais, com seus representantes, com as fontes de informação, com o debate e com a prestação de contas deixa de ser elemento acessório ou complementar e torna-se essencial nas relações políticas da democracia. Na democracia contemporânea, a mídia tornou-se um elemento indispensável.

No entanto, dimensionar este papel indispensável na democracia de público implica em ressaltar a distinção entre mídia como sujeito e mídia como meio.

Na primeira concepção, a mídia é abordada na perspectiva de sujeito razoavelmente autônomo, com consciência, identidade, interesses e atuação específica, enquanto “quarto poder”. Assim, o setor/segmento social, as instituições, os grupos empresariais, as grandes emissoras e conglomerados e mesmo os profissionais da área, são enquadrados na perspectiva de uma “missão social” de informar, fiscalizar e divulgar opiniões e ações políticas, enquanto *accountability* para a sociedade (WOLF, 1999, p. 30-1). Esta vertente, que comporta grande polêmica em sua interpretação

(uma vez que são muitos os sujeitos envolvidos, não são homogêneos, têm autonomia relativa, interesses próprios e muitas vezes conflitantes com a suposta missão social da imprensa), não será alvo de discussões em nossas abordagens.

A segunda concepção privilegia a mídia como meio, como canal de transmissão de mensagens, condicionado por seus emissores, receptores e controladores diretos e/ou indiretos. Nela, os meios, enquanto tecnologia, recursos e pessoas, são considerados, mas têm sua autonomia relativizada frente a outras dimensões do processo comunicacional, como a mensagem, a transmissão, a recepção e o retorno. É esta dimensão de mídia como meio, canal e recurso de comunicação que associaremos à promoção de *accountability*.

Em relação às atividades da mídia potencialmente capazes de promover *accountability*, podemos organizá-las em:

- formação de cidadãos: a publicação de atas, transmissão de sessões, publicação de regimentos internos, divulgação de manuais de trabalhos legislativos e transmissão de eventos e conteúdos didáticos quanto ao processo político, à história do país e organização das instituições políticas, são uma forma de *accountability*, por contribuir para a habilitação e estímulo do cidadão para a participação na vida política;
- divulgação de informação: a divulgação de informações julgadas de interesse público ou solicitadas pelos cidadãos, órgãos de imprensa e entidades representativas sobre a vida política do país, o Estado, o Governo, as casas parlamentares e os mandatários, por meio de publicações oficiais, encaminhamentos de ofícios e malas diretas, edição de jornais, boletins e livros, transmissão de rádio e telejornais, pronunciamentos na tribuna e concessão de entrevistas, são atividades de *accountability* que permitem ao cidadão se informar sobre a atuação de seus representantes e aos políticos informar seus eleitores de suas atividades e assuntos políticos de seu interesse;
- disponibilização: mesmo as informações não solicitadas ou não julgadas de grande interesse da população, podem ser mantidas em arquivos, bancos de dados, bibliotecas, fonotecas, videotecas, sítios de internet e serviços de documentação, para, diante de eventual demanda, estarem à disposição de qualquer cidadão para consulta, pesquisa, ciência e análise, numa atividade de promoção da *accountability* através de disponibilização de informações;

- **fiscalização:** a transmissão integral das sessões plenárias, pronunciamentos na tribuna, reuniões de comissões, sabinas de autoridades, depoimentos em CPI's, publicação oficial de atos administrativos, divulgação de previsões orçamentárias e relatórios de contas, são um exemplo de *accountability* associado à possibilidade de fiscalização por parte de outras esferas de poder, do cidadão comum e de entidades da sociedade civil organizada;
- **debate:** a divulgação das opiniões, manifestações e debates políticos entre os representantes, entre setores da sociedade organizada e entre os delegados e delegantes políticos, por meio de transmissões de rádio e televisão, sínteses em jornais e internet, permitem às partes envolvidas no processo político se interar das opiniões dos outros, apresentar seus argumentos, ouvir os contra-argumentos e reformular as opiniões no debate;
- **acompanhamento:** a publicização de pautas, relatos de trabalhos parlamentares, notas oficiais, listas nominais de votação, autorias de proposições, agendas de compromissos, diário funcional de autoridades, quadro de autoridades e repartições e quadro de cargos e salários, pelos diversos meios disponíveis, permitem ao cidadão e à sociedade, fiscalizar, em parte, a atuação de seus representantes políticos, quanto à legalidade, moralidade, atendimento ao interesse público e/ou vinculação à proposição programática da candidatura;
- **prestação de contas:** periodicamente, por força de lei ou por iniciativa própria, ou a qualquer momento, diante de suspeitas ou acusações (na tribuna, nos jornais, em entrevistas, em notas e ofícios) os mandatários políticos podem utilizar a mídia para prestar contas de suas ações, esclarecer posicionamentos e dirimir dúvidas, ou mesmo pedir/contestar a prestação de contas de outros sujeitos políticos.

TV LEGISLATIVA: ORIGEM E FORMATO

Este item da obra faz uma análise da origem e panorama das TVLs no mundo, destacando a criação, funcionamento e programação das televisões legislativas no Brasil, como a TV Senado e a TV Câmara dos Deputados.

A lapidação da expressão “televisão legislativa” exige uma definição da ideia de “televisão”, bem como, o estabelecimento do sentido de “legislativo”. Assim, debruçar-se sobre a discussão acerca de o que é uma Televisão Legislativa (TVL) e qual o conceito adotado nesta obra, implica refletir sobre o próprio conceito de televisão, inclusive suas abreviaturas “tevé” e “TV”. Uma busca pelo significado da palavra “televisão” resultou em acepções como a de aparelho e estação, mas também de transmissão e meio de comunicação:

[...] transmissão e recepção de imagens visuais convertidas em sinais eletromagnéticos, por meio de ondas hertzianas ou de cabo coaxial [...] meio de comunicação que se serve da televisão para a difusão de atividades e programas artísticos, informativos, educativos etc. (HOUAISS et al., 2006).

Além destes sentidos de transmissão, aparelho, estação e meio de comunicação, podem ser encontrados também os de canal, atividade, emissora, empresa, estúdio e programação, entre outros.

No Brasil da década de 1990, o termo TVL tendeu a ser associado à ideia de canal. Isto se deu devido ao fato de as primeiras televisões ligadas a casas parlamentares terem sido criadas para transmitir em canais de televisão a cabo, reservados por lei (BRASIL, Congresso, 1995), especificamente, para tal tipo de atividade. Entre 1995 e 1997, falar em TVL significava referir-se a TV Senado, TV Câmara e TV Assembleia de Minas Gerais, que transmitiam suas programações em canais próprios disponibilizados nas grades das operadoras de televisão a cabo, de grandes cidades da região centro-sul do país.

Contudo, nos dez anos que se seguiram, a definição de TVL como “um canal de TV a cabo que transmitia atividades de uma casa parlamentar” foi ampliada, pois a recepção das transmissões de várias TVLs passou a ser feita não só por cabo, mas também por:

- antena parabólica de sinal codificado por assinatura (DirecTV, TVA, Sky e similares¹⁵⁰), como no caso da TV Câmara e da TV Senado;
- antena parabólica de sinal aberto (SHF), no caso da TV Câmara, da TV Senado e da TV Assembleia de Minas Gerais;
- sinal aberto de televisão convencional (UHF e VHF), como o das emissoras/repetidoras do próprio Senado (para a cidade de Brasília) e da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (para a cidade de Belo Horizonte), e de retransmissoras de caráter público, educativo e comunitário, mediante convênios com as casas parlamentares;
- internet, por meio de transmissão ao vivo (via *streaming*¹⁵¹ em conexão de banda larga), como ocorre com dois canais simultâneos do Senado, com a TV Câmara e várias tevês estaduais e municipais;
- sinal aberto, via contrato de prestação de serviços, em parte da programação de emissoras comerciais e educativas, como nos casos da TV Câmara Municipal de Ribeirão Preto e da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul.

Outro aspecto a ser considerado é que, em muitas cidades, como previsto na Lei de Cabodifusão (Lei 8977/95), ocorre um compartilhamento de um mesmo canal de cabo entre as programações das TV's das Assembleias Legislativas com as das Câmaras Municipais, em horários alternados.

Por outro lado, o sentido de televisão, como empresa, entidade ou estrutura de produção, também é muito variado nas televisões legislativas. Há casos em que a casa parlamentar mantém uma estrutura de profissionais, equipamentos, estúdios, antenas e emissoras próprias, como a TV Senado e a TV Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, com transmissões ao vivo e programação diária de 24 horas. E há também casos em que a TVL limita-se a um assessor de imprensa encarregado de fazer a ligação da Presidência da Casa Parlamentar com entidades contratadas (conveniadas ou terceirizadas) para fazer a produção e a transmissão da programação gravada e por algumas poucas horas semanais.

150 Empresas que oferecem o sistema de televisão por assinatura pelos sistemas de mini-antenas parabólicas, que não trabalham via cabo, mas pela recepção do sinal codificado, diretamente do satélite para as mini-antenas.

151 O *streaming*, também chamado de experiência de transmissão por fluxo contínuo, consiste na transmissão de dados audiovisuais a partir de um endereço IP diretamente para o PC doméstico do usuário, permitindo sobretudo transmissões de programas de TV, inclusive ao vivo.

No que se refere ao caráter legislativo das televisões, o referencial é o fato de o canal ser “ligado” a uma casa legislativa em um dos níveis de poder: municipal, estadual ou federal. A expressão “ligado” remete a duas características da programação: a) ser direta ou indiretamente controlada pela mesa diretora da casa parlamentar; b) ter como conteúdo a transmissão das atividades do Parlamento (ao vivo ou gravada, integral ou editada).

A partir destas considerações, o sentido de televisão delimitado para as discussões desta obra é o associado à ideia de um conjunto específico de programação. Da mesma forma, a aceção de legislativo aplica-se ao controle da atividade pela mesa diretora de uma casa parlamentar e às atividades do Parlamento como temática predominante da programação.

O termo televisão legislativa, portanto, será empregado nesta obra como um conjunto de programação audiovisual controlada pela mesa diretora de uma casa parlamentar, que tem as atividades do Parlamento como principal temática de seu conteúdo e é transmitido em massa para ser recebido por aparelho de televisão doméstico, seja via TV a cabo, por parabólica e/ou em TV aberta.

As TVL's no mundo: definição e origem

A história dos canais legislativos no país pode ser considerada relativamente recente, quando comparamos os 25 anos do primeiro canal de televisão exclusivamente parlamentar com as mais de sete décadas de trajetória da televisão no mundo. O primeiro canal de televisão legislativo surgiu nos Estados Unidos em 1981, como desdobramento de uma emissora de rádio parlamentar que operava desde 1979.

A primeira transmissão da C-Span foi em 19 de março de 1979 – 17 anos antes do Brasil. É tida como a primeira transmissão ao vivo, regular, de sessões legislativas pela televisão mundial.

Desde então, a C-Span influenciou coberturas semelhantes em países como o Japão e recebeu um sem-número de delegações interessadas no modelo – Alemanha, França, Austrália, Israel, Irlanda, Venezuela. “Está se espalhando, sim senhor”, diz Lamb.

No Brasil, com o surgimento da TV a cabo, um canal do governo dos EUA (Worldnet) preenchia parte de sua programação com a C-Span, o que chamou atenção. (TV SENADO, 15 mar. 1998).

O C-SPAN (Cable Satellite Public Affairs Network) norte-americano compreende atualmente duas emissoras de rádio e três canais de televisão a cabo. Os cinco canais são destinados a divulgar as atividades do parlamento americano, sobretudo a transmissão ao vivo das reuniões do plenário e das comissões, mas também programas jornalísticos e eventuais transmissões de sessões legislativas de casas canadenses e europeias.

Os canais parlamentares americanos segmentam-se em: C-SPAN 1, criado em 1979, para divulgar as atividades do Senado; C-SPAN 2, de 1980, para cobrir as atividades da Câmara dos Representantes; e C-SPAN 3, criado em 1997, para transmitir as reuniões das Comissões Especiais do Congresso norte-americano (www.c-span.org, 2006). A programação destes canais também inclui a transmissão de pronunciamentos oficiais e debates entre candidatos nas eleições presidenciais americanas.

As televisões legislativas americanas, no entanto, durante a maior parte de sua trajetória, transmitiram sua programação apenas pelo sistema de televisão a cabo, e desde 2001, passaram a transmitir também via internet (pelo site www.c-span.org) e até para telefones móveis (*podcasting*), a partir de 2006. Outra característica é o fato de, apesar de serem segmentado por casas parlamentares, os cinco canais de comunicação estão organizados em uma única estrutura de caráter privado, gerenciada por representantes das operadoras de TV a cabo e mantida por recursos não governamentais, oriundos de taxas dos serviços de televisão por assinatura, como destacado na mensagem institucional da organização:

C-SPAN is a private, non-profit company, created in 1979 by the cable television industry as a public service. 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 programming¹⁵² (www.c-span.org/about/, 2006).

O C-SPAN é, atualmente, além da mais antiga, a televisão legislativa com maior difusão entre o público, pois dos 3,5 milhões de usuários que tinha em 1979, atingiu 90 milhões nos EUA em 2006 (www.c-span.org, 2007).

152 *C-SPAN* é uma organização privada e sem fins lucrativos, criada em 1979 pela indústria de televisão a cabo como um serviço público. Sua missão é prover o acesso do público ao processo político. *C-SPAN* recebe fundos não governamentais; suas operações são custeadas por taxas pagas pelas [empresas] associadas de [TV a] cabo e satélite que organizam a programação. [Tradução nossa].

Como se pode notar, a TVL norte-americana distingue-se das demais e se enquadra no limite das balizas conceituais desta obra, devido à sua característica de não ser controlada pelas casas parlamentares, diferente do que acontece com congêneres brasileiras.

Na Europa, a trajetória dos “canais parlamentares” é um pouco mais recente e data da década de 1990. Um dos primeiros canais europeus de televisão criados especificamente para divulgar as atividades parlamentares foi o francês La Chaîne Parlementaire (LCP), em 1993. Esta tevê transmite, em um único canal, 24 horas diárias de programação parlamentar, divididas igualmente entre o Senado e a Assembleia Nacional. A televisão parlamentar francesa, além de ser veiculada diariamente por cabo e por satélite, todas às quartas-feiras, também tem parte de sua programação retransmitida pela TV France 2, emissora estatal e aberta (www.lcpan.fr, 2006).

A operação da LCP tem como base um dispositivo da lei francesa de telecomunicações que estabelece a obrigatoriedade das operadoras de TV a cabo e por satélite do país de veicular, compulsoriamente e sem custos para o poder público, a programação da tevê do Parlamento. Contudo, diferente do modelo americano, o canal francês tem sua produção custeada por recursos públicos (um orçamento anual de cerca de 60 milhões de reais) e tem seus dirigentes eleitos pelos parlamentares para um mandato autônomo de quatro anos:

o presidente tem um mandato, um plano de trabalho e um orçamento previamente aprovados pelos parlamentares. E também autonomia de gerir o canal sem interferências externas. Seus balizadores são o projeto de trabalho previamente proposto, analisado e votado pelo Parlamento. Guardadas as devidas proporções, o cargo possui autonomia semelhante à de um presidente de um Banco Central independente. O cargo também não pertence a este ou àquele partido, embora certamente devam existir interesses políticos na sua ocupação (SANT’ANNA, 2003).

A programação da televisão parlamentar francesa envolve transmissão ao vivo das sessões parlamentares, telejornais e teleboletins de notícias sobre as atividades do Parlamento, programas de debates e programas de variedades sobre arte, história e cultura na França. Em Portugal, o Canal do Parlamento (conhecido como ARTV) foi criado em 2001 e tem em comum com outras televisões legislativas a transmissão via serviço de televisão a cabo e as atividades do Congresso como eixo norteador de sua programação (www.canal.parlamento.pt/, 2006).

Há também, no contexto europeu, outras experiências de televisão legislativa fora dos canais de cabo, como a Bundestag-TV e o Parlamento Andaluz. A televisão alemã, Bundestag-TV, apesar de produzir uma programação semelhante à de outras televisões parlamentares (transmissão ao vivo das sessões, programas de debates e telejornais temáticos), transmite seu conteúdo apenas pela internet (www.bundestag.de, 2007).

Na experiência espanhola, assim como ocorre em várias regiões da Europa, uma das principais televisões de casas parlamentares do país se organiza em programas semanais veiculados por emissoras comerciais ou públicas, a partir de acordos, convênios e contratos de prestação de serviços de transmissão. O canal público de televisão da Autoridade Regional da Catalunha, CanalSur TV, veicula um dos mais antigos programas do gênero no país, que vai ao ar em quatro edições semanais desde 1990: o Parlamento Andaluz (www.canalsur.es/, 2006).

Na América Latina, os canais parlamentares começaram a funcionar somente na segunda metade da década de 1990 e início dos anos 2000, tendo sido pioneiros o Brasil, em 1995, e a Argentina, em 1997. Atualmente, metade dos países da região possui TVLs e o modelo predominante é o de uma televisão para cada Casa Parlamentar (nos congressos bicamerais), com transmissão de sessões ao vivo via televisão a cabo e/ou pela internet, sob a responsabilidade do próprio Parlamento.

A TV legislativa na América Latina, além de ser uma experiência tão recente como a europeia, é também restrita quanto à sua abrangência. Segundo dados da ATEIA (Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana), quando considerados os percentuais do conjunto de domicílios latino-americanos com acesso à TV a cabo e/ou à internet de banda larga (capaz de receber a programação ao vivo de TVLs via internet), a média é apenas 2% (www.ateiaamerica.com, 2005).

Como podemos observar no Anexo A, a pesquisa apontou para o fato de, dos 19 países latino-americanos considerados no levantamento, 9 têm canais ligados ao Parlamento: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Guatemala, México, Peru e Venezuela. Quando consideramos os parlamentos que têm canal de programação via televisão, desprezando aqueles que transmitem apenas pela internet, o número cai para 5: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e Venezuela.

E, quando consideramos os parlamentos com programação, mesmo que parcialmente, transmitida via televisão aberta (frequência que pode ser captada por aparelhos de televisão convencionais, sem mediação de cabo ou decodificador ou instrumento que exija serviço de televisão por assinatura) a lista diminui

para dois países *Brasil* atualmente é transmitido em cadeia de rádio, de segunda a sexta-feira das 19 às 20 horas. Em seus primeiros 25 anos, o programa era voltado exclusivamente para os atos do Poder Executivo. Contudo, desde 1962, a sua primeira meia hora veicula notícias do Poder Executivo (Presidência, Ministérios e Estatais) e os outros 30 minutos diários são compartilhados entre o Senado, a Câmara dos Deputados e os Poderes Judiciários (Tribunais Federais como o Supremo Tribunal Federal, o Superior Tribunal de Justiça, o Tribunal Superior do Trabalho e o Tribunal Superior Eleitoral).

Formato atual do Programa A Voz do Brasil:¹⁵³

- 19:00- 19:25: notícias do Poder Executivo;
- 19:25- 19:30: notícias do Judiciário;
- 19:30- 19:40: notícias do Senado;
- 19:40- 20:00: notícias da Câmara;
- Toda quarta-feira é apresentado o “Minuto TCU”.

No âmbito dos Legislativos municipais, uma das mais antigas experiências de transmissão de sessões parlamentares pelo rádio situa-se na cidade de Tambaú, interior do Estado de São Paulo. De 1952 a 1963, a Câmara de Vereadores do município manteve um contrato de prestação de serviços com rádios locais para transmissão radiofônica das sessões da Casa, ao vivo e na íntegra, para os ouvintes do município. A justificativa da proposta de renovação deste contrato pela Prefeitura da pequena cidade paulista, já destacava, em 1952: a “importância dos cidadãos dos distritos e da zona rural que não podem ir pessoalmente à Câmara, acompanharem os trabalhos de seus vereadores” (TAMBAÚ, 1952, p.41).

Esta programação da Câmara de Vereadores no rádio de Tambaú sofria com alguns períodos de interrupção nas transmissões, devido à não renovação de alguns contratos. Após o fim do contrato em 1963, ele não foi mais renovado.

Apesar da antiguidade da programação legislativa no rádio, empreendimentos relacionados a ações regulares e exclusivas do Legislativo na televisão e com transmissão ao vivo foram efetivados há pouco mais de dez anos, com a

153 Disponível em: <www.radiobras.gov.br/radioagencia>.

criação da TV Assembleia Legislativa de Minas Gerais em 1995, da TV Senado em 1996 e da TV Câmara dos Deputados em 1998 (Anexo B).

As TVLs brasileiras foram fundadas a partir da aprovação da Lei da TV a Cabo, 8977/95, que previa a criação de seis Canais Básicos de Utilização Gratuita - CBUG's na grade das operadoras de televisão por assinatura. A Lei de Cabodifusão resultou de um intenso debate que se deu em 1994 em torno de uma regulamentação mais abrangente da TV a Cabo e que envolveu polêmicas posições defendidas pelo Parlamento, por grupos empresariais de mídia e por entidades setoriais da sociedade civil. Algumas demandas dos envolvidos no debate foram contempladas, entre elas, a criação de canais de interesse público e veiculação gratuita, como os canais parlamentares.

César Bolaño (2003, p. 42), destacando os avanços da Lei da TV a Cabo na perspectiva da diversidade cultural, afirmou que:

No que se refere mais especificamente à questão da diversidade cultural e da democratização dos conteúdos, a lei traz algumas inovações interessantes, como a obrigatoriedade da destinação gratuita de canais para o Senado, a Câmara Federal, as Assembleias Legislativas e Câmaras de Vereadores, para entidades de caráter educativo-cultural, Universidades e organizações comunitárias, além de canais para uso eventual, pagos a preços razoáveis, e da reserva de 30% dos canais para entidades não ligadas à operadora.

A Lei 8977/95, nas alíneas *b*, *c* e *d* do artigo 23^o, estabeleceu que as operadoras de TV a cabo deveriam disponibilizar canais para as seguintes destinações:

- 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; [...] (BRASIL, Congresso, 1995).

Como foi destacado no item b, entre os canais CBUG's, figuravam: um canal para a Câmara dos Deputados, um para o Senado e um para ser dividido

entre as Assembleias Legislativas estaduais e as Câmaras Municipais das cidades, onde o serviço de TV a cabo fosse operado.

A televisão legislativa brasileira, apesar de algumas semelhanças com TVLs europeias e americanas, configurou-se num modelo próprio. O ponto de partida foi o C-SPAN norte-americano, mas, desde o início, a TV Senado diferenciou-se em vários aspectos de outros canais parlamentares internacionais. Fernando César Mesquita (Secretário de Comunicação Social do Senado, na época de criação da TV Senado), segundo reportagem do jornal *Folha de São Paulo* (TV SENADO, 1998).

[...] foi a Washington, nos Estados Unidos, e acompanhou por uma semana o funcionamento da emissora norte-americana. Diz ter avaliado que a forma de financiamento da *C-SPAN*, com a cobrança de uma taxa das empresas de TV a cabo, seria inviável no Brasil. “Acabamos optando para que o próprio Senado o fizesse.”

Inicialmente, a legislação previa a possibilidade de apenas um canal a ser compartilhado entre a Câmara e o Senado, conforme disposto no parágrafo 1º do artigo 23º que estabelecia a possibilidade da programação dos canais da Câmara dos Deputados e do Senado Federal ser apresentada em um só canal, se assim fosse decidido pela Mesa do Congresso Nacional (BRASIL, Congresso, 1995):

§ 1º A programação dos canais previstos nas alíneas **c** e **d** do inciso I deste artigo poderá ser apresentada em um só canal, se assim o decidir a Mesa do Congresso Nacional. [grifos nossos].

Contudo, seis meses após a aprovação desta lei, o Senado criou sua própria TVL por meio da Resolução do Senado Federal 24/95. E, dois anos depois, a Câmara dos Deputados aprovou o Projeto de Resolução 159/97 que justificava a necessidade de transmitir ao vivo as sessões da Casa (a maioria era simultânea às do Senado), e também criou sua própria televisão legislativa. As resoluções, de cada uma das casas e não da mesa diretora do Congresso Nacional, estabeleceram que as tevês das Casas Legislativas nacionais funcionariam em canais distintos.

A primeira TVL a operar no país foi TV Legislativa de Minas Gerais, em 30 de novembro de 1995, seguida pela TV Senado, a partir de 05 de fevereiro de 1996, e pela TV Câmara dos Deputados, em 1998. O embrião da TVL no Brasil, no entanto, é anterior ao início de seu funcionamento e até a Lei da TV a Cabo, pois “era uma antiga aspiração dos parlamentares de que o Senado precisava ter um

canal de comunicação direta com o cidadão”, como afirmou o Senador José Sarney, Presidente do Senado na época da criação da TVL (SARNEY, 2006).

O Projeto de uma TVL foi iniciado em 1993, quando o Senado montou uma estrutura de equipamentos e técnicos que lhe permitia “fazer o registro das sessões e reuniões, produzir vídeos institucionais e distribuir material para as televisões comerciais” (HISTÓRIA, 2006). Em três anos (passando pela aprovação da Lei 8977 em janeiro de 1995; pelo início da operação por cabo em fevereiro de 1996; e pela adoção das transmissões via satélite em maio de 1996), a “Central de Vídeo do Senado” recebeu investimentos de cerca de US\$8 milhões e tornou-se uma tevê que transmitia 24 horas de programação para cerca de 1 milhão de domicílios com antena parabólica ou televisão por assinatura.

No período que se seguiu, o número de Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais que se organizaram para produzir conteúdo foi crescendo ao passo que o número de domicílios com antena parabólica e televisão por assinatura também aumentou, levando a um quadro, em 2005, de 59 TVLs e cerca de 11 milhões de domicílios habilitados a receber o sinal de pelo menos uma delas. Seriam 8 milhões com parabólicas convencionais e 3 milhões de pontos com televisão por assinatura instalada, conforme dados do Senado brasileiro (www.senado.gov.br/tvsenado).

Uma compreensão mais abrangente sobre a comunicação governamental no Brasil pode ser visualizada no Anexo B deste livro. Nele, apresentamos um panorama da inserção de programação específica do Legislativo brasileiro, desde *A Hora do Brasil* no rádio em 1935 até a criação da *Rede Senado de Televisão* em 2006. Outra constatação importante pode ser observada no Anexo C, que aponta a TVL brasileira como uma das primeiras do mundo, após a norte-americana, contemporânea à francesa e antes de experiências europeias como as de Espanha, Portugal e Alemanha.

AS TVL'S BRASILEIRAS: TRAJETÓRIA E FUNCIONAMENTO

Analisar o funcionamento de uma televisão legislativa implica em considerar aspectos como: legislação, produção, transmissão, custos e controle político. Significa também estabelecer comparações e enquadrar as práticas em tendências e modelos de comunicação parlamentar, pois as TVLs brasileiras, apesar de seguirem um padrão quanto à formatação de programação, divergem consideravelmente uma das outras em várias questões de seu funcionamento técnico, político e cotidiano.

Legislação e normas

Quanto às legislações e normas, o modelo majoritariamente adotado pelos países que operam este tipo de televisão, inclusive pelo Brasil, é o de regulamentação mínima. Uma TVL, basicamente, está associada a dois atos legais:

- uma lei de telecomunicações ou similar que estabelece o canal de transmissão (pela obrigatoriedade de disponibilização de canais de TV a cabo ou por satélite) e a origem dos recursos que vão custear a operação da tevê;
- um ato administrativo (lei, decreto ou resolução do Parlamento) que cria a TV parlamentar, sem estabelecer maiores detalhes ou suas normas de funcionamento.

Neste sentido, a legislação brasileira é semelhante à dos EUA e da França no estabelecimento de reserva gratuita de canais para a programação do Parlamento na TV por assinatura. Tanto as emendas da cabodifusão feitas em 1978 no *Communication Act* (equivalente a lei gerais de telecomunicações) da FCC – *Federal Communications Commission* (organismo similar a um Ministério de Comunicações) dos EUA (www-span.org, 2006), quanto a Lei 8977/95 do Brasil criaram a obrigatoriedade das operadoras de televisão por assinatura disponibilizarem canais para uso do Parlamento. No entanto, o modelo brasileiro diverge do americano e do francês em relação ao financiamento da programação (Anexo C).

Na França, por exemplo, a LCP (*La Chaîne Parlementaire*) tem orçamento próprio, com rubrica e aplicação separadas do da Assembleia Nacional. E no caso dos Estados Unidos, o *C-SPAN* é mantido por recursos provindos de taxas pagas pelas operadoras de televisão por assinatura, para compor o fundo de custeio do serviço, de forma independente, sem passar pelos cofres públicos.

No caso brasileiro, a produção das TVLs deve ser custeada com recursos do orçamento da própria casa parlamentar,

§ 8º A operadora de TV a Cabo não terá responsabilidade alguma sobre o conteúdo da programação veiculada nos canais referidos nos incisos I, II e III deste artigo, nem estará obrigada a fornecer infraestrutura para a produção dos programas (BRASIL, Congresso, 1995).

Em relação ao funcionamento, as TVLs brasileiras criaram um modelo de regulamentação mínima, sem detalhes quanto ao gerenciamento e programação. A Resolução do Senado 24/95, que criou a TV Senado, possui apenas quatro artigos, indicando que a responsabilidade da gestão será da Secretaria de Comunicação Social, mas sem mencionar a palavra programação.

No caso norte-americano, a gestora do C-SPAN funciona como uma empresa privada, administrada por três conselhos cujos membros são indicados pelas operadoras de TV associadas. O funcionamento não é baseado em lei, mas em diretrizes elaboradas pelos Conselhos Gestores, a partir da missão institucional, também aprovada em colegiado:

To provide C-SPAN's audience access to the live gavel-to-gavel proceedings of the U.S. House of Representatives and the U.S. Senate, and to other forums where public policy is discussed, debated and decided - all without editing, commentary or analysis and with a balanced presentation of points of view; [...]¹⁵⁴ (www.C_SPAN.org/about/, 2006).

O texto da missão institucional contém uma expressão que é a principal diretriz de programação do *C-SPAN*, que deve ser veiculada integralmente e ao vivo: “tudo sem edição, comentários ou análises e com uma apresentação equilibrada dos pontos de vista”. Já no modelo francês, não há regulamentação específica quanto à programação, mas a lei de criação do LCP prevê que seu Presidente seja eleito pelos parlamentares e com um mandato, no qual desenvolverá um plano de trabalho apresentado no momento de sua candidatura.

154 Dar acesso a audiência do C-SPAN ao vivo e direto da Câmara dos Deputados dos Estados Unidos e do Senado dos Estados Unidos e de outros fóruns onde política pública é discutida, debatida e decidida, tudo sem edição, comentários ou análises e com uma apresentação equilibrada dos pontos de vista. [Tradução nossa].

O modelo brasileiro, de delegar o funcionamento e a programação das televisões legislativas ao presidente do Legislativo, repete-se nas demais TVLs nacionais, que têm seu funcionamento definido pelo responsável pela comunicação social da Casa Parlamentar (Secretário, Diretor ou Assessor de comunicação/impressão, cuja nomeação é de livre escolha do Presidente do Parlamento), que faz e modifica as regras de funcionamento, por meio de expedientes internos, como memorandos, instruções de serviço e até orientações verbais.

Esta sistemática de regulamentação mínima, acordos de cavalheiros e concentração da gestão nas mãos dos responsáveis pela comunicação da Casa Parlamentar, nos últimos anos, tem recebido pressões por mudanças. O aumento da importância, da difusão e da audiência das TVLs e a percepção pelos parlamentares de seu potencial, mesmo que de forma indireta e eleitoral fez surgir os primeiros clamores pela democratização da gestão destes canais.

Conforme a TVL avançou, de uma programação restrita aos usuários de TV a cabo e ignorada pela imprensa, para uma programação que atinge milhões de brasileiros e é acompanhada pela imprensa e setores da sociedade civil organizada, a visibilidade proporcionada, em uma CPI, por exemplo, fez surgir uma preocupação com as regras de controle sobre quem, quando, quanto, como e porque aparece na TV parlamentar.

Neste sentido, dez anos após o início das televisões parlamentares no Brasil, é que está tramitando um projeto de lei federal para regulamentar o funcionamento de todas as televisões legislativas do país. O Projeto de Lei 5942/05 (BRASIL, Câmara, 2005) propõe regulamentar o funcionamento das emissoras de rádio e televisão mantidas pelos Legislativos federais, distrital, estaduais e municipais em três linhas básicas: prioridade e integralidade na transmissão das sessões; equilíbrio e pluralidade política na produção de conteúdos; criação de um conselho editorial para cada TVL, com funções de gestão.

O conselho editorial, apresentado no Projeto de Lei 5492/05, seria composto por no mínimo cinco integrantes, na seguinte proporção:

- um parlamentar representando a maioria, que o presidirá;
- um parlamentar representando a minoria;
- o diretor-executivo do canal legislativo, que será membro nato;
- um representante eleito entre os funcionários de carreira de Comunicação Social da instituição;

- um representante de entidades culturais e artísticas da localidade onde funcionar a casa legislativa (BRASIL, Câmara, 2005).

Este projeto, no entanto, tramita de forma ordinária (sem regime de urgência) e ainda não apreciado nem pelas comissões permanentes pelas quais precisa passar, antes de ir para a deliberação do Plenário, caso obtenha parecer favorável nas instâncias intermediárias.

No caso da TV Senado, o Regimento Interno, norma que regulamenta o funcionamento da Casa não trás referência à TV Legislativa. A primeira regulamentação específica foi o Ato 73/97 da Comissão Diretora do Senado, que “disciplinou a utilização e funcionamento da Central de Vídeo do Senado Federal”, quanto ao arquivo, descarte, reprodução e empréstimo dos vídeos produzidos.

Em 2001, uma série de normas internas da TVL foi consolidada no Manual de Redação da TV Senado, onde se estabelece entre outras coisas, normas específicas de produção, programação e arquivo quanto a: conteúdo ao vivo, pré-gravado, reportagens, normas de redação, edição, tráfego de fitas e arquivamento de material, a creditagem etc. (BRASIL, Senado, 2006a).

O Manual buscou regulamentar uma ampla gama de aspectos, em seus mínimos detalhes, uma vez que objetivou criar “normas claras para o funcionamento da televisão legislativa, tanto no tocante à parte jornalística quanto à técnica, com o objetivo de se preservar e aperfeiçoar a qualidade” (BRASIL, Senado, 2006a).

Apesar das minúcias de alguns aspectos (como texto de etiquetas das fitas, horário para conferência dos equipamentos e regras gramaticais elementares), no âmbito geral, o manual é norteado por três eixos básicos:

A – Prioridade absoluta das transmissões ao vivo das sessões do Plenário sobre qualquer outro tipo de programação, pois elas não podem sofrer cortes ou ser comentadas por locutores;

1.1 - A cobertura do plenário da Casa terá prioridade absoluta sobre qualquer outra do Congresso [...] 1.9 - Durante a transmissão ao vivo os créditos a serem inseridos serão definidos pelo coordenador do vivo ou, na ausência deste, pelo chefe imediato (BRASIL, Senado, 2006a).

B – Busca de um equilíbrio quantitativo na utilização dos recursos da TVL, chegando até ao estabelecimento de cotas por Senador, em alguns casos;

Art. 4º. Cada Senador disporá de uma sessão mensal de 30 (trinta) minutos corridos, para gravação de até 20 (vinte) minutos de vídeo com pronunciamento ou entrevista pessoal, em estúdio localizado nas instalações da Subsecretaria Técnica de Eletrônica, conforme critérios definidos nos parágrafos seguintes [...] § 3º. A ordem adotada para a marcação dos dias e horários de gravação obedecerá ao critério da anterioridade de inscrição (BRASIL, Senado, 2006a).

C – Centralização da maioria das decisões técnicas, operacionais e políticas, nas mãos do Secretário de Comunicação Social (e seus assessores imediatos), diretamente subordinado ao Presidente da Casa:

5 - Todo produto da TV SENADO somente será gravado, editado e veiculado com a prévia aprovação da direção e da chefia de Redação.

[...]

9.1 - O Núcleo de Programação funcionará diretamente subordinado à chefia de Redação.

9.2 - Caberá ao Coordenador de Programação o planejamento e o controle de tudo o que vai ao ar, zelando pela eficiência e qualidade da transmissão.

9.3 - A programação no ar será prioritária, não podendo ser sacrificada, em tempo algum, para gerações em circuito fechado, recepção de programas, produção de chamadas ou gravações em geral.

9.4 - O coordenador submeterá, ao final do dia, a proposta de programação à chefia imediata. A grade deverá informar todos os programas previstos e os horários correspondentes, além de detalhes de conteúdo. Essa grade ficará sujeita à aprovação da direção da TV SENADO e do Diretor da Secretária de Comunicação Social (BRASIL, Senado, 2006a).

A TV Câmara e a maior parte das televisões das Assembleias Legislativas e das Câmaras Municipais adotam como referência “informal” as regras de operação da TV Senado, sendo esta a marca da legislação de funcionamento das TVLs no Brasil. A maior parte de nossas TVLs, no entanto, não possui um conjunto de normas de funcionamento estabelecido e sua operação fica sujeita às decisões da mesa diretora ou do assessor indicado para sua condução.

Controle político

No que se refere ao comando das TVLs, como previsto na legislação, o agente de decisão executiva é geralmente um assessor de imprensa diretamente vinculado ao presidente da Casa. Isto remete ao fato de que, sendo uma função de provimento por livre nomeação em comissão (cargo de confiança), não há uma independência deste agente, pois o presidente da Casa pode substituí-lo quando bem entender.

Como apontado anteriormente, a hierarquia da TV Senado, converge para o Secretário de Comunicação Social da Casa, diretamente nomeado pelo Presidente e subordinado imediatamente a ele. Outros postos como as chefias de programação e redação são preenchidos por nomeações do Secretário de Comunicação Social. Esta vinculação direta da TVL com o Presidente do Parlamento remete a duas questões sobre o controle político da televisão:

- não haveria um desequilíbrio em favor dos aliados políticos do Presidente da Casa em relação aos demais parlamentares na operação da TVL?
- a TVL pode se configurar como um instrumento de propaganda oficial da Casa, uma espécie de “TV Chapa Branca”?

As palavras de Fernando César Mesquita, Secretário de Comunicação Social do Senado, na época de criação da TV da Casa, em entrevista ao jornal *Folha de São Paulo* (TV SENADO, 1998), ilustram a primeira questão:

Não há censura, não há restrições. [mas] O presidente Fernando Henrique, quando eu o encontro, reclama que é só a oposição que fala.

Em pesquisa de monitoramento¹⁵⁵ realizada entre 2005 e 2006, buscando abordar esta questão, verificamos que, de fato, há um equilíbrio proporcional às bancadas em relação aos parlamentares que aparecem na televisão. Embora não tenhamos encontrado nenhum documento ou informação oficial que mencione

155 A pesquisa de monitoramento de programação das TVLs envolveu atividades de audiência e gravação da programação da TV Senado, TV Câmara e TV Câmara Municipal. Entre os meses de maio de 2005 e abril de 2007, acompanhamos as TVLs elaborando “fichamentos” dos programas (por amostragem), com o registro de dados como: data, horário e duração do programa; formato e natureza; assuntos e abordagens; parlamentares que apareceram na TV e por quanto tempo falaram; etc.

acordo ou cota, este equilíbrio parece ser a tônica das TVLs, sobretudo na programação diversa das sessões parlamentares.

Na transmissão das sessões plenárias e reunião de comissões, o foco da câmera é sempre o parlamentar que faz uso da palavra. Neste sentido, devido à dinâmica das bancadas na indicação de parlamentares para liderança de partido, Comissões Permanentes, CPI's e até mesmo para as intervenções estratégicas, alguns parlamentares aparecem muito mais do que outros. Esta distorção, no entanto, não é fruto do controle político da TVL e sim do controle do Parlamento: os partidos que detém a maioria das cadeiras da casa, compõem a maioria das comissões e acabam aparecendo mais na programação dos trabalhos parlamentares.

Em relação à segunda questão, os dados da pesquisa de monitoramento revelaram que as TVLs são menos uma televisão **sobre o** Parlamento e mais uma televisão **do** Parlamento. Neste contexto de discussão, consideramos:

- TV sobre o Parlamento: televisão que tem as atividades de uma casa parlamentar como o seu principal objeto de programação, mas numa perspectiva de interesse da sociedade, ou seja, sua abordagem se pauta pelo que a sociedade quer saber de seus representantes e seu controle/gestão é feito com a participação majoritária da sociedade e, às vezes, sem a participação dos parlamentares;
- TV do Parlamento: televisão que tem as atividades de uma casa parlamentar como o seu principal objeto de programação, mas numa perspectiva de interesse da própria casa parlamentar, ou seja, sua abordagem se pauta pelo que o Parlamento quer divulgar para a sociedade e seu controle/gestão é feito com a participação majoritária de parlamentares e, às vezes, sem a participação da sociedade;

Um exemplo que ilustra esta consideração é o ocorrido no ano de 2005, quando da *CPI dos Correios*, que investigava a existência de um esquema de corrupção de arrecadação de propinas por parte de pessoas ligadas ao governo e pagamento de mesadas a alguns parlamentares em troca de voto e apoio político. No dia 8 de agosto de 2005, no momento do depoimento de Marcos Valério, acusado de ser o operador do esquema de corrupção, a TV Senado interrompeu a transmissão ao vivo dos trabalhos da CPI e passou a transmitir uma sessão solene em comemoração aos 80 anos de fundação do jornal *O Globo*. Da mesma forma, em 2007, quando a TV Senado transmitia uma reunião na qual estava sendo discutida a apresentação de um pedido de afastamento do Senador

Renan Calheiros da Presidência da Casa, a programação foi interrompida e a TV passou a transmitir uma sessão comemorativa pelo Dia do Comerciante (TV RENAN, 2007):

Quem acha que Renan Calheiros usa o cargo para impedir a abertura de processo no Conselho de Ética deve assistir com mais atenção às transmissões da TV Senado. Hoje, a emissora subordinada a Renan interrompeu abruptamente a transmissão no momento em que a acusação se manifestaria. Passou a transmitir uma inadiável sessão em homenagem ao Dia do Comerciante, que estava programada para começar somente após o encerramento da sessão do Conselho de Ética.

As perguntas que ficam: interrompeu por ordem de quem? Por que a tal sessão dos comerciantes mudou de horário? Para quem se questiona também sobre a independência da TV Pública, pode ser um começo de debate.

Outro exemplo é o caráter de “contra-pauta”¹⁵⁶ de algumas das abordagens das TVLs em relação a temas amplamente abordados pela mídia comercial: CPI dos Correios/Compra de Votos ao invés de “CPI do Mensalão”; Lei da Responsabilidade de Informação ao invés de “Lei da Mordação”; CPI das Ambulâncias ao invés de “CPI das Sanguessugas”; Auxílio de Representação e Vestuário ao invés de “Auxílio Paletó”.

Como se pode observar, expressões como “mensalão”, “mordação” e “sanguessugas”, propaladas pela grande mídia junto ao público e supostamente carregadas de mérito e conotação pejorativa não aparecem nas legendas e comentários da programação oficial da TVL. Estas diferenças de nomenclaturas (talvez alternativas oficiais aos chavões da imprensa não governamental) são um expoente da abordagem construída pela programação das TVLs, numa perspectiva, muitas vezes, distinta da mídia comercial ou mesmo da versão corrente na sociedade.

Assim, podemos considerar que o controle político das TVLs no Brasil é exclusivamente da Casa Parlamentar, diretamente subordinado ao seu presidente, sem a participação de qualquer conselho ou colegiado de parlamentares

156 Esta expressão refere-se à ação de mídia no sentido de se estabelecer (colocar, influenciar, contrapor etc.) um assunto ou a abordagem para que ele se torne corrente na grande mídia, no chamado “estabelecimento de pauta” ou *agenda setting*. Neste sentido, as TVLs apresentam este potencial de interação com a mídia comercial, tanto influenciando ou tentando influenciar a pauta de assuntos da imprensa, quanto, e, sobretudo, sendo influenciada (a pauta de debates e proposições do parlamento), nas relações de *agenda setting* entre parlamento e imprensa, conforme destacou Mattos (2005).

ou espectadores e numa abordagem mais voltada para uma TV **do** Parlamento e menos para uma TV para a sociedade e **sobre** o Parlamento.

Produção

Em relação à produção de conteúdo, trajetória histórica e variedade de televisão do Legislativo no Brasil, caracterizamos três modelos:

- *produção própria*: quando a quase totalidade dos profissionais, equipamentos e decisões são vinculados ao próprio Parlamento;
- *produção mista*: quando parte da estrutura está vinculada ao Legislativo (chefias, diretores e responsáveis por decisões de conteúdo, bem como operadores de uma estrutura técnica básica de transmissão das sessões) e outra parte (profissionais e equipamentos voltados para o âmbito técnico, sobretudo em atividades complementares, como produção de documentários, veiculação de reprises e edições de programas) é ligada a entidades – por meio de convênio, contrato ou parceria;
- *produção terceirizada*: quando a quase totalidade de profissionais e equipamentos está vinculada a terceiros e o Parlamento limita-se a manter um diretor ou assessor de imprensa para a intermediação entre a contratada e a Presidência da Casa.

No modelo de produção própria, enquadra-se a TV Senado em seus primeiros dois anos de funcionamento, quando os funcionários e equipamentos eram próprios e correspondiam a catorze profissionais, duas ilhas de edição, uma ilha de pós-produção, cinco câmeras e um estúdio de gravação. Nos anos seguintes, entretanto, a TV Senado passou a se enquadrar no segundo perfil, tendo os profissionais técnicos como terceirizados e os jornalistas como concursados ou nomeados pela Casa.

Em estudo realizado em 1998 (TAVEIRA e LIMA, 1998), constataram que, naquele momento, a televisão possuía 150 funcionários sendo 120 terceirizados e 30 concursados. Os terceirizados constituíram a Cooperativa dos Trabalhadores em Comunicação, que venceu uma licitação promovida pela Diretoria-Geral do Senado para prestar serviços à TV Senado. Estes profissionais pertenciam a duas categorias: uma de jornalistas e profissionais de nível superior – repórteres, editores de texto, produtores, chefes de produção, edição, reportagem e redação [do próprio Senado]; e outra de técnicos de nível médio – auxiliares, operadores, cinegrafistas, editores de imagens, assistentes de estúdio entre outros [terceirizados].

No modelo misto, enquadra-se a maioria das TV's das Assembleias Legislativas dos grandes estados brasileiros e das Câmaras de Vereadores das grandes capitais do país.

Na produção terceirizada, figuram, sobretudo, as TV's das Câmaras Municipais que mantêm em seus quadros apenas um ou dois assessores de imprensa responsáveis pela relação com uma terceirizada que produz todo o conteúdo. Exemplo deste modelo é a TV Câmara de Ribeirão Preto, que destina um dos assessores de imprensa da Presidência, para “cuidar da TVL”, e contrata por licitação uma televisão comercial local, que transmite ao vivo as sessões parlamentares, bem como grava e produz programas para o Parlamento municipal.

Transmissão

Em relação à transmissão do conteúdo, tanto com estrutura própria como com terceirizada, as vias de transmissão envolvem uma ou mais das seguintes modalidades:

Envio da fita gravada com o conteúdo para a sede técnica da operadora de TV por assinatura, para veiculação direta da gravação em canal de cabo;

Transmissão ao vivo, por link de cabos ou por radiofrequência, da sede do Legislativo diretamente para a sede técnica da operadora de TV por assinatura, para veiculação em canal de cabo ou de satélite;

Processamento do conteúdo numa central técnica do próprio Legislativo que o transmite via satélite para: a sede da operadora de TV por assinatura retransmiti-lo; e/ou para as repetidoras de TV aberta também retransmitirem; e/ou diretamente para as antenas parabólicas dos usuários domésticos.

Na modalidade A, operam a maioria das televisões das Câmaras Municipais, que encaminham as fitas gravadas para veiculação na TV a cabo local, no canal compartilhado com a Assembleia Legislativa e nos horários reservados para tal.

Na modalidade de transmissão caracterizada como sendo do tipo B, enquadram-se algumas Câmaras Municipais e as Assembleias Legislativas. E na modalidade C, operam a TV Câmara Federal, a TV Senado e a TV Assembleia Legislativa de Minas Gerais.

Nas modalidades B e C, a transmissão envolve a contratação de serviços técnicos e aluguel de cabos ou satélites para a transmissão, bem como outros serviços e equipamentos necessários, como *link* móvel, licenciamento de uso

de radiofrequência, motoristas, auxiliares, etc. O pagamento por estes serviços, somado aos valores gastos com pessoal, aponta para o último item da análise do funcionamento das TVLs no Brasil: os custos.

Financiamento

No Brasil, o custeio do funcionamento das televisões parlamentares é de total responsabilidade dos cofres públicos e sai do orçamento das casas legislativas. Os valores, no entanto, variam muito de acordo com a quantidade, qualidade e meio de produção e transmissão da programação.

A TV Senado, segundo entrevista de Armando Rollemberg (A CPI, 2005), diretor da Secretaria de Comunicação Social do Senado, em 2005, custava aos cofres públicos 10,5 milhões de reais ao ano. Com uma estrutura, majoritariamente terceirizada, de 160 funcionários (dos quais 37 jornalistas), 12 câmeras e 4 mil metros de cabos, o custo desta TVL correspondia a cerca de 13% do custo da TV Cultura, por exemplo, emissora pública paulista.

Em relação à Câmara dos Deputados, apenas os serviços de transmissão da programação via satélite (sem contar funcionários e produção) custam à Casa cerca de R\$15 mil mensais, que são pagos a Comsat, uma empresa terceirizada, que venceu três licitações (renovação de contratos) para prestação de serviços para outras três casas parlamentares no ano de 2005. Para a Câmara, o serviço contratado (quase 900 mil reais por um contrato de 60 meses) é para “transmissão da programação diária gerada pela TV Câmara e pela Rádio Câmara às emissoras de TV por assinatura, tais como NET e SKY” (COMSAT, 2005a, 2005b).

Esta multinacional tem sede nos Estados Unidos e possui escritórios em 13 países da América Latina, onde atua desde 1990. No Brasil, desde 1994, presta serviços semelhantes para TVLs como a do Senado Federal, da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro e da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, nesta última, ao custo anual de R\$123,6 mil, com os serviços de transmissão.

A Comsat atende a TV Senado nesta modalidade de serviços há 8 anos e continuará a atendê-la por mais 4 anos. [] Segundo Guilherme Saraiva, diretor de marketing da Comsat, a companhia vem conquistando cada vez mais destaque como importante fornecedor para o segmento de broadcast junto a órgãos do Governo no Brasil, pois presta serviços similares à Câmara Federal, à Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro e à Assembleia

Legislativa de Minas Gerais. “O fato de termos vencido mais essa licitação nos confere a certeza de que temos a melhor oferta do mercado no tocante a habilitação, capacitação técnica e preços”, observa. (COMSAT, 2005b).

A Câmara Municipal de São Paulo, por exemplo, mantém, desde a instalação de sua TVL em 1998, um contrato com a TV Cultura que, em 2005, custava cerca de R\$220 mil mensais por toda a produção e transmissão da programação (www.camara.sp.gov.br/, 2006).

Dados mais recentes sobre os custos das TVLs Federais (TV SENADO, 2006) apontam que a TV Senado custa R\$12 milhões anuais e a TV Câmara dos Deputados R\$ 7,13 milhões ao ano, de um orçamento de 2,7 bilhões de cada uma das casas. Estes valores de custeio das televisões legislativas representam menos de 0,5% dos orçamentos das casas legislativas federais e, em média, cerca de 3% dos orçamentos das Câmaras Municipais e Assembleias Legislativas à que estão vinculadas.

Estas cifras, às vezes alvo de especulação e nem sempre divulgadas de forma clara na prestação de contas das Casas Parlamentares, são objeto de críticas e controvérsias envolvendo os defensores e opositores das TVLs:

- Alguns, principalmente jornalistas, empresários de mídia, candidatos não eleitos ao Parlamento e promotores públicos, criticam – como caro, voltado para a propaganda eleitoral/pessoal e com audiência baixíssima;
- Outros, sobretudo os parlamentares com mandato, defendem – como importante, informativa, de boa relação custo X benefício e imprescindível para a prestação de contas da representação política.

Conteúdo e programação

Com base em aproximações de características, a programação das TVLs pode ser dividida em três perfis:

- *experimental*: no qual são transmitidas apenas as gravações e reprises das sessões do Plenário (na íntegra, sem cortes, edições, legendas ou alternância de câmeras), em uma programação semirregular de cerca de seis horas semanais nos Legislativos municipais e de seis horas diárias nos Legislativos estaduais e federais;

- *intermediário*: perfil no qual são transmitidas sessões ao vivo e reprises das sessões do Plenário, das reuniões de comissões e também de programas de cultura e variedades (documentários, educativos, curtas-metragem, apresentações artísticas e festividades cívicas), em programação regular de cerca de 12 horas semanais nas Câmaras Municipais e de 12 horas diárias nas Assembleias Estaduais, na Câmara Federal e no Senado;
- *dinâmico*: neste perfil, há transmissões ao vivo e de gravações das sessões plenárias e das reuniões das comissões (com edição de imagens, inserção de legendas, narração em *on* e em *off* das atividades, alternância de câmeras e até *newsbar* - barra de notícias), programas de cultura e variedades, jornalísticos e programas de entrevistas e debates com parlamentares e convidados, em programação regular de até 30 horas semanais nas Câmaras Municipais, 12 horas diárias nos Parlamentos estaduais e 24 horas diárias na TV Câmara e TV Senado.

Nos primórdios da televisão parlamentar no Brasil, tanto pela influência do modelo do *C-SPAN* americano (www.c-span.org/about/, 2006) quanto pelas limitações técnicas da estrutura das televisões (todas iniciaram suas operações utilizando cerca de meia dúzia de profissionais e as poucas câmeras das centrais de vídeo e/ou assessorias de imprensa que já possuíam), as TVL's se enquadravam no perfil experimental. A TV Senado, a TV Câmara e a TV Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, em seus primeiros dois anos de operação, e a maioria das televisões das Câmaras Municipais, ainda hoje, enquadram-se neste primeiro perfil.

Num segundo momento, com o acúmulo de *know-how* (técnico, profissional e operacional), o aumento nos investimentos (inclusive em terceirização) e a percepção de uma realidade televisiva no Parlamento (parlamentares, seus assessores e as mesas diretoras começaram a se esmerar cada vez mais com a imagem a ser passada para o telespectador/eleitor), as televisões legislativas ampliaram a qualidade técnica, a carga horária e a variedade de suas programações, entrando no perfil intermediário.

Ao Parlamento podem ser associadas as TV's do Senado, da Câmara Federal, da Assembleia Legislativa de Minas o período 1998-2002 e, atualmente, algumas Assembleias Legislativas (como a do Rio Grande do Sul) e Câmaras Municipais de grandes municípios (como as das capitais paulista e mineira).

No perfil chamado de dinâmico, atualmente podem ser enquadradas apenas as televisões do Senado, da Câmara Federal, das Assembleias Legislativas mineira, paulista e gaúcha e de Câmaras Municipais como a de São Paulo, Belo Horizonte e de Porto Alegre. Outra característica deste perfil é uma preocupação em fortalecer a imagem institucional da própria TVL, com fixação do logotipo e slogans da emissora, valorização de vinhetas, chamadas de promoção da programação e disponibilização de conteúdo na internet.

Ainda sobre a programação, no dimensionamento da relação entre “vivo X gravado”, na TV Senado, 35% da programação são exibidos ao vivo e 65% a partir de gravações, enquanto que, na TV Câmara Federal, são 40% ao vivo e 60% de gravações. Do total desta programação (incluindo gravados e ao vivo), 40% é conteúdo inédito e 60% são reprises, tanto na Câmara, quanto no Senado. No que se refere à relação entre transmissão de sessões plenárias e outros tipos de programa (incluindo ao vivo e gravações), na TV Senado as sessões plenárias representam 60% e na TV Câmara, 50%. Estes índices foram obtidos a partir da análise da grade e monitoramento da programação efetivamente veiculada pelas TVLs em 2006.

As transmissões das sessões do Plenário têm prioridade absoluta sobre a transmissão das atividades das comissões e estas têm prioridade sobre as demais. Assim, como a duração das sessões varia de acordo com a pauta e as intervenções dos parlamentares, a grade de programação prevista, dificilmente é respeitada. Durante a pesquisa de monitoramento, observamos que, somente em um em cada cinco dias, a programação da TV Câmara, por exemplo, ocorria conforme o previsto ou com atraso inferior a 30 minutos. Nos demais dias, por prolongamento da sessão ou por sua suspensão, a programação foi alterada.

Nos recessos parlamentares (oficiais ou “brancos”), por exemplo, o percentual de reprises e programas chega a representar 90% em relação às transmissões ao vivo. Por outro lado, no segundo semestre de 2005, com sete Comissões Parlamentares de Inquérito (CPIs) funcionando no Congresso, o índice de transmissões ao vivo dos trabalhos parlamentares chegou a 80% da programação diária, com algumas sessões se prolongando até a madrugada.

Cabe ressaltar que o horário de transmissão das sessões ao vivo, na quase totalidade das TVLs analisadas não coincide com o horário “nobre” da televisão, ou seja, aquele em que um número maior de pessoas está em casa e com os televisores ligados: das 11:00 às 14:00 e das 19:00 às 22:00 horas. As sessões das casas parlamentares são transmitidas:

- *manhã* (entre 9h e 12h) => sessões solenes, de pronunciamentos e debates da Câmara Federal e do Senado e sessões deliberativas de algumas Câmaras Municipais do interior;
- *tarde* (entre 14h e 18h) => sessões deliberativas e reuniões de comissões do Senado, da Câmara Federal e da maioria das Assembleias Legislativas;
- *noite* (entre 18h e 21h) => sessões solenes e/ou deliberativas de algumas Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais.

Como pode ser observado, na grade de programação da TV Senado (Anexo D), no horário das 19h às 21h não há transmissão ao vivo das sessões pela TV Senado.

Em alguns casos, principalmente de Câmaras Municipais de grandes cidades, como Ribeirão Preto, Campinas e Porto Alegre, as sessões são transmitidas ao vivo no horário nobre (das 18h às 21h), pois ocorrem neste horário, sendo reprisadas nos finais de semana, à tarde, no início da noite nos dias em que não há sessões ordinárias ou mesmo nas madrugadas.

Na maioria dos casos, contudo, muitos dos brasileiros (trabalhadores e estudantes) não podem assistir às sessões do Parlamento pela TV ao vivo, pois, elas ocorrem durante o dia. As gravações e reprises são veiculadas de madrugada e, nos finais de semana não há rerepresentações.

A TV Câmara dos Deputados apresenta sua programação ao espectador, procurando distinguir e segmentar as produções segundo a categorização empregada pelo setor de televisão parlamentar (Anexo E). Nesta programação, podemos observar que nas categorias “Sessões”, “Jornalismo” e “Entrevistas e Debates” enquadram-se programas com uma maior presença dos parlamentares, como protagonistas, apresentadores ou entrevistados. Já em “Cultura”, “Documentários” e “Outros Programas” concentram-se documentários, história e produções culturais mais voltados para a formação dos telespectadores e com uma menor presença de parlamentares e da abordagem direta de temas políticos.

Quanto à natureza específica dos programas apresentados nas TVLs, a partir de uma referência no modelo da TV Senado, eles podem ser agrupados em sete categorias:

1. sessões plenárias: transmissão ao vivo, reprisada ou editada de sessões ordinárias, extraordinárias e solenes do Plenário da Casa;

2. outros trabalhos legislativos: transmissão ao vivo, reprisada ou editada de reuniões de comissões permanentes, CPI's, comissões de estudos, subcomissões e audiências públicas, inseridas na pauta oficial da casa;
3. jornalísticos: telejornais e teleboletins regulares sobre as atividades do Legislativo ou mesmo de notícias gerais sobre a cidade, o estado, o país ou eventos;
4. debates: programas de entrevistas, debates e mesas redondas que envolvam pelo menos um parlamentar como apresentador, mediador ou debatedor;
5. formação: programas de carácter educativo, voltados para a formação e informação do cidadão, sobre o funcionamento do Legislativo, direitos, deveres e ações de cidadania;
6. participação popular: programas do tipo pinga-fogo, tribuna livre, atendimento telefônico, resposta à carta ou voz do povo, geralmente gravados, abertos à manifestação de pessoas e entidades previamente cadastradas, sobre questões específicas ou gerais;
7. cultura e variedades: programas que envolvem apresentações artísticas, filmes de média e curta-metragem, documentários científicos e históricos, reflexões espirituais, culinária, lazer e esportes, geralmente de carácter nacional, cultura popular ou regionalista, de produção própria da TVL (alguns com apresentação de parlamentar) ou veiculado por acordo com o autor/entidade interessada.

Assim, pode-se considerar que a programação das TVL's configura-se como centralizada na transmissão dos trabalhos parlamentares (quase que restrita a eles em televisão em estágio experimental), com muitas reprises e veiculação de programas complementares em alguns casos, sem uma preocupação em transmitir ou reprisar as sessões nos horários de maior audiência potencial (das 18h às 22h, ou aos finais de semana).

Perspectivas das TVL's no Brasil

A história da TV legislativa no Brasil revela, por um lado, avanços técnicos e políticos de uma adaptação do Parlamento ao universo televisivo, e em sua operação, um aumento significativo na sua abrangência e no número de parlamentos com TV parlamentar.

Por outro lado, revela também uma enorme discrepância entre diferentes tipos de TVLs, como: a dos Parlamentos federais, de assembleias legislativas dos principais estados e das câmaras municipais de capitais e grandes cidades do interior, que têm programação regular, transmissões ao vivo e conteúdo complementar, inclusive para televisão aberta em alguns casos; a de casas parlamentares de pequenos estados e cidades, com gravações de mono-quadro transmitidas de madrugada, de maneira irregular e “experimental”, somente para a TV a cabo ou mesmo apenas para a internet de banda larga; e também de importantes unidades da federação como Rio de Janeiro, Bahia e Distrito Federal, que até junho de 2005 ainda não tinham suas TVLs.

Assim, o quadro atual das televisões parlamentares no Brasil é:

- TVLs Federais (2): TV Senado e TV Câmara transmitindo 24 horas por dia, via TV a cabo por assinatura, via satélite por assinatura, via satélite em sinal aberto, via UHF em sinal aberto (para Brasília) e via internet de banda larga;
- TVLs Estaduais (17): TV's Assembleias Legislativas do **Rio Grande do Sul**, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, **Minas Gerais**, Espírito Santo, *Rio de Janeiro*, Goiás, Mato Grosso do Sul, *Distrito Federal*, Pernambuco, Maranhão, Rio Grande do Norte, Sergipe, Paraíba, *Piauí e Ceará*, transmitindo entre 6 e 18 horas diárias, principalmente via TV a Cabo por assinatura (Os estados assinalados em negrito transmitem também em sinal aberto de UHF/VHF e os destacados em itálico operam a menos de seis meses);
- TVLs Municipais (49): TV's Câmaras Municipais, das quais metade está nos Estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, transmitindo entre 2 e 6 horas diárias, via TV a cabo por assinatura e algumas, por sinal aberto de UHF/VHF, como as de Ribeirão Preto - SP, Três Lagoas - MS, Lavras - MG e Uberlândia - MG. Cabe destacar que o número de cidades brasileiras servidas por operadoras de televisão a cabo é de 146, das quais apenas 34 utilizam o canal reservado ao Parlamento de maneira regular.

Em relação à recepção da programação destas televisões nos domicílios brasileiros, os dados estimados são de que as TVLs Federais estão ao alcance de cerca de 50 milhões de pessoas que moram em 14 milhões de domicílios com acesso à TV por assinatura ou com antena parabólica convencional instalada.

Sobre a abrangência de TV's de Câmaras Municipais de municípios médios do interior, na veiculação por cabo, Santos, Uberlândia e Ribeirão Preto – com populações entre 500 e 600 mil habitantes –, possuem cerca de 40 mil assinantes de TV a cabo, cada uma (REVISTA Pay-TV, 1997). Este acesso por cabo que gira em torno de 8% da população, pode chegar a quase 100% nos Legislativos municipais que também transmitem sua programação pela TV aberta, como o de Ribeirão Preto.

Se o potencial médio de recepção gira em torno de 8% nas TVLs Municipais e 20% nas federais, em relação aos índices de audiência não há dados confiáveis, devido à ausência de medição regular. Em momentos especiais, como os depoimentos de Marcus Valério, José Dirceu e Antonio Palocci nas CPI's de 2005, a programação da TV Senado (a transmitida pela própria TV e as reproduções integrais de canais abertos) chegou a representar 30% dos aparelhos ligados nos horários de pico. No dia a dia, porém, a informação passada pelas operadoras de TV a cabo é que os índices são ínfimos e nem são considerados nos ranqueamentos de audiência (AUDIÊNCIA, 2005, p.12).

Estes dados levam à consideração de que a situação atual das TVLs no Brasil é de um número ainda pequeno de televisões, com pouca abrangência e baixíssima audiência, em relação à televisão comercial.

Este quadro, no entanto, poderá ser profundamente alterado nos próximos cinco anos, com uma perspectiva de que o número de TVLs seja quintuplicado e o de domicílios com acesso à programação triplicado. É que em fevereiro de 2005, a legislação de telecomunicações foi alterada e abriu-se a possibilidade de criação da “Rede Parlamentar de Televisão” no Brasil. Em linhas gerais, antes, havia no Brasil, três modalidades de serviço de televisão aberta:

- comercial: emissoras, retransmissoras e repetidoras com outorga do Ministério das Comunicações (após licitação e aprovação pelo Congresso Nacional) que transmitem em VHF e UHF uma programação com publicidade comercial e institucional, tais como as TV's Globo, Record e Bandeirantes, por exemplo;
- pública: emissoras, retransmissoras e repetidoras com outorga do Ministério das Comunicações aos poderes públicos da União, Estado, Municípios e também Universidades, bem como suas fundações, que transmitem em VHF e UHF uma programação com publicidade

majoritariamente institucional, tais como a TV Cultura (Fundação Padre Anchieta) de São Paulo e TVE do Rio de Janeiro, por exemplo;

- educativa: emissoras e repetidoras com autorização do Ministério das Comunicações (sem licitação e sem aprovação do Congresso) a Fundações de direito público ou comunitário, que transmitem em VHF e UHF uma programação exclusivamente com publicidade institucional, tais como as TV's Thathi de Ribeirão Preto e algumas TV's confessionais.

O Decreto Presidencial 5.371 de 17 de fevereiro de 2005 (BRASIL, Presidência, 2005) aprovou um novo Regulamento do Serviço de Retransmissão/Repetição de Televisão e criou a categoria de RTVI, ou seja:

XVI - Serviço de RTV Institucional (RTVI): é a modalidade de Serviço de RTV destinada a retransmitir, de forma simultânea ou não simultânea, os sinais oriundos de estação geradora do serviço de radiodifusão de sons e imagens (televisão) explorado diretamente pela União.

Esta alteração na legislação, basicamente, criou uma quarta modalidade de televisão, com as seguintes características:

- criação por meio de autorização simples do Ministério das Comunicações, sem licitação ou aprovação do Congresso Nacional;
- autorização dada a União, Estados, Municípios e fundações de interesse público ou comunitário, ou seja, Senado, Câmara dos Deputados, Prefeituras, Câmaras de Vereadores, Sindicatos, Associações, Igrejas etc.;
- obrigatoriedade de retransmissão do sinal de uma ou mais TV Institucional (TV-I), como a TV Senado, TV Câmara, TV Justiça, TV Assembleia e NBR (Presidência da República);
- possibilidade de inserção de programas regionais/locais, publicidade institucional e transmissão de sessões dos parlamentos;
- baixo custo das taxas e impostos a serem pagos, pela operação do serviço.

A partir deste decreto vislumbrou-se a possibilidade das três grandes TV's Institucionais (Senado, Câmara e Presidência) montarem suas redes de televisão pelo país, por meio de simples autorizações e convênios. Desde então, o Senado já conseguiu autorização para instalação de TV's abertas em dez grandes cidades brasileiras (Salvador, Recife, Fortaleza, Manaus, Rio de Janeiro, Belém, Natal, Maceió, Cuiabá e Boa Vista) e a TV Câmara já assinou convênio de RTV-I com

Assembleias Legislativas de seis estados (Paraná, Mato Grosso, Rio Grande do Sul, Alagoas, Rio Grande do Norte e Ceará).

Por outro lado, o número de Prefeituras que protocolaram no Ministério das Comunicações pedido para autorização de uma RTV-I ou conversão de suas RTV' em RTV-I's passou de 80 no primeiro ano do novo tipo de televisão. Estas mudanças recentes indicam uma perspectiva de multiplicação do número de TVLs no Brasil, de instalação de uma Rede Parlamentar de Televisão e de importantes mudanças no setor de televisão.

O jornalista Cristiano Lopes, considerando a possibilidade das RTV-I's dividirem sua programação com transmissões do Senado, Câmara dos Deputados, Presidência da República, Assembleia Legislativa e Câmara Municipal, chega a apontar a perspectiva de estas TV's converterem-se em televisão comunitárias, face à menor dificuldade de obtenção das autorizações, o menor custo de operação e à futura inserção dos desdobramentos da radiodifusão digital, no que ele visualizou como possibilidade de ser “uma sementinha de uma TV comunitária aberta no Brasil” (LOPES, 2005).

A TV CÂMARA MUNICIPAL DE RIBEIRÃO PRETO: CONTEXTO E CRIAÇÃO

Neste item, caracterizamos a TV Câmara Municipal de Ribeirão Preto (TVCM), destacando seu contexto sociopolítico, sua criação, principais aspectos de sua trajetória, seu funcionamento e sua programação. Esta caracterização objetiva estabelecer comparações, semelhanças e distinções com o modelo estabelecido pelas principais TVLs brasileiras (a TV Senado e a TV Câmara Federal), bem como a retomada destas características no item seguinte, no qual discutimos a realização de *accountability* pela TVCM.

A TV Câmara de Ribeirão Preto não é um canal ou uma emissora de televisão. Ela se configura como um conjunto de programação específica das atividades parlamentares da Câmara de Vereadores do Município de Ribeirão Preto, sob a responsabilidade e administração da mesa diretora da Casa Legislativa, com produção e transmissão de conteúdo terceirizada e programação veiculada na TV aberta e na televisão a cabo.

Em sua trajetória de 10 anos de funcionamento, passou por algumas mudanças, mas manteve suas principais características: a transmissão ao vivo das sessões legislativas como carro-chefe e a veiculação da programação na televisão aberta.

Contexto político e comunicacional de Ribeirão Preto

A cidade de Ribeirão Preto localiza-se a aproximadamente 300 km ao nordeste da capital do Estado, numa das regiões mais desenvolvidas do país, pois seu entorno pode ser caracterizado por:

Mais de 80 municípios compõem a região de Ribeirão Preto. São 3 milhões de habitantes que ocupam uma área de 30 mil km². A renda per capita é semelhante à de alguns países da Europa Mediterrânea e praticamente o dobro da média brasileira. (RIBEIRÃO PRETO, Prefeitura, 2007).

Com um território de cerca de 650 km² de extensão, o Município obteve sua emancipação há 152 anos, em 1856, e construiu a sua economia com base na agricultura: do café do século XIX para o XX e da cana-de-açúcar do século

XX para o XXI. Atualmente, a economia local baseia-se: na agroindústria de produção de açúcar e álcool; na indústria de alimentos e de produtos farmacêuticos; em um comércio macrorregional; e no setor de serviços, sobretudo de repartições públicas, escolas, hospitais e transportes.

Apesar da forte presença da agricultura no município, dados da Fundação SEADE divulgados em 2006 mostram que, no ano de 2000, 99,57% de seus 550480 habitantes viviam na zona urbana (Anexo F).

Do perfil desta população podem ser destacadas informações como as disponibilizadas no site da Prefeitura de Ribeirão Preto, a partir de dados do IBGE (Anexo F): 52% de habitantes do sexo feminino; 95,7% da população com idade superior a 7 anos são alfabetizados; 48,3% situados na faixa etária de 20 a 49 anos; 51,5% dos chefes de domicílio com 8 ou mais anos de estudo;

Em relação a estatísticas eleitorais, dados de 2007 obtidos junto ao Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo (TRE-SP) revelam que 67,5% dos habitantes são alistados eleitoralmente (Anexo G). E sobre a renda média mensal dos responsáveis por domicílios no município, em 2005, ela era de 3,3 Salários Mínimos (BRASIL, Ministério, 2005, p.64-6).

Estes dados permitem visualizar a população ribeirão-pretana como jovem e equilibrada quanto à proporção sexual dos habitantes, e com índices de urbanização, escolarização, alistamento eleitoral e renda acima das médias regionais, estaduais e nacionais.

Em relação ao contexto sociopolítico, a partir dos dados apresentados nos Quadros 18 e 19 (Anexo G), verificamos que o eleitorado da cidade apresenta as seguintes características: 53% do total são do sexo feminino (média nacional de 51,7%); 59,4% estão na faixa etária dos 18 aos 44 anos (média nacional de 61,1%); 52,2% têm escolaridade superior ao primeiro grau (média nacional de 34,2%).

Estas informações revelam que quanto aos perfis de sexo e idade, o eleitorado ribeirão-pretano se aproxima do perfil do eleitor brasileiro. Entretanto, quando consideramos a escolaridade do eleitor da cidade ela se diferencia da média nacional, pois, somando os índices de eleitores com segundo grau, incompleto, completo ou cursando (39,6%) com os com superior incompleto, completo ou cursando (12,6%) totalizamos quase o dobro da média nacional. O número de eleitores da cidade com curso superior completo, incompleto ou em andamento (12,6%) é mais que o dobro da média nacional de 5,7%.

Em relação à política, a população da cidade pode ser considerada organizada e participativa, pois, como apontou Reinaldo dos Santos (2005, p. 92):

No âmbito da política, Ribeirão pode ser considerada uma cidade organizada e participativa politicamente, pois possui uma grande quantidade de partidos políticos (22 agremiações), entidades representativas organizadas (57, somando-se sindicatos e associações de moradores) e Organizações Não Governamentais voltadas para questões políticas e sociais [...].

Dentre este número expressivo de organizações civis, destacamos o GAPCI – Grupo Ação Pró-Cidadania, movimento que, desde 2004, tem como seu principal objetivo acompanhar presencialmente todas as sessões da Câmara Municipal de Ribeirão Preto.

Em relação à representação política na Câmara local, nas últimas três legislaturas, quatro partidos ocuparam cerca de 2/3 das 21 cadeiras legislativas (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 2005, p.73-78):

- 1997-2000: 3 - PT, 3 - PMDB, 4 - PFL, 5 - PSDB e 6 - outros.
- 2001-2004: 5 - PT, 3 - PMDB, 3 - PFL, 2 - PSDB e 8 - outros.
- 2004-2008: 3 - PT, 5 - PMDB, 2 - PFL, 3 - PSDB e 7 - outros.

No Executivo Municipal, nos últimos quinze anos, PT e PSDB se alternaram no poder local com as eleições de Antonio Palocci do PT em 1992, Roberto Jábali do PSDB em 1996, Antonio Palocci pelo PT em 2000 e Welson Gasparini pelo PSDB em 2004 (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 2005, p.73-78).

Outra característica do contexto político do município, como Santos (2005) apontou, é a forte presença de profissionais do setor de comunicação na política eleitoral. No período de 1993 a 2004, cerca de 40% vereadores da Câmara de Ribeirão se enquadravam no perfil de radialistas, jornalistas, apresentadores televisivos ou empresários de radiodifusão. Presença semelhante de “locutores” ocorreu no mandato de prefeito da cidade, uma vez que

Dos quarenta anos compreendidos entre 1964 e 2004, o homem de mídia Gasparini governou a cidade por treze anos e ainda foi eleito para o período 2005-2008. [...] cinco dos dez mandatos de prefeito dos últimos quarenta anos foram exercidos por homens de mídia. (SANTOS, 2005, p. 136).

Esta relação entre mídia e política, de certa forma, decorre do perfil do setor de comunicações no município, marcado pelo grande número e variedade

de veículos de comunicação. A população do município tem acesso a 12 jornais de circulação regular, oito revistas semanais/mensais, 33 emissoras de rádio comercial e 15 emissoras/repetidoras de televisão aberta. Especificamente sobre televisão aberta, os aparelhos de televisão convencional (sem cabo, antena parabólica ou antena de micro-ondas) podem sintonizar 6 canais com pelo menos 1/4 de programação regionalizada: SBT, EPTV-Globo, Clube-Bandeirantes, Record, Rede Mulher e TV Thathi-TVE; e nove canais com programação exclusivamente nacional ou de outras regiões: Record News, Band News, Cultura, Canal 21, Gazeta, Rede Vida, Shoptour, Canção Nova e MTV.

No que se refere ao acesso à internet, em 2006, 24% dos ribeirão-pretanos viviam em domicílios com acesso de banda larga/discado, em relação às médias estadual de 17,97% e nacional de 10,27% (BRASIL, Ministério, 2005, p.54-55).

As considerações sobre este conjunto de informações nos levam a configurar Ribeirão Preto, enquanto contexto de inserção da TVCM e enquanto universo de análises do estudo de caso desta obra, como distinta de outras localidades de mesmo porte (cidades não metropolitanas com cerca de 500 mil habitantes) no que se refere aos seguintes aspectos: sua população tem um número de anos de estudo muito acima da média nacional, com mais da metade do eleitorado com escolaridade acima do primeiro grau completo; a renda per capita dos ribeirão-pretanos também é superior à média estadual e nacional; a população tem acesso a um grande número de meios de comunicação e informação; a história política da cidade é marcada por um grande número de entidades representativas (são 14 partidos políticos com diretório municipal, 28 sindicatos com sede local, 22 associações de bairros e várias ONG's temáticas) e pela forte presença de profissionais da área de comunicação na política local.

Podemos, assim, concluir que o contexto social e político da trajetória da TV Câmara Municipal de Ribeirão Preto é o de uma população escolarizada, com acesso a vários meios de informação e com grande participação de comunicadores na política.

A criação da TVCM - Ribeirão

A TV Câmara Municipal de Ribeirão Preto configura-se como a produção técnica e veiculação das sessões da Câmara Municipal de Ribeirão Preto, por uma empresa contratada, por meio de transmissão por um canal de televisão aberta

em frequência UHF e de parte da programação de uma emissora local na grade da TV a cabo.

As origens da TVCM remetem ao ano de 1987, quando foi aprovada uma lei municipal criando uma Rádio FM da Prefeitura Municipal, emissora educativa que seria “vinculada à Secretaria Municipal da Educação, com o objetivo de promover e difundir em todo o Município, eventos culturais, educacionais e campanhas sociais beneficentes” (RIBEIRÃO PRETO, Prefeitura, 1987). O autor deste Projeto de Lei, o prefeito da época João Gilberto Sampaio (PMDB), radialista e empresário de radiodifusão, encerrou seu mandato no ano seguinte e não concretizou o objetivo da legislação aprovada, pois a emissora FM não foi implantada de fato, apesar da Lei ainda não ter sido revogada.

Em 1995, o Legislativo Municipal aprovou outra lei que autorizava, o então prefeito, Antonio Palocci (PT) a iniciar a implantação de um sistema municipal de radiodifusão educativa. A Lei Complementar n. 438, de 12 de abril de 1995, estabelecia em sua ementa: “Dispõe sobre autorização para que o Prefeito Municipal promova estudos e medidas legislativas e administrativas, visando à implantação do Sistema Municipal de Radiodifusão Educativa Sonora e de Sons e Imagens”.

A Lei, de autoria do Executivo, e que não mencionava a de 1987, buscava viabilizar condições legislativas e administrativas para que a Prefeitura pudesse pleitear a concessão de uma emissora de rádio e de uma de televisão para implantação de uma Rede Pública de Comunicação do Município, “com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas” (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 1995).

Esta Lei, assim como a anterior, não teve seus objetivos concretizados, pois a Prefeitura não obteve concessão de emissora de rádio nem de televisão. Contudo, a Lei Complementar 438/95 diferencia-se de sua antecessora, nos seguintes aspectos: além do rádio, objetivava também uma emissora de televisão; tornou-se a base legal para os atos legislativos e administrativos de funcionamento da TVCM até os dias atuais; foi aprovada três meses após a edição da Lei da Cabodifusão, 8977/95, numa perspectiva de utilização dos canais reservados ao Poder Legislativo na grade de canais da TV a cabo.

Outro aspecto diferencial é o fato de que, ainda no ano de 1995, entrou em operação na cidade de Ribeirão Preto, o serviço de TV a Cabo, operado pela empresa Multicanal (que, desde 1994, tinha autorização para operar na cidade) que, de fato, colocava a possibilidade de a Câmara Municipal da cidade veicular programação específica em um dos canais reservados para tal.

A operacionalização da transmissão de uma programação televisiva, cuja temática principal era as atividades da Câmara Municipal de Ribeirão Preto, iniciou-se, efetivamente, apenas em meados de 1997. Neste ano, uma emissora local de televisão começou as transmissões das sessões da Câmara Municipal de Ribeirão pela televisão aberta, num canal de frequência UHF, da TV COC / TV Thathi, sobre a qual passamos a discorrer.

A TV Thathi é uma emissora regional que teve suas origens no princípio dos anos noventa. Desde 1991, o Sistema COC de Ensino, organização empresarial que atua no mercado de serviços educacionais (colégios, faculdades, franquias, material didático e ensino a distância) em nível nacional, adquiriu uma emissora local para transmitir palestras, aulas e eventos culturais. A TV COC, inicialmente retransmitia a programação da TV Manchete, do Rio de Janeiro, e cerca de 20% de programação local própria. Em 1993, o grupo adquiriu duas retransmissoras na macrorregião e passou a denominar-se TV Thathi e a atingir 200 cidades do interior paulista.

De 1993 a 1998, o Sistema Thathi de Comunicação foi reestruturado: com a venda dos direitos da concessão da emissora UHF e das duas retransmissoras, para uma Igreja evangélica (que criou a Rede Família de Televisão com esta estrutura); a obtenção de uma concessão de emissora educativa pelo controlador do COC; e a incorporação de duas emissoras de rádio. Em sua nova configuração, com alcance apenas na cidade de Ribeirão Preto, a TV Thathi passou a retransmitir a programação da TV Educativa (TVE) do Rio de Janeiro e iniciou um projeto que visava à veiculação de 100% de programação própria e local (TV THATHI, 2006).

Neste projeto para alcançar uma maior produção de conteúdo local, a TV Thathi passou a transmitir, ao vivo e/ou por meio de gravações, além de aulas, palestras e eventos educacionais: eventos esportivos (competições de futebol amador, campeonatos de basquete envolvendo a equipe patrocinada pelo COC); um telejornal local; e esquetes publicitários de produção independente veiculados em horários arrendados. Neste sentido, em meados de 1997, a TV Thathi iniciou a transmissão de sessões da Câmara de Vereadores. Não havia qualquer contrato entre a emissora e a Casa Legislativa e esta transmissão era gratuita e apenas para a veiculação da programação no canal de TV UHF da emissora.

Em outubro de 1997, uma Resolução da Câmara Municipal formalizou a situação informalmente configurada. A Resolução n.52/97, invocando como base

legal o artigo 23º da Lei da Cabodifusão e a Lei Complementar 438/95, criou e instituiu o “Programa TV Câmara Municipal - TVCM” e autorizou a Mesa Diretora da Câmara ribeirãoopretana a, por conta da dotação orçamentária própria do Legislativo, viabilizar o programa. A partir desta Resolução, a presidência do Legislativo, “objetivando a permanente divulgação e intensa popularização dos trabalhos desenvolvidos nos limites do Legislativo ribeirãoopretano”, poderia celebrar convênios e parcerias para viabilizar a geração, transmissão e demais necessidades técnicas e operacionais da TVCM (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 1997a).

Em março de 1998, a Câmara Municipal lançou uma tomada de preços (Tomada de Preços 03/98) para “contratação de serviços destinados à implantação do ‘Programa TV Câmara Municipal’ - TVCM” (AVISO, 1998). A empresa vencedora, única concorrente, foi a TV Thathi, que já transmitia gratuitamente as sessões legislativas. Assim, em maio de 1998, ao custo de 10 mil reais mensais, a TV Câmara iniciou oficialmente a sua operação:

A sessão da Câmara de Ribeirão Preto começou a ser transmitida, por meio de TV a Cabo, no último dia 5, em caráter experimental. Na próxima semana a sessão vai ao ar oficialmente. A transmissão custará R\$10 mil por mês e será feita pelo canal 33, em UHF, e canal 22 na Multicanal, às terças e quintas. A TV Thathy, que transmitia as sessões no ano passado gratuitamente, venceu a licitação para a produção e veiculação das sessões. (REGIONAL, 1998).

Em 1999, outra resolução da Câmara Municipal, modificou alguns dispositivos da anterior e introduziu duas novidades: a TVCM criada como “programa” foi transformada em “TV” e chamada de transmissora de TV; a transmissão por TV aberta, que apesar de ocorrer de fato, ainda não havia sido formalizada, passou a ser respaldada por uma autorização para a “Câmara Municipal retransmitir a ‘TV Câmara’ em frequência - VHF e UHF” (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 1999a).

Desde então, a estrutura básica da TVCM praticamente não foi alterada. Na trajetória de sua criação, podem ser destacadas as seguintes datas:

- Janeiro de 1995: aprovação da Lei da Cabodifusão - 8977 que reservou canais da TV a Cabo para transmissão das atividades dos Poderes Legislativos;

- Abril de 1995: aprovação da Lei Complementar 438 de Ribeirão Preto, que criou o Sistema Municipal de Radiodifusão Educativa no município;
- Março de 1997: início das transmissões das sessões da Câmara Municipal pela TV Thathi, pela tevê aberta e de forma gratuita;
- Outubro de 1997: aprovação da Resolução 52 da Câmara de Ribeirão Preto, que criou o Programa TV Câmara Municipal e abriu a possibilidade de contratação de empresas para viabilizar a produção e transmissão;
- Maio de 1998: início oficial das transmissões das sessões do Legislativo ribeirão-pretano pela TV Thathi, como contratada para a produção e transmissão;
- Dezembro de 1999: Resolução 148 da Câmara de Vereadores transforma o Programa TVCM em transmissora de TV e regulamenta as transmissões por frequências de TV aberta.

Cabe destacar que, nesta diversidade de datas, consideramos o mês de março de 1997 como o mês de origem da TVCM, pois, foi este o marco de início das transmissões das sessões pela TV. Esta opção por esta baliza temporal associa-se à natureza de nosso objeto de análise, as relações de *accountability* decorrentes da transmissão das atividades do Legislativo.

No que se refere ao criador da TVCM, embora os projetos de lei relacionados tenham sido de autoria do Poder Executivo, publicamente, dois vereadores reivindicam a “paternidade” da tevê. O vereador José Alfredo de Carvalho (PT) que, em 1995, elaborou um projeto de lei propondo a criação de uma TV municipal. Este projeto foi substituído por uma proposta do prefeito Antonio Palocci (PT) que criou o Sistema Municipal de Comunicação (Lei Complementar 438/95). Devido a esta iniciativa, o hoje ex-vereador “Zé Alfredo”, reivindica em seus materiais de campanha eleitoral a autoria da “ideia” de criar a TVCM.

O vereador Leopoldo Paulino (PSB) é o que se proclama criador da TVCM com mais veemência. Ele era o Presidente da Câmara em 1998, quando foi feita a contratação da empresa para viabilização da TV Câmara e o início da operação oficial ocorreu em sua gestão à frente da Mesa Diretora da Casa. Em seus materiais de divulgação (panfletos, boletim do mandato, entrevistas concedidas à imprensa, textos na internet), Paulino destaca como uma de suas principais realizações a criação da TV. No site oficial do vereador, logo nas primeiras linhas

do texto está destacado que: “Como Presidente da Câmara Municipal de Ribeirão Preto criou a TV Câmara, para que o povo possa acompanhar os trabalhos do Legislativo” (www.leopoldopaulino.com.br, 2007).

Outros envolvidos na criação da TV foram os vereadores Cícero Gomes da Silva e Antonio Carlos Morandini. Cícero presidiu a Câmara em 1997, quando foi aprovada a Resolução que criou o Programa TVCM e autorizou a celebração de contratos para sua viabilização (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 1997a). Morandini estava à frente da Casa em 1999, quando a Resolução 148 transformou o Programa TVCM em transmissora de TV e regulamentou as transmissões pela TV aberta (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 1999a).

Quanto ao contexto político de criação da TVCM, no que se refere aos interesses envolvidos, cabe destacar que o início da TV envolveu um debate em torno de questões políticas e comerciais. Oficialmente, os projetos e as leis aprovadas traziam em suas justificativas, objetivos “educacionais e informativos” (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 1995) e a necessidade de “divulgação e popularização dos trabalhos do Legislativo” (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, Resolução 1997a).

Em abril de 1998, quando perguntado se “Ribeirão Preto precisa de uma TV só para falar da Câmara Municipal?”, o vereador José Alfredo (PT), líder do governo na época, argumentou que: “Precisa. Quanto mais canais de comunicação tivermos para mostrar o trabalho dos vereadores, melhor será” (GUEDES, 1998b).

Expressões como informar, divulgar, popularizar e mostrar, recorrentes nos documentos da época, denotam a natureza de meio de divulgação com que a TV foi pensada inicialmente. Naquele momento não se falava nas possibilidades de acompanhamento, fiscalização e participação proporcionadas pela tevê que estava sendo criada. Por isto, podemos considerar que a TVCM foi criada como um meio de promoção das atividades da Câmara e não como instrumento de fiscalização.

A discussão sobre os limites entre a transparência dos atos dos agentes públicos e a propaganda/publicidade pessoal e política com recursos públicos, de certa forma, permeou a criação da TVCM, pois a TVL de Ribeirão foi criada simultaneamente à extinção, em meio a processos judiciais, do “Jornal da Câmara”, periódico institucional destinado à divulgação das atividades dos vereadores.

No mês de março de 1997 (mesmo mês de início da transmissão das sessões pela TV Thathi), a Câmara Municipal aprovou uma Resolução criando o Jornal da Câmara, periódico mensal distribuído gratuitamente entre a população

(RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 1997b). Até então, os principais instrumentos de divulgação das atividades do Legislativo eram: as publicações de atos oficiais no Diário Oficial do Município (boletim de serviço impresso que circulava nas diversas repartições públicas da cidade); e as publicações pagas dos principais atos oficiais da Câmara (leis e editais) em jornais de circulação local. É importante destacar que a criação da TVCM e do Jornal da Câmara no primeiro semestre de 1997 estavam inseridas num conjunto de ações voltadas para a reformulação da comunicação do Legislativo, que incluíram a elaboração de um site de internet, a inauguração de uma sala de imprensa e a criação de uma assessoria de imprensa na Casa.

No segundo semestre de 1997 (quando uma resolução criou formalmente a TVCM), o ex-vereador Fernando Chiarelli (que tinha sido cassado por seus pares por quebra de decoro na legislatura anterior) entrou na justiça com uma ação popular contestando a publicação do Jornal da Câmara, sustentando se tratar de propaganda “para benefício político dos próprios vereadores, ao invés da divulgação imparcial dos trabalhos legislativos e matérias votadas” (JUSTIÇA, 1998, capa).

No período que se seguiu até extinção total do *Jornal da Câmara*, em fevereiro de 2002, entre liminares concedidas e cassadas, a circulação regular do jornal foi interrompida. Em 1998, no mesmo mês em que a TVCM foi inaugurada oficialmente, os vereadores de Ribeirão Preto foram condenados, em primeira instância, a devolver aos cofres públicos os valores gastos com as três edições do Jornal, objeto da ação judicial. A sentença destacou que:

As pequenas biografias dos vereadores inseridas nas páginas do jornal não são de interesse público, mas lembrando os “santinhos” distribuídos em época de eleição. Não trazem a divulgação de nenhum ato administrativo ou legislativo de interesse público, limitando-se a relatar fatos passados da vida dos vereadores. Aqui, sim, houve nítida “promoção pessoal” dos co-réus. (AÇÃO, 1998).

Esta decisão judicial foi importante na trajetória da TVCM, pois, sem o *Jornal da Câmara*, a TVL passou a ser o principal meio de comunicação do Legislativo ribeirãopretano. Outro aspecto refere-se à natureza de divulgação das atividades dos vereadores que tanto o Jornal quanto a TV, apresentaram tendência na sua criação. Os argumentos presentes no processo judicial influenciaram no formato e na natureza das futuras ações de comunicação da Câmara, que passaram a ter uma preocupação em evitar a promoção pessoal dos vereadores.

Exemplo desta influência é o texto da Resolução 27/2002 que extinguiu o Jornal da Câmara e apontou diretrizes para a publicização dos atos do Legislativo:

Artigo 3º - Nas laudas e informativos das proposições e projetos de Lei a serem encaminhados aos órgãos de divulgação fica terminantemente proibido e vedada a citação do nome do autor ou autores; bem como proibida a citação do nome do Presidente da Câmara Municipal no final das mesmas. (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 2002).

Este contexto, certamente, marcou os primeiros anos de operação da TVCM, cujo conteúdo era a transmissão integral das sessões, sem cortes, alternância de câmeras, edição de imagens ou inserção de legendas.

Da mesma forma, no ano de 2002, uma ação judicial semelhante contestou a natureza de promoção pessoal dos conteúdos das páginas oficiais dos vereadores, disponibilizadas no servidor de internet da Câmara. Novamente o desfecho foi a restrição da divulgação na internet às informações estritamente relacionadas aos atos legislativos dos vereadores. As páginas que cada vereador tinha sobre sua biografia, propostas, pronunciamentos, agendas e projetos foram tiradas do ar e passou à divulgação somente de: dados básicos das biografias dos legisladores, como nome, filiação, data de nascimento, naturalidade, profissão e partido; e as pautas das reuniões e as leis aprovadas. Assim, mesmo com o avanço da internet, a TVCM continuou sendo o principal meio de divulgação da Câmara de Ribeirão.

Em seu contexto de criação, porém, a TVCM sofreu críticas por parte de alguns setores da imprensa ribeirãoopretana. Antes mesmo da inauguração, um dos jornais de maior circulação da cidade, “em nome do povo”, rechaçava a iniciativa do Legislativo:

[...] no entanto, acontecem alguns fatos que **provocam despesas que o povo julga desnecessárias**, pois não implicam no bom funcionamento do legislativo. Agora está sendo preparada a instalação da TV Câmara, que **em nada vai contribuir para melhorar a qualidade da atuação dos vereadores**, mas vai gastar dinheiro do povo [grifos nossos]. (POLÍTICA, 1998d, p. 3).

Depois de ir ao ar, as críticas se acentuaram, atacando seu caráter de promoção pessoal e sua suposta inconstitucionalidade:

O **povo não pode e não quer pagar para assistir promoções pessoais**, o que, aliás, a própria constituição proíbe expressamente. O que se viu, no primeiro programa gerado pela TV Câmara se constitui num verdadeiro atentado ao bom senso, numa sistemática que poderá gerar favorecimentos injustificáveis para alguns e prejuízos imensuráveis para outros, além de **provocar visíveis arranhões nos princípios de constitucionalidade** [grifos nossos]. (TV DO ABSURDO, 1998, p. 2).

Nas primeiras semanas de operação da TVCM, o jornal *A Cidade* enfatizava o caráter desinteressante da programação.

Os vereadores de Ribeirão Preto estão enfrentando uma situação estranha com a contratação de emissora de televisão para transmitir as sessões da Câmara. Há uma batalha para garantir a presença de todos os vereadores no programa da “TV Câmara”. Esta questão, **que não diz nada ao interesse da população** [grifo nosso], motiva reuniões e discussões, que caminham até para mudanças no Regimento Interno da Câmara Municipal. (POLÍTICA, 1998b, p. 3).

As críticas da imprensa às TVLs, de certa forma, também ocorriam em outras esferas. O jornalista Boris Casoy, por exemplo, quando da criação da TV Senado, usou o seu bordão para “enfatizar que era uma vergonha a utilização de recursos públicos para a divulgação dos atos legislativos por meio de uma TV própria” (ABREU, 2004). Conforme Abreu (2004), “o âncora sugeria que os deputados não deveriam avançar sobre o que a iniciativa privada já fazia, a seu ver, com competência – a cobertura dos atos dos três poderes”.

No geral, as críticas da imprensa às TVLs seguiam algumas linhas em comum: desinteresse da população; gasto desnecessário de dinheiro público; e promoção político-eleitoral dos parlamentares. Estavam também relacionadas à oposição da maioria da imprensa comercial e à ampliação de iniciativas de radiodifusão pública ou governamental. A viabilização de um canal de comunicação do Legislativo com a população poderia significar: diminuição nas oportunidades de negócios com o poder público e agentes políticos; aumento da concorrência pela audiência com a mídia comercial; e redução do poder de influência da imprensa na política.

Em Ribeirão Preto, elas também estavam inseridas em embates políticos e comerciais, em um cáustico debate que, supostamente, envolvia interesses de vereadores e empresários de mídia. Os principais envolvidos neste momento

eram: Leopoldo Paulino (PSB), Vereador e Presidente da Câmara no ano de instalação da TVCM; Wilson Toni (PMDB), ex-vereador, ex-deputado, radialista e empresário de mídia, proprietário de um jornal, uma gráfica e arrendatário de quatro horas diárias para seus programas no rádio e na televisão na região; Luchesi Júnior, radialista, repórter dos programas de Wilson Toni e candidato a vereador não eleito nas eleições de 1996.

Em maio de 1998, a campanha para as eleições de outubro começava a ganhar as ruas e os pré-candidatos buscavam espaço na mídia. Os políticos radialistas Toni e Luchesi, por meio das páginas do jornal *Verdade* e do microfone do programa de rádio *Clube Verdade*, empreenderam uma campanha de críticas à TVCM, acusando o vereador Paulino de fazer uso político da TV Câmara, privilegiar alguns vereadores e censurar outros nas transmissões da TVL, conforme declarações reproduzidas pela imprensa na época (TRIBUNA, 1998, p.3):

Houve censura na transmissão da televisão, cortaram a palavra do Coraucci Neto e nem deixaram o Donizetti Rosa falar.

(Radialista Luchesi Júnior, da Rádio Clube/AM)

Eu também acho que houve censura na transmissão da TV.

(Radialista Wilson Toni, PMDB, da Rádio Clube/AM)

O Presidente da Câmara respondia aos ataques, por meio de declarações à imprensa e com pronunciamentos na tribuna/câmeras do Legislativo, destacando as motivações eleitorais de Luchesi e Toni nos ataques à TVCM, bem como supostos interesses comerciais da emissora a que os jornalistas eram ligados, que supostamente pretendia prestar os serviços de operação da TV à Câmara (TRIBUNA, 1998, p.3):

O radialista Wilson Toni veio me pedir para cancelar a licitação, em nome da Clube. Ele queria que a emissora (Clube) fosse contratada para produzir o programa.

(Luchesi) é desonesto profissionalmente, um moleque que não tem história e que está a serviço da TV Clube.

(Vereador Leopoldo Paulino)

A briga em torno da TVL perdeu fôlego no mês seguinte, quando a definição das candidaturas para as eleições de outubro, amenizou as tensões da pré-campanha. A maioria dos jornalistas locais envolvidos nas críticas à TVCM

foram candidatos nas eleições e, a partir de junho daquele ano, foram afastados de suas funções nos veículos de comunicação em que trabalhavam, por determinação da legislação eleitoral.

Outro elemento que dissipou parte das críticas à TVCM foi a inauguração em junho de 1998 do painel eletrônico de votações no Plenário. A possibilidade dos cidadãos/eleitores acompanharem, de suas casas e ao vivo, via televisão, as votações de cada vereador em cada projeto, colocou a perspectiva da TVCM como instrumento de acompanhamento, fiscalização ou transparência das atividades dos vereadores.

Cabe destacar ainda que, na análise da criação da TVCM, não encontramos subsídios nas fontes documentais para responder à questão: porque a Câmara de Ribeirão não buscou, como a maioria absoluta dos Legislativos que criaram TVLs, transmitir suas sessões gratuitamente pelos canais de cabo reservados pela Lei de Cabodifusão? Nos projetos, leis, resoluções, justificativas, contratos, matérias da imprensa e mesmo ações judiciais (como a que contestou o aumento de 150% no valor do contrato com a TV Thathi, em 2002), não há qualquer menção a esta possibilidade ou alternativa.

Buscando elementos para a compreensão desta questão, ouvimos em entrevista com o ex-presidente da Câmara e ainda vereador em Ribeirão Preto, Leopoldo Paulino, uma versão de ignorância quanto à possibilidade do Legislativo ribeirão-pretano transmitir gratuitamente suas sessões pelo canal de TV a cabo utilizado pela TV Assembleia Legislativa:

Pesquisadora: Vocês nunca pensaram em usar o canal compartilhado com a TV [Assembleia] Legislativa de São Paulo?

Leopoldo Paulino: Eu não sabia disto, nós temos um horário para a gente?

Pesquisadora: Vocês não discutiram isto na época da criação da TVCM?

Leopoldo Paulino: Não. Eu nem sabia disto. Estou sabendo por você agora. (PAULINO, 2007).

Sérgio Luiz Martins, assessor de imprensa da Câmara de Ribeirão Preto desde 1997, defendendo o modelo de transmissão pela TV aberta argumentou: que o custo (da terceirização) da transmissão ao vivo das sessões é mais baixo que o da montagem de uma estrutura para produzir oito horas de conteúdo para o compartilhamento do canal de TV a cabo; e que as Câmaras Municipais encontram

dificuldades em negociar com a Assembleia Legislativa o compartilhamento dos horários para transmissão ao vivo das sessões (MARTINS, 2007).

As alegações de Paulino quanto ao desconhecimento da utilização do canal de TV a cabo é, no mínimo, discutível, pois a licitação aberta em sua gestão na Presidência da Câmara para contratar os serviços para implantação da TVCM, apontava exatamente o dispositivo da Lei de Cabodifusão que regulamenta esta possibilidade, como o embasamento legal para a tomada de preços:

AVISO DE LICITAÇÃO

Tomada de Preços n. 03/98

OBJETO LICITADO: contratação de serviços destinados à implantação do Programa “TV Câmara Municipal - TVCM”, nos termos da Resolução 52/97, deste Poder Legislativo, **do artigo 23, inciso I, letra B, da Lei Federal n. 8.977** [grifo nosso] de 06 de janeiro de 1995, C. C. Lei Complementar Municipal n. 438, de 12 de abril de 1994. (AVISO, 1998).

Como se pode observar, a citada letra “b” do inciso I do artigo 23^a da Lei 8977/95 estabelece que as operadoras de TV a cabo deverão disponibilizar gratuitamente canais para as seguintes destinações:

b) um canal legislativo municipal/estadual, reservado para o uso compartilhado entre as Câmaras de Vereadores localizadas nos municípios da área de prestação de 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; (BRASIL, Congresso, 1995).

Cabe ressaltar, porém, que de março de 1997 a maio de 1998, quando as transmissões das sessões da Câmara de Ribeirão Preto ocorreram em caráter experimental, a Assembleia Legislativa Paulista (ALESP) ainda não havia começado a operar a sua TVL. As transmissões da ALESP para o interior iniciam-se apenas no final de 1998 e as primeiras Câmaras Municipais a compartilharem o canal de TV a cabo foram as de Bauru e Assis. Podemos considerar assim que, quando começou a operar, a utilização do canal de cabo compartilhado não era uma opção disponível para a TVCM.

Quanto às dificuldades de negociação do compartilhamento de canal com a TV ALESP, de fato, os horários das sessões da Assembleia Legislativa de São Paulo - de segunda a sexta-feira das 14h:30min às 19h, podendo se estender de

acordo com a rotina dos trabalhos (www.alesp.sp.gov.br), coincidem com os das principais Câmaras paulistas, obrigando as TV's dos Legislativos municipais a transmitirem suas sessões em reprises e muitas vezes em horários do período da manhã ou da madrugada. Esta dificuldade, antes restrita aos bastidores das negociações das Mesas Diretoras das Casas Parlamentares, recentemente, tornaram-se públicas e foram parar na Agência Nacional de Telecomunicações:

Assembleias e Câmaras de SP disputam espaço na programação das emissoras

A disputa por espaço na TV Legislativa abriu uma guerra entre a Assembleia e as câmaras de vereadores do interior de São Paulo. A ALESP entrou com um processo na ANATEL pedindo intervenção na divisão do tempo de programação, uma vez que o canal é de uso compartilhado. Os municípios, por sua vez, acionaram os seus deputados federais para defendê-los em Brasília, para evitar que a Assembleia fique com a maior parte da grade de programação. (ASSEMBLEIAS, 2007).

Podemos notar, assim, que um dos principais diferenciais da TVCM, a transmissão para a TV aberta convencional, conforme alegado pelos envolvidos em seu processo de criação, não se deu em razão do maior potencial de abrangência e audiência da televisão aberta, mas devido a dificuldades de conciliação de horários compartilhados com a TVALESP no canal da TV a cabo.

TV Câmara de Ribeirão - 10 anos

Analisar os 10 anos da TVCM implica em eleger alguns aspectos entre os vários possíveis nesta trajetória de mais de uma década. Neste sentido, optamos por destacar os aspectos que permitem uma visualização de como funciona a tevê legislativa de Ribeirão Preto: funcionamento, programação, audiência e alguns momentos de maior repercussão. Da mesma forma, na apresentação destes quatro aspectos, pontuaremos as principais mudanças ocorridas desde o início da operação da TVCM.

Em relação ao funcionamento, a TV Câmara Municipal é transmitida pelo Canal 22 da TV por assinatura (canal a cabo transmitido pela NET em Ribeirão Preto), e pelo Canal 33 da TV aberta (de frequência UHF sintonizado na cidade de Ribeirão), ambos veiculando a programação da TV Thathi.

O canal 22 (TV Thathi) da grade da NET-TV (antiga Multicanal) é oferecido desde 1994 em todos os pacotes da operadora aos assinantes de Ribeirão. Ele transmite integralmente a programação da TV Thathi e se situa no *line-up* (Anexo H), entre as emissoras que também transmitem para a televisão aberta (13 ao 24), logo após os canais de algumas emissoras comerciais (17 - SBT, 18 - Globo, 19 - BAND, 21 - Record) e um pouco distante dos demais canais legislativos (5 - Assembleia Legislativa, 6 - TV Senado e 11 - TV Câmara). A TV Thathi não é transmitida pelas demais operadoras de TV por assinatura na cidade (Sky/DirecTV, SuperTV e Telefônica), que não operam utilizando cabo, mas por sistema de antenas receptoras de sinais codificados de satélite.

O canal 33 (TV Thathi) da grade da TV aberta é oferecido desde 1991, pela Fundação Rádio e TV Educativa Oswaldo Cruz (Sistema COC de Ensino), aos moradores de Ribeirão Preto com aparelhos de televisão capazes de sintonizar emissoras nas frequências de UHF. As transmissões abertas da TV Thathi atingem praticamente toda a área urbana de Ribeirão Preto, mas tanto o canal do cabo quanto o UHF não alcançam regularmente outros municípios vizinhos. Cabe ressaltar que nos anos de 2005 e 2006, quando vigorou um acordo de compartilhamento de programação entre a TV Thathi e a TV Cultura de São Paulo, a programação da TV Thathi foi retransmitida para 61 municípios da região Nordeste do Estado de São Paulo.

Quanto à operação técnica das transmissões da TVCM, as reprises são processadas a partir da sede da TV Thathi, num bairro central da cidade. A partir de uma central de *videotape*, o programa é transmitido, via micro-ondas de rádio, do estúdio para a antena da emissora, localizada na periferia da cidade e de lá para os televisores da população. A transmissão ao vivo das sessões da Câmara envolve o envio do conteúdo do Plenário, por meio de cabos, para a um link móvel (veículo do tipo furgão, equipado com transmissores e uma antena retrátil de cerca de 10 metros, comumente utilizado por emissoras de TV para reportagens externas e ao vivo) que é levado ao estacionamento da Casa Parlamentar. Por meio da antena deste veículo, as imagens são enviadas, via transmissão por micro-ondas de rádio, para o estúdio da TV Thathi e de lá para antena da emissora, para chegar aos televisores dos ribeirãopretanos. A transmissão via canal de TV a cabo, tanto das sessões ao vivo como das reprises, é feita pela captação das transmissões abertas da TV Thathi (o mesmo sinal enviado ao telespectador comum) por meio de antenas “comuns” na sede da operadora NET e a retransmissão destas imagens aos

assinantes por meio da rede de cabos. Este procedimento gera um *delay* de cerca de 15 segundos, ou seja, há uma diferença de tempo entre o conteúdo do canal UHF e o do cabo, que chega ao espectador com este pequeno atraso.

A recepção da programação, atualmente, é feita de maneira convencional pelo espectador, com a indicação do canal 33 no aparelho de TV doméstico. O sinal tem intensidade boa na maior parte da cidade, sobretudo nos bairros das zonas norte e oeste (Complexo Aeroporto e região do Ipiranga), onde se concentra aproximadamente metade da população. Em alguns bairros mais distantes das zonas Sul e Leste, as pessoas recebem uma imagem com qualidade parcial ou têm dificuldade em sintonizar a emissora.

Para a recepção da transmissão das sessões na televisão aberta não é necessário televisor especial, adaptador, conversor, decodificador ou antena específica. Na maioria das casas da cidade, uma antena interna simples permite o acesso à programação. Em relação ao cabo, o procedimento de recepção consiste em teclar o canal 22, diretamente no televisor ou no aparelho decodificador fornecido pela operadora, no qual a TV Thathi já vem sintonizada.

No que se refere à produção da TVCM cabe destacar as muitas dificuldades enfrentadas na busca por informações específicas sobre este assunto. Durante a pesquisa, (re) apresentamos quatro pedidos de acesso aos contratos firmados com a TV Thathi, sem obter retorno a nenhum deles. Da mesma forma, entre telefonemas, e-mails e visitas pessoais para obtenção de informações junto à TV Thathi, foram dezenas de tentativas sem sucesso. Diante deste quadro, concluímos que, tanto a Câmara Municipal como a TV Thathi, deliberadamente, não estavam dispostas a permitir o acesso a este tipo de documento ou informação. Assim, as informações que conseguimos sobre a produção e transmissão da TVCM foram por meio de pesquisa de observação realizada nos bastidores das sessões legislativas e entrevistas com o assessor de imprensa da Câmara.

Quanto aos equipamentos utilizados, parte pertence à Câmara Municipal e parte é da emissora prestadora do serviço. São da Câmara: o sistema de som (com os microfones, caixas acústicas, amplificadores e uma mesa de som, instalados no plenário) e o sistema de iluminação (com holofotes fixos na mesa, na tribuna, nos acentos dos vereadores e na galeria). A assessoria de imprensa da Casa tem também uma câmera analógica, mas apenas o sistema de som e de iluminação são utilizados na captação de conteúdo pela prestadora do serviço. São da TV Thathi e utilizados nas transmissões: as câmeras de vídeo, o cabeamento, os veículos (furgão com o

link móvel e automóvel para transporte de funcionários e demais equipamentos), a mini-ilha de edição do furgão, o gerador de legendas e o estúdio na sede da emissora.

Quanto aos materiais e insumos, à exceção da energia elétrica e da manutenção dos sistemas de som e de iluminação do plenário, todos os demais (fitas, DVD's, baterias, combustível, licenciamento da frequência de radiotransmissão e manutenção dos equipamentos) são custeados pela empresa contratada. Em relação à documentação gerada pelas transmissões, nem a Câmara nem a TV Thathi mantém arquivos com as vídeo-gravações das sessões. “Não guardamos, seguimos a Lei de Imprensa e mantemos as gravações do que é transmitido por trinta dias” (MARTINS, 2007).

Em relação ao pessoal, a Câmara Municipal tem envolvidos no funcionamento da TVCM, a sua assessoria de imprensa, composta pelo assessor (cargo de confiança da Presidência da Casa) e por dois auxiliares. Eles não atuam diretamente na operação das transmissões, mas fazem uma ligação entre a contratada e a Mesa Diretora, no que prevê o Parágrafo Único do Artigo 1º da Resolução 52/97:

Parágrafo Único - A direção e supervisão operacional e qualitativa dos trabalhos relacionados com as matérias veiculadas pela TVCM, ficarão sob a responsabilidade da Assessoria de Imprensa, supervisionada diretamente pelo Presidente da Mesa Diretora da Câmara Municipal de Ribeirão Preto.

Os demais profissionais são ligados à TV Thathi, girando em torno de uma média de oito profissionais que atuam na transmissão das sessões ao vivo: três operadoras de câmera, dois auxiliares técnicos, um diretor de imagens, motorista e mais operador de estúdio. Nas ocasiões em que a prestadora de serviço também fez a produção de reportagens, entrevistas e documentários, esta equipe foi ampliada em pelo menos mais cinco pessoas. Cabe destacar que, parte destes funcionários são estagiários dos cursos da área de comunicação social das Faculdades COC, do grupo empresarial que controla a emissora.

O funcionamento da TVL de Ribeirão Preto ainda não foi formalizado em nenhuma norma. Além das já citadas neste livro, nenhuma outra norma emanada pela Casa, inclusive o Regimento Interno, menciona a TVCM, que não tem Regulamento, Regimento ou Manual de Redação. Uma análise da Lei Complementar 438/95 e das Resoluções 52/97 e 148/99 revela que as poucas diretrizes sobre o funcionamento da tevê estabelecem: a autorização para retransmissão em frequência VHF e UHF; a autorização para a Mesa Diretora contratar prestador

de serviços para operar a TV; a direção da TV pela assessoria de imprensa da Câmara e supervisionada diretamente pelo Presidente da Casa.

Extrapolando as fontes documentais, a pesquisa de observação e com entrevistas revelou que o gerenciamento é feito pelo assessor de imprensa da Câmara, que recebe orientações verbais diretamente do Presidente, que as repassa para os operadores da prestadora de serviço. Como relatou o atual assessor de imprensa e responsável pela TVCM:

Eles seguem a orientação da Câmara, da [Assessoria de] Imprensa. Daí eles fazem a gravação conforme a nossa orientação. [...] Já mudou os funcionários, mas são sempre os mesmos. Já foram trocados, já houve umas duas ou três mudanças pontuais, mas aí a responsabilidade é deles, desde que atendam ao contrato. Agora, se a pessoa acaba não fazendo o que a gente pede, a gente solicita a eles... que então enquadra a pessoa, que demitem, sei lá. (MARTINS, 2007).

Quanto ao contrato com a emissora, o objeto básico é o de transmissão televisiva ao vivo das sessões ordinárias da Câmara Municipal. A primeira licitação (tomada de preços) foi realizada em 1998, tendo sido prorrogada (por aditamento) ou refeita várias vezes, desde então. Em todos os casos, a única concorrente e vencedora foi a emissora do Grupo COC. A dimensão dos serviços contratados/prestados e os valores pagos variaram ao longo dos 10 anos, mas podem ser sintetizadas em:

- 1997-1998: transmissão ao vivo das sessões, sem cortes e com duas câmeras, de forma gratuita e sem contrato;
- 1998-2000: prestação de serviço contratado de transmissão ao vivo das sessões, sem edição e com duas câmeras, ao valor mensal de R\$ 10 mil. A transmissão das reprises das sessões aos sábados e domingos era de feita de forma gratuita e extra-contrato (ao longo do período, o valor foi reajustado para R\$12 mil);
- 2000-2004: prestação de serviço contratado de transmissão ao vivo das sessões, com edição e com três câmeras, mais a transmissão das reprises no sábado e domingo, ao valor mensal de R\$ 25 mil (o novo valor do contrato foi alvo de contestações do Ministério Público);
- 2004-2006: prestação de serviço contratado de transmissão ao vivo das sessões, com edição e com três câmeras, mais a transmissão das reprises no sábado e domingo, inserção de legendas, produção de vinhetas,

veiculação de chamadas e produção e veiculação de documentários e programas (como o Alô Vereador), ao valor mensal que atingiu R\$ 40 mil ao longo do período (neste período a abrangência da TV Thathi, que se tornou “afiliada” da TV Cultura, aumentou de uma cidade e 400 mil pessoas, para 62 cidades e 1,2 milhão de espectadores);

- 2006-atual: prestação de serviço contratado de transmissão ao vivo das sessões, transmissão das reprises (que passaram do sábado para a madrugada do próprio dia da sessão), com edição e com três câmeras, mais a inserção de legendas, ao valor mensal de R\$ 40 mil (o valor foi mantido, mediante um aditamento contratual que modificou o horário das reprises e reduziu os encargos referentes aos serviços extra-sessões).

O impacto destes custos no orçamento do Legislativo Municipal é de cerca de 2%. No ano de 2000, o orçamento mensal da Câmara era de R\$ 1,2 milhão (RAIO X, 2000) dos quais eram gastos R\$ 850 mil com salários e R\$ 25 mil com a TVCM (TV CÂMARA, 2000). Este valor foi contestado pela promotoria no ano de 2000, que considerou “que houve ato de improbidade por parte dos vereadores devido ao gasto com os programas” (SOB SUSPEITA, 2000). A resposta da Procuradoria da Câmara pode ser resumida nas palavras do diretor da TV Thathi numa entrevista jornalística:

No contrato anterior, não havia nenhum tipo de edição, reapresentação ou chamadas. Era um piloto para apresentar o projeto para a comunidade. O valor aumentou, mas continuamos com o custo baixo” [...] um programa como esse em outra emissora não custaria menos de R\$ 50 mil. Eles gastariam R\$ 25 mil só para produzir o programa. (SOB SUSPEITA, 2000).

Quanto à programação da TV Câmara, o principal programa é a transmissão ao vivo das sessões ordinárias às terças e quintas-feiras, das 18h às 22h. As reprises, até 2006, eram apresentadas aos sábados e domingos, das 18h às 20h (editadas com os cortes de intervalos e suspensão das sessões). Atualmente, o horário das reprises é da 1h às 3h, nas madrugadas de terça para quarta-feira e de quinta para sexta-feira. Reprises, gravações de sessões extraordinárias e gravações de sessões solenes são veiculadas nos períodos de recesso parlamentar em julho e em dezembro-janeiro.

A abordagem é a de transmissão da sessão, segundo a sua própria dinâmica. Nela, aparece na TV quem está fazendo o uso oficial da palavra, com enquadramento de cintura para cima e áudio captado da mesa de som. No início da intervenção, aparecem no vídeo o nome e partido do vereador. O

formato envolve cinco quadros básicos de imagem, realizados por três ou quatro câmeras de vídeo:

- a mesa diretora: que enquadra os membros nela sentados e foca no presidente quando ele faz uso da palavra;
- a tribuna: que enquadra meio corpo do vereador ou convidado, quando fazem uso da palavra ao microfone;
- o painel de votação: que enquadra o painel como um todo, mostrando os indicadores luminosos do nome dos vereadores presentes/ausentes, a matéria em discussão e a votação obtida (sim/não/abstenção);
- o plenário: quando não está sendo feito uso da palavra, são feitas tomadas panorâmicas do plenário, mostrando as cadeiras onde os vereadores participam da sessão;
- as galerias: no início da sessão, quando alguém presente é citado ou como tomadas nos intervalos entre as intervenções, é mostrada a parte do recinto na qual até 220 pessoas podem assistir sentadas às sessões.

As informações levantadas, num trabalho de comparação entre os aspectos da pesquisa de observação presencial nas sessões e a análise das imagens transmitidas, apontou que:

- quando não há vereador falando na tribuna e o presidente também não está falando (com a sessão suspensa, consultando documento ou despachando com sua assessoria à mesa), são feitas as tomadas no plenário e na galeria;
- quando o plenário tem a presença de poucos vereadores (por falta ou ausência temporária de seus membros), ele não é mostrado nas imagens da televisão;
- quando a galeria está vazia ou os presentes portam faixas, cartazes ou camisetas de protesto contra a matéria em discussão, ela não é mostrada.

O atual responsável pela TVCM confirmou o que observamos:

[...] a dinâmica da sessão tem que ser garantida. Por exemplo, “fazendo” o público, quando a manifestação [dos presentes na galeria] é favorável ou eles estão neutros. Quando a postura é crítica, a gente não grava. A gente segue o modelo de uma assessoria de imprensa. (MARTINS, 2007).

A busca pela conciliação entre a “dinâmica” da sessão e a linguagem televisiva (das grandes emissoras comerciais) levou a algumas alterações no formato da programação, ao longo dos 10 anos de existência:

- aumento na qualidade do sistema de áudio e de iluminação, que permitiram melhora no som e na imagem transmitidas pela TV, eliminando sombras, ruídos e ecos;
- adoção de cortes e alternância de imagens, levando de um enquadramento e foco estáticos para a dinâmica de alternância de câmeras, utilização de zooms e panorâmicas;
- reconfiguração da legenda com o nome dos vereadores e acréscimo do site de internet do vereador, abaixo de seu nome na legenda;
- edição das reprises, com o corte dos intervalos e interrupções;
- modificação do painel eletrônico de votações, com aumento da letra com o nome dos vereadores e instalação de um letreiro que indica o número e a ementa do projeto em apreciação;
- inserção de fundo musical, nos intervalos e suspensão de sessões, que muitas vezes duravam 25 minutos, sem ninguém fazer uso da palavra;
- inserção de vinhetas e chamadas de programação da própria TV Câmara, nos intervalos e suspensões.

Quando perguntado sobre a origem deste modelo de programação centrado apenas nas sessões, o responsável pela tevê afirmou que:

Primeiro o da TV Câmara. Porque a gente ia utilizar estúdio, a gente ia fazer é notícias. Aí o ministério público questionou se isto não seria promoção pessoal dos vereadores. Para fugir disso, o Presidente da época, era o Leopoldo, adotou esta... este formato: transmitir só as sessões, só a dinâmica das sessões, só o que aconteceu em plenário, para evitar. E fomos inserindo alguns produtos como o “Alô Vereador” e sobre a História de Ribeirão e sobre o Câmara na Escola. (MARTINS, 2007).

Como se pode notar, as preocupações com as contestações do Ministério Público, de certa forma, foram determinantes na configuração do formato “centrado na sessão” da programação da TVL de Ribeirão Preto. Por outro lado, em 2006, foram produzidos e veiculados dois programas adicionais à sessão: um, sobre a História de Ribeirão Preto, que apresentava uma série de inserções de cerca de cinco minutos sobre fatos e monumentos da história local, com imagens,

texto e narração da equipe da Thathi/Acadêmicos do COC; outro, o “Alô Vereador”, no qual os vereadores da casa apareciam em uma série de “entrevistas” de cerca de cinco minutos explicando um dos aspectos do funcionamento da casa, como comissões, votação, proposição de projetos, aprovação do orçamento, fiscalização do Executivo etc.

Neste mesmo pacote de programas adicionais, antes, nos intervalos e após as sessões havia inserções de uma apresentadora que fazia reportagens sobre o assunto em pauta, comentando, resumindo e explicando a tramitação da votação. Estas inserções duravam em média dois minutos e consistiam na informação verbal dada pela repórter sobre o número da matéria em apreciação, seu autor e o assunto ao qual se referia. Nestes comentários também se explicava a parte da sessão em curso (expediente, ordem do dia, pinga fogo etc.) e a fase de tramitação da matéria (primeira discussão, segunda discussão, primeira votação, declaração de voto, questão de ordem etc.).

Este formato com produtos adicionais durou pouco mais de um ano, pois em 2007, motivado pela necessidade de reduzir custos contratuais, segundo o responsável, a programação voltou a se concentrar nas sessões ao vivo e nas reprises.

Sobre a abrangência da TV Thathi, em 2007, com o acordo de retransmissão da TV Cultura ela está acessível a 100% dos aparelhos de televisão da zona urbana de Ribeirão Preto (pelo UHF, VHF e Cabo) e a mais 61 cidades da região nordeste do Estado de São Paulo, alcançando cerca de 1,2 milhão de habitantes. Nos anos noventa, este número era inferior, pois apesar dos mais de 37 mil assinantes da NET/Multicanal em Ribeirão (REVISTA Pay-TV, 1997, capa), a TV Thathi não chegava à maioria das residências, já que era preciso um televisor que sintonizasse frequências em UHF ou um conversor/adaptador e em muitos casos uma antena especial para UHF. Nos anos 2000, o número de assinantes de TV a Cabo se manteve praticamente inalterado, mas, a partir de 1998, todos os aparelhos de televisão comercializados já vinham de fábrica preparados para sintonizar automaticamente canais de VHF e UHF. A partir de então, a parcela da população atingida pela programação da emissora educativa chegou a 350 mil na cidade de Ribeirão em 2005, e a mais de 1 milhão na região, a partir de 2006¹⁵⁷.

157 Consideramos relevante o fato de a TV passar a atingir outros municípios, pois embora a Câmara Municipal seja de Ribeirão Preto, muitos vereadores projetam suas carreiras políticas em nível estadual e federal para os municípios vizinhos.

Em relação à audiência da TV Thathi em UHF ou por cabo, não conseguimos dados consolidados, pois os institutos de pesquisa especializados neste tipo de levantamento não o fazem em Ribeirão Preto. Verificações com aparelhos que quantificam o número de televisores ligados em determinado canal em horários específicos não são feitas na cidade. E mesmo os levantamentos de enquetes nas quais as pessoas são consultadas sobre os canais/programas que assistem são esporádicos e encomendados por emissoras e agências de publicidade, que mantêm detalhes dos resultados sobre sigilo.

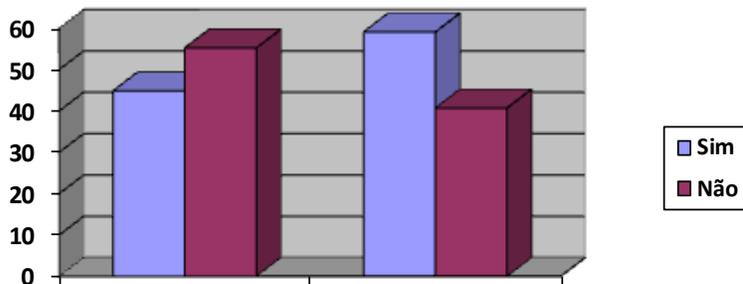
Na investigação documental, encontramos dados dos relatórios de três pesquisas encomendadas pela Câmara ribeirãopretana. A primeira pesquisa é de janeiro de 2004 e foi realizada pela “Impacto Pesquisa e Propaganda”, da cidade de Bauru-SP, que ouviu 600 pessoas (IMPACTO, 2004). A segunda foi feita em agosto de 2006 pela “Informação Estratégica”, de Cravinhos-SP, e seus resultados estão no relatório comparativo elaborado no ano de 2007. A terceira, em Ribeirão Preto, e também realizada pela “Informação Estratégica”, levantou dados em maio de 2007 ouvindo quase 450 pessoas (INFORMAÇÃO, 2007).

Cabe ressaltar que, embora os objetivos das pesquisas tenham sido “levantar com os moradores da área em estudo opiniões relacionadas à Câmara Municipal e TV Câmara” (IMPACTO, 2004, p.2), os três levantamentos apresentam um viés político eleitoral. As pesquisas de 2006 e 2007, subdividiram os dados amostrais num universo coincidente com as zonas eleitorais da cidade e não por bairros ou regiões geográficas. Já a pesquisa de 2006, além de questionar sobre a imagem da Câmara e da TV Câmara, perguntou sobre: o vereador que mais aparece na TVCM; o parlamentar que melhor fala na TVCM; se o eleitor votaria em alguém devido à maior exposição ou melhor intervenção na TVCM.

Estas pesquisas apresentam os seguintes dados sobre a audiência/inserção da tevê parlamentar junto à amostragem de entrevistados:

- *Conhece/já ouviu falar na TVCM?*
 - Janeiro de 2004: 44,8% sim e 55,2% não
 - Agosto de 2006: pergunta não foi aplicada
 - Maio de 2007: 59,1% sim e 40,9% não

GRÁFICO 1



Estes dados revelam que, em 2004, cerca de 4 em cada 10 entrevistados conheciam ou já tinham ouvido falar da TV Câmara. Três anos depois este índice subiu para quase 60%. Este crescimento pode ser associado a várias e intensas campanhas publicitárias realizadas pela Câmara em suas publicações institucionais e na imprensa comercial, como em jornais, no rádio e na televisão (na própria TV Thathi) divulgando a TVCM.



Ilustração 1: Anúncio publicitário da TVCM publicado em jornal. Gazeta de Ribeirão, 6 out. 2005, p.22.

– *Já assistiu à TVCM?*

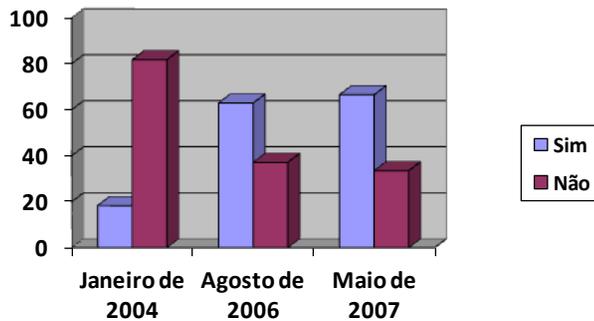
- Janeiro de 2004: 18,3% sim e 81,7% não
- Agosto de 2006: 62,9% sim e 37,1% não
- Maio de 2007: 66,5% sim e 33,5% não

Quando considerados os entrevistados que já assistiram à TVCM, eles eram 18% em 2004 e chegaram a mais de 66% em 2007. Como se pode observar

pelos dados acima e pelo Gráfico 2 (p.101), o grande avanço no percentual ocorre entre 2004 e 2006, devido à já mencionada campanha publicitária de divulgação da TVCM e a ampliação da transmissão do sinal da TV Thathi (que a partir do acordo com a TV Cultura, passou a transmitir para várias cidades da região e na frequência UHF).

Outro aspecto que pode estar associado a uma maior difusão da TVCM relaciona-se à ampliação da projeção da TV Senado e da TV Câmara dos Deputados, que entre as muitas CPI's sobre escândalos políticos do período 2004-2007, tiveram como personagens centrais figuras políticas da cidade, como Antonio Palocci (ex-prefeito e na época ministro da fazenda do Governo Lula) e vários de seus ex-assessores, como Rogério Buratti e Volnei Barquete. A atenção da população local para informações das CPI's na Capital Federal pode também ter sido voltada para as discussões sobre os mesmos escândalos no Parlamento local.

GRÁFICO 2
Já assistiu à TVCM?



– *Com que frequência assiste a TVCM?*

- Janeiro de 2004: pergunta não foi aplicada
- Agosto de 2006: 71,3% de vez em quando, 14,4% uma vez por semana, 7,4% toda semana e 8,0% uma vez por mês
- Maio de 2007: 69,4% de vez em quando, 10,4% uma vez por semana, 5,6% toda semana e 5,6% uma vez por mês

GRÁFICO 3
Com que frequência assiste à TVCM -
Agosto 2006

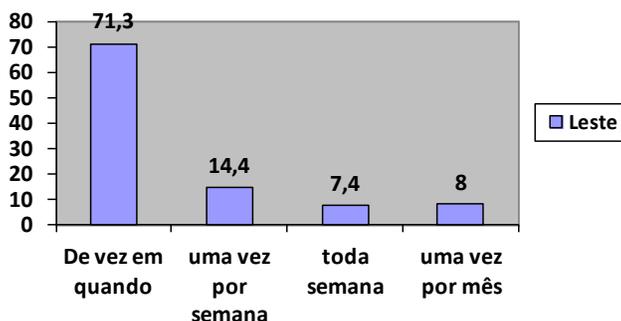
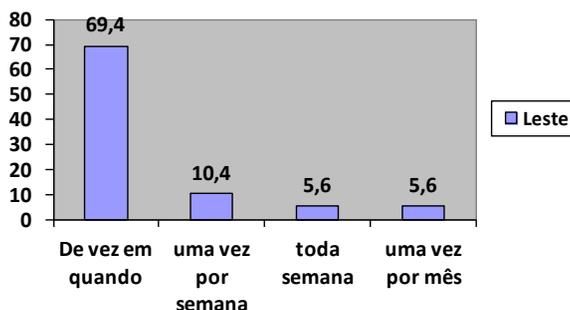


GRÁFICO 4
Com que frequência assiste à TVCM -
Maio 2007



A questão que buscava levantar a frequência com que se assiste a TVCM (aplicada apenas no universo daqueles que declararam já ter assistido a programação do Legislativo ribeirãopretano) aponta que entre 20% (2007) e 30% (2006) o fazem com regularidade, ou seja, pelo menos uma vez por mês. Esta queda de cerca de 10% em nove meses, entre agosto de 2006 e maio de 2007, extrapola a margem de erro das pesquisas que é de cerca de 4%. Ela pode ser associada a uma elevação sazonal de audiência da TV que ocorre nos meses que antecedem as eleições. Em agosto de 2006, dois meses antes das eleições para parlamentares

federais, governadores e presidente da república, o índice teve uma leve alteração que, entretanto, se normalizou nos primeiros meses do ano seguinte.

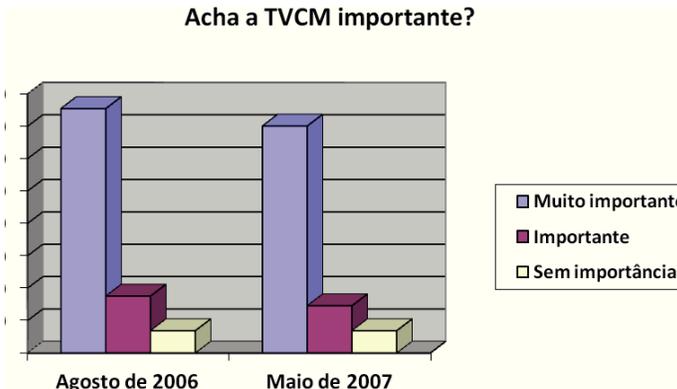
A mesma alteração pode ser notada quanto ao percentual de entrevistados que consideram a TVCM muito importante, que cresce um pouco no período eleitoral, ou seja, nos meses que antecedem as eleições, muitos eleitores procuram acompanhar melhor as TVLs para se informar sobre a atuação e propostas de mandatários/candidatos.

– *Acha a TVCM importante?*

- Janeiro de 2004: pergunta não foi aplicada
- Agosto de 2006: 75,5% muito importante, 17,6% importante e 6,9% sem importância
- Maio de 2007: 70,1% muito importante, 14,6% importante e 6,9% sem importância

GRÁFICO 5

Acha a TVCM importante?



Os dados destas pesquisas encomendadas pela Câmara revelam que, de 2004 a 2007, o número de pessoas que conhecem e assistem a TVCM aumentou consideravelmente, indo de 44% para 60% e de 18% para 66%, respectivamente. Apontam também que, em 2007, 85% dos entrevistados consideravam a TV Câmara importante ou muito importante, em relação a cerca de 7% que a consideravam sem importância.

Esta informação sobre o grande percentual de ribeirão-pretanos que consideram a TVL importante, apesar de não se traduzir em audiência, confronta com as críticas da imprensa comercial sobre a opinião de inutilidade da TV, atribuída ao povo pelos principais jornais da região.

Cabe considerar também que os atos de encomendar as pesquisas, propriamente ditos, são reveladores do tipo de preocupação que a Presidência da Câmara tinha naqueles momentos. Como se pode observar pela natureza das questões, o objeto da pesquisa envolvia muito mais do que a audiência à TVL. Estava focado em apreender dados sobre a imagem do Legislativo junto à população, a aceitação da TVCM e seu potencial de influência sobre intenções eleitorais, inclusive discriminados por zona eleitoral.

Sobre três fatos marcantes na trajetória da tevê da Câmara de Ribeirão Preto, após um levantamento em relação ao número de matérias na imprensa comercial e as lembranças de cidadãos que entrevistamos e que se manifestaram nos questionários, optamos por destacar os seguintes:

- Privatização da CETERP, em 1998: votação pelos vereadores do projeto que autorizava o Prefeito Municipal Roberto Jábali a leiloar as ações da participação majoritária da Prefeitura no controle das Centrais Telefônicas de Ribeirão Preto-CETERP – estatal de telefonia municipal cuja venda gerou muita polêmica, sobretudo pelo preço em que foi comprada pela Telefônica da Espanha. Os debates no Plenário, na imprensa e nas ruas duraram mais de seis meses e, após disputas judiciais e obstrução de votações, a privatização foi aprovada pela maioria dos vereadores. Esta foi a primeira vez que uma matéria de grande interesse da população tramitou num contexto de votação nominal e aberta no painel eletrônico e transmissão ao vivo pela TV Câmara.
- Votação do aumento do IPTU, em 2001: votação pelos vereadores do projeto de lei que previa o aumento do IPTU na cidade, em sessão extraordinária em 21 de dezembro de 2001. A população acompanhava pela TVCM e pela imprensa a tramitação deste projeto de grande impacto tributário, que sofreu uma emenda que limitava em 150% o teto máximo de reajuste do Imposto sobre construções e sobre terrenos. O texto assinado pela Mesa Diretora e publicado como aprovado era diferente do texto do projeto lido e aprovado na sessão transmitida ao vivo pela TVCM. O teto de reajuste que se aplicava a terrenos e construções foi editado como sendo apenas para as edificações. A população e a imprensa perceberam a diferença e a questão tornou-se um escândalo, tendo os efeitos da lei sustados pela justiça.

- CPI das Multas da TRANSERP, em 2005: em abril de 2005, a Câmara Municipal instalou uma CPI para investigar a legalidade do “exagero” na aplicação de multas de trânsito por agentes da Prefeitura (marronzinhos e guardas municipais). Durante 60 dias, os vereadores membros da CPI ocuparam a tribuna em todas as sessões para relatar uma série de casos de suspeitas de ilegalidade nas multas, que envolviam atuação de motoristas por falta de capacete, de motociclistas por falta de cinto de segurança, de multas simultâneas (na mesma hora e minuto) para o mesmo veículo em pontos distantes da cidade etc. A população e a imprensa acompanhavam a CPI pela TV Câmara e o ponto alto, com imagens reproduzidas várias vezes nas emissoras comerciais, foi o depoimento de uma funcionária administrativa e que atuava em serviços internos (como secretária), autorizada pelo Presidente da Empresa de Gestão de Trânsito da cidade (TRANSERP) a autuar condutores infratores. Ao ser interrogada, (diante das Câmeras) pelos vereadores, sobre legislação de trânsito e os dispositivos legais pelos quais ela havia multado dezenas de pessoas no trajeto entre sua casa e o trabalho, ela não soube responder ou respondeu errado à maioria das perguntas. A questão tornou-se um escândalo e revoltou a população.

Para fechar este item de apresentação da TV Câmara Municipal de Ribeirão Preto, apontamos a mais recente perspectiva de comunicação do Legislativo ribeirãoopretano, que envolve: transmissão ao vivo e em tempo real da íntegra de todas as sessões da Câmara através de internet pelo site da Câmara, para todos os usuários de banda larga; disponibilização dos vídeos das sessões (reprises) para serem assistidos pela internet a qualquer hora por qualquer usuário que acesse o site da Câmara; disponibilização em arquivos de internet, no site da Câmara, dos votos de cada vereador em cada matéria apreciada (este regulamentado por Resolução da Casa).

Da mesma forma, a discussão em torno de antigos projetos na área de comunicação, como o de uma emissora de rádio própria, está sendo retomada, pois a Câmara Municipal solicitou em 2006 uma concessão de emissora legislativa com retransmissora de RTVI para a cidade.

A DEMOCRACIA NA TELETRIBUNA: ANÁLISE DE ACCOUNTABILITY NA EMISSÃO DA TVCM

As múltiplas possibilidades e potencialidades de uso da mídia para promoção de *accountability*, destacadas na introdução desta obra, permitem a delimitação do objeto de nosso estudo de caso, como: análise do papel real/potencial da mídia, especificamente o canal de TV Legislativa da Câmara Municipal de Ribeirão Preto, para a promoção de *accountability* entre eleitores e eleitos na democracia de público, quanto à formação de cidadãos, divulgação e disponibilização de informações, acompanhamento do debate e atuação dos representantes, fiscalização dos atos dos mandatários e meio de prestação de contas políticas.

O fazer do parlamentar

Refletir sobre a realização de *accountability* pela TVL na Câmara Municipal de Ribeirão Preto implica em dimensionar até que ponto os vereadores ribeirãopretanos, enquanto agentes públicos com poder delegado eleitoralmente para representar os municípios, utilizam a televisão como um recurso para prestar contas políticas (informar, deixar-se fiscalizar e explicar), direta ou indiretamente, aos seus representados, sobre suas ações no desempenho do mandato.

Esta reflexão exige, inicialmente, uma configuração do papel do vereador, pois, se estamos entendendo *accountability* como a prestação de contas políticas da atividade parlamentar, discutir se ele ocorre ou não requer configurar esta atividade dos vereadores. Este desenho da atividade da vereança remete à consideração de três importantes dimensões:

- *prescritiva*: relacionada ao que a legislação estabelece com sendo atividade parlamentar, ou seja, o que um vereador pode e/ou deve fazer no exercício do poder que lhe foi delegado;
- *programática*: referente à atuação anunciada (proposta, prometida e/ou “contratada”) pelo vereador aos seus eleitores no momento da eleição, isto é, os posicionamentos, projetos e estilo de vereança que ele disse que adotaria em seu mandato;

- *edílica*: que envolve, além do previsto na legislação, atividades não previstas no ordenamento jurídico-administrativo da edilidade, mas que são recorrentes na cultura política brasileira e são entendidas, pelo “senso comum”, como inerentes à função de vereador, como ouvir as demandas do cidadão e mediar encaminhamentos administrativos junto a órgãos públicos, por exemplo.

Quanto à dimensão prescritiva da atividade do vereador, a atuação no mandato recebido é determinada pela constituição federal, estadual e pela lei orgânica de cada município. O artigo 29º da Constituição Federal de 1988 prevê que a Lei Orgânica de cada município estabelecerá, nos limites fixados pela própria Constituição Federal e pela Constituição Estadual, a organização e as funções da Câmara Municipal:

Art. 29. O Município reger-se-á por lei orgânica, votada em dois turnos, com o interstício mínimo de dez dias, e aprovada por dois terços dos membros da Câmara Municipal, que a promulgará, atendidos os princípios estabelecidos nesta Constituição, na Constituição do respectivo Estado e os seguintes preceitos:

[...]

VIII - inviolabilidade dos Vereadores por suas opiniões, palavras e votos no exercício do mandato e na circunscrição do Município;

IX - proibições e incompatibilidades, no exercício da vereança, similares, no que couber, ao disposto nesta Constituição para os membros do Congresso Nacional e na Constituição do respectivo Estado para os membros da Assembleia Legislativa;

[...]

XI - organização das funções legislativas e fiscalizadoras da Câmara Municipal; [grifo nosso] (BRASIL, 2007).

A Constituição Estadual reproduz os dispositivos da Constituição Federal no que se refere ao papel das Câmaras Municipais, como, por exemplo, em seu artigo 150º:

Artigo 150 - A fiscalização contábil, financeira, orçamentária operacional e patrimonial do Município e de todas as entidades da administração direta e indireta, quanto à legalidade, legitimidade, economicidade, finalidade, motivação, moralidade, publicidade e interesse público, aplicação de subvenções e renúncia de receitas, será exercida pela Câmara Municipal,

mediante controle externo, e pelos sistemas de controle interno e de cada Poder, na forma da respectiva lei orgânica, em conformidade com o disposto no art. 31 da Constituição Federal.(SÃO PAULO, Estado, 2007).

Neste sentido, a Lei Orgânica do Município de Ribeirão Preto, em seu “Título II - Da organização dos poderes municipais”, “Capítulo I - Do Poder Legislativo”, estabelece as atribuições, competências e prerrogativas: da Câmara Municipal; dos Vereadores; da Mesa Diretora; das Comissões. Uma análise deste diploma legal revelou que, nos mais de 50 artigos da parte específica do Poder Legislativo (artigos 6º a 58º), o papel da Câmara de Vereadores é semelhante ao de outras casas legislativas municipais e pode ser sintetizado em cinco funções: elaborar/votar leis, fiscalizar a atuação do Poder Executivo, administrar o funcionamento do próprio Legislativo, julgar irregularidades do prefeito e dos vereadores e assessorar o Executivo com proposições e requerimentos.

Um texto sobre “O Papel dos Vereadores”, disponibilizado pelo Interlegis (Comunidade Virtual do Poder Legislativo, mantido pelo Senado Federal brasileiro) para orientação e formação de parlamentares municipais em todo o Brasil, resume o conjunto de atividades do vereador em cinco funções básicas (www.interlegis.gov.br, 2007):

1- FUNÇÃO LEGISLATIVA

A função legislativa é exercida com a participação do chefe do executivo. Consiste na elaboração das leis de competência do município, cumprindo, assim, o princípio da legalidade a que a administração pública se submete. Essa é uma importante atribuição da Câmara de Vereadores que ao exercê-la estará legislando para a municipalidade, elaborando as leis que compõem o ordenamento jurídico do município.

2- FUNÇÃO FISCALIZADORA

A câmara de vereadores tem o poder-dever de fiscalizar e controlar os atos do executivo municipal, nas áreas contábil, financeira, orçamentária e patrimonial. Essa função efetiva-se através de vários mecanismos, assegurados na constituição federal, tais como: pedido de informações ao Prefeito, convocação de auxiliares do Prefeito, investigação mediante comissão especial de inquérito, e julgamento das contas do Prefeito (com o auxílio do tribunal de contas do estado).

3- FUNÇÃO ADMINISTRATIVA

A câmara exerce a função administrativa na organização dos serviços internos da casa, nas atribuições de sua competência privativa, que não

dependem de sanção do Prefeito, tais como: estruturação organizacional, disciplinamento interno, quadro de pessoal, elaboração de seu regimento interno, eleição e destituição da mesa, entre outros.

4- FUNÇÃO JULGADORA

A câmara exerce a função julgadora quando julgar os prefeitos e os vereadores por infrações políticas administrativas, podendo impor ao infrator a perda do mandato. Esse “juízo político” exercido pela câmara confere aos vereadores poderes quase ilimitados, por isso deve ser desempenhado com muita responsabilidade.

5- FUNÇÃO DE ASSESSORAMENTO

A câmara exerce a função de assessoramento através de indicações ao executivo municipal, sugerindo medidas de interesse da comunidade, de sua competência exclusiva. Não se trata de interferência indébita do legislativo no executivo, pois o prefeito não tem a obrigação de executar. É a colaboração do vereador para com o prefeito municipal.

A respeito da dimensão programática da atuação do vereador, esta pode ser configurada como a coerência da atuação com um perfil parlamentar, com programas ideológico-partidários, com um segmento do eleitorado ou com projetos, propostas e promessas publicizados na campanha eleitoral ou ao longo do mandato. São exemplos que ilustram estas atividades:

- o vereador que, por vinculação ideológica ou partidária é associado a algumas posições tradicionais (princípios) e é cobrado por seus eleitores em votações em que estas posições estão em jogo, como situações de votação de privatização de empresas estatais, cercadas pelas expectativas de que, o parlamentar de esquerda irá votar contra e o de direita a favor;
- o parlamentar que, eleito com votos concentrados em um reduto geográfico (bairro, região ou zona da cidade), tem sua atuação moldada pela obrigação de, em suas proposituras, buscar atrair benefícios para o bairro (creches, escolas, centros de cultura, parques, unidades de saúde, postos policiais etc.) e rechaçar a instalação naquela região de instituições não desejadas pela população (presídios, cemitérios e casas noturnas);
- o edil que, pertencendo a e/ou sendo eleito com votos concentrados em segmentos sociais como igreja, categoria profissional ou entidade social tem sua atuação pautada pela necessidade de propor e votar numa maioria de projetos de interesse direto destes segmentos.

E a dimensão edílica do papel dos vereadores remete a uma atuação pautada na tradição política luso-brasileira e no próprio significado etimológico das palavras vereador e edil. A palavra “edil” origina-se da denominação dos magistrados

da administração da Roma Antiga, encarregados de fiscalizar, vistoriar e relatar irregularidades nos prédios e obras da cidade, zelando pelo bem estar da vida urbana. A palavra “vereador” deriva de “vereda” com o significado de caminho. Assim, a atividade de vereador está associada ao *ente público que cuida dos caminhos para o bem estar da coletividade*, tanto numa interpretação de que estes caminhos são literalmente as vias e logradouros públicos, quanto de que são figurativamente os canais de acesso aos meandros da administração pública municipal.

E é este papel de “cuidar de caminhos” que constitui a terceira dimensão do conjunto de atividades da atuação dos vereadores. Sobretudo em pequenos e médios municípios, a população visualiza, como uma obrigação do vereador, a função de identificar demandas (fazendo visitas às ruas e bairros ou ouvindo as queixas dos munícipes) e encaminhar pedidos de solução para a Prefeitura (propor e aprovar requerimentos de providências) quanto a, por exemplo, retirada de entulho de terrenos, poda de árvore, desentupimento de bueiro, reparo de cano furado, tapa buracos nas ruas, limpeza de praças etc. Neste mesmo sentido, a função de ouvidor também é atribuída aos parlamentares, pois, quando um cidadão utiliza um serviço público e não tem sua demanda atendida satisfatoriamente, muitas vezes, ele procura um vereador para reclamar e pedir providências quanto à melhoria do serviço.

Assim, numa síntese entre atribuições institucionais e políticas, podemos configurar “o fazer do vereador”, entendido como as atividades sobre as quais eles necessitam prestar contas políticas, como:

1. parlamentar: expor e debater ideias, opiniões, críticas e projetos sobre assuntos de interesse de seus representados;
2. legislar: votar, para aprovação ou não, projetos de leis municipais propostas por ele próprio, por outros vereadores ou pelo prefeito;
3. administrar: eleger e/ou compor a mesa diretora da Câmara Municipal que administra os recursos necessários ao funcionamento da casa (servidores, contratos, pagamentos etc.);
4. fiscalizar: acompanhar, estudar, investigar e fiscalizar os atos do Poder Executivo (prefeito, seus secretários e todos os servidores públicos) quanto ao cumprimento da legislação e regularidade das atividades;
5. julgar: investigar, discutir, julgar e votar a aprovação ou não de contas da gestão do prefeito e da mesa diretora da Câmara, bem como de abertura de processo por ilícito administrativo eventualmente praticado por prefeito, secretários municipais e vereadores;

6. assessorar: indicar como sugestão ao prefeito a adoção de medida ou projeto de interesse da população cujo encaminhamento seja de competência exclusiva do Poder Executivo;
7. ser coerente com a proposição do mandato: propor matérias, votar projetos e adotar posicionamentos coerentes com as proposições estabelecidas para o mandato;
8. cuidar dos caminhos: identificar/receber demandas quanto aos serviços públicos e propor a aprovação de requerimentos e pedidos de providências às autoridades competentes.

Na seqüência, procuraremos discutir se os vereadores utilizam a TV Câmara Municipal para prestar contas destas atividades acima elencadas.

Accountability na teletribuna da TVCM

Seu propósito [da TVCM] é de dar mais transparência aos trabalhos dos 21 vereadores e possibilitar que a população fiscalize e acompanhe o processo legislativo, desde os debates políticos até as votações dos projetos – é mais um canal de comunicação entre o Legislativo e a população.¹⁵⁸

Para discutir se a TVL de Ribeirão realiza *accountability* em sua face de emissão, buscamos configurar o fazer parlamentar nesta nova esfera televisiva da tribuna parlamentar, identificando mudanças em relação ao quadro pré-TVCM. Num segundo momento, avançamos para a configuração do vereador como sujeito de *accountability* frente à TV, explorando, principalmente os dados obtidos da sistematização dos questionários e entrevistas realizados com os membros do Legislativo Municipal, para pontuar: o reconhecimento pelos vereadores de sua obrigação de prestar contas políticas para com seus eleitores; a percepção da tevê legislativa como um recurso para fazê-lo; e a intenção, tentativa ou realização de *accountability* quando da atuação nas sessões parlamentares televisionadas.

A adoção da prática de transmitir ao vivo pela televisão as sessões da Câmara Municipal criou o que convencionamos chamar de “teletribuna”, ou seja, a tradicional tribuna na qual o parlamentar discursava para seus pares e para o registro do resumo de seus pronunciamentos em ata tornou-se uma nova tribuna, com o discurso passível de ser apreendido em sua totalidade (gravado, arquivado e retomado) e, em tempo real, atingindo, potencialmente, uma grande parcela do

158 Disponível em: <www.ribeiraopreto.sp.gov.br/camara>.

eleitorado. A criação da TVCM impulsionou o surgimento desta teletribuna, mas sua configuração é resultante de um processo de mudanças em vários aspectos do fazer parlamentar frente à televisão.

Neste sentido, destacamos, inicialmente, duas esferas que pouco mudaram: o processo legislativo e a vereança extra-tribuna. A atividade extra-tribuna, isto é, as reuniões de comissões, partidos e com correligionários, o expediente de gabinete e o contato com o eleitor na rua não se alteraram consideravelmente. Naquilo que o vereador faz fora das sessões legislativas, podemos apontar uma melhor preparação dos discursos, um aumento no número de proposições elaboradas pela equipe e o crescimento do *feedback* da população quanto à atuação parlamentar.

Uma mudança extra-tribuna que influenciou a atuação nas sessões foi o processo de desativação de outros canais de comunicação da Câmara com a população. O jornal impresso mensalmente (e distribuído gratuitamente em cerca de 50 mil domicílios), a Rádio Câmara (que produzia conteúdo documental em áudio para disponibilização na internet e para a imprensa comercial), a utilização de selos para correspondência, a manutenção de sítios de internet para os vereadores nos servidores da Câmara e os telefones celulares com conta livre e paga pela Casa, são todos veículos de comunicação do Legislativo que foram extintos ao longo dos dez anos de existência da TVCM. Assim, atualmente, as transmissões das sessões pela tevê e pela internet são os principais meios de comunicação de massa institucionais do Poder Legislativo de Ribeirão Preto.

Quanto ao processo legislativo, apesar das sessões terem tido sua duração abreviada, a Lei Orgânica do Município e o Regimento Interno da Câmara, não sofreram alterações em função da TVL. Mesmo o ritmo das sessões não foi alterado para criar melhores condições de transmissão ou de compreensão pelo eleitor/tele-espectador da sistemática de discussões e votações. Sobre este aspecto, apenas 6 dos 24 vereadores que foram ouvidos na pesquisa consideraram difícil o acompanhamento do processo legislativo por meio da tevê, pelo eleitor comum. Os demais entrevistados apontaram como fácil, ou muito fácil, o acompanhamento do jogo político pelos cidadãos, o que não exigiria grandes mudanças ou ações específicas para tornar a vereança mais didática, mais compreensível e, portanto, mais passível de ser acompanhada.

A perspectiva da televisão estimulou os vereadores a alterarem seus hábitos de vestuário durante as sessões. Na pesquisa de observação e análise de vídeos, realizada entre os meses de maio e setembro de 2007, registramos que, na quase totalidade das sessões, todos os vereadores usavam trajes formais: os homens com

terno, paletó e gravata e as mulheres com terninhos ou *tailleurs*. A observação no cotidiano da Câmara aponta, por outro lado, que, no contato com a população, nos despachos nos gabinetes e nas reuniões das comissões, os vereadores não usam o mesmo tipo de roupa, preferindo trajes menos formais. Apenas no dias e nos horários das sessões os parlamentares adotam o vestuário mais solene, evidenciando, uma preocupação com a imagem na TV, como apontou o jornal *Verdade*:

A TV Câmara pelo menos servirá para alterar o guarda-roupa de alguns vereadores que acompanham as sessões vestidos informalmente. Como eles estarão nas telas todas as terças e quintas-feiras, não dá mais para usar calça jeans e camiseta amarrotada. (ROUPA, 1998, p.2).

Nos questionários aplicados a 24 vereadores e ex-vereadores da atual legislatura, para a indagação “se a TV Câmara influenciava o visual”, os vereadores responderam: 2 que não influencia; 8 que influencia no vestuário; 10 que influencia na postura; e 4 que influencia tanto no vestuário quanto na postura.

Quanto ao aspecto visual da Casa, a principal mudança no espaço físico do recinto das sessões foi a instalação na tribuna, no plenário e nas galerias, de fortes luzes brancas (holofotes), voltadas para a iluminação de ambientes televisivos. Como pode ser observado na foto e no esquema (Ilustração 2, e Ilustração 3, a seguir), o conjunto técnico da TVCM envolve três câmeras que cobrem o ambiente:

- ao fundo e ao centro, sobre a Mesa Diretora, podemos visualizar o painel eletrônico de votações (ver PE no esquema), com *leds* verdes com o nome dos vereadores (acesos quando presentes e apagados quando ausentes), mais um letreiro com a identificação da matéria em apreciação e placares com o total de presentes, votos pelo sim, votos pelo não e abstenções;
- no centro do plenário, a Mesa Diretora na qual sentam o Presidente da sessão, o Secretário da Câmara e o Diretor Técnico Legislativo, com uma tela de projeção à direita, para a exibição de vídeos e apresentações pelos vereadores;
- à esquerda da Mesa Diretora (ver PL no esquema), temos o parlatório no qual os vereadores fazem uso da palavra;
- à direita da Mesa Diretora (ver TV no esquema), fica um aparelho de televisão de cerca de 20 polegadas, ligado e sintonizado na programação de TV aberta da TV Thathi, de forma que a Mesa, o orador e os vereadores do plenário possam ver as imagens efetivamente transmitidas;

O CAJADO DE MENTOR

- na área identificada como plenário, temos as cadeiras de cada vereador, posicionadas de costas para a galeria e de frente para a mesa;
- e no primeiro plano da fotografia, podem ser visualizadas as galerias com cerca de 200 lugares para o público presente.



Ilustração 2: Foto da galeria, plenário e tribuna da Câmara Municipal de Ribeirão Preto. Fonte: <<http://www.camararibeiraopreto.sp.gov.br/CAMARA/novo2005/imagens/noticias/2005/Dezembro/23/Visita.JPG>>

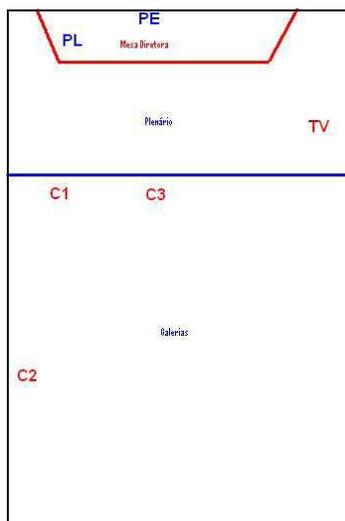


Ilustração 3: Esquema sem escala do plenário da Câmara Municipal de Ribeirão Preto. Legenda: PE é painel eletrônico de votações; PL é o parlatório da tribuna; TV é o aparelho de televisão fixado na parede; C1 é a câmera 1; C2 é a câmera 2; e C3 é a câmera 3.

A câmera localizada na posição C1 fica focada no parlatório da tribuna e filma o parlamentar que faz uso da palavra. A câmera C2 é móvel e faz imagens panorâmicas da mesa, do plenário e das galerias. Já a câmera C3 é voltada para colher imagens da Mesa Diretora e do painel eletrônico.

O público presente nas galerias também mudou seu comportamento com a presença das câmeras. Na votação dos projetos mais polêmicos, munícipes tanto pró quanto contra a propositura passaram a investir mais nas manifestações visuais e camisetas, cartazes e faixas tornaram-se mais presentes como tentativas de encaminhar uma carona para o protesto na TVCM. Outro tipo de manifestação que se modificou com a TVCM foram os protestos sonoros. Palmas, vaias, palavras de ordem e xingamentos podem ser ouvidos claramente pela TV na transmissão das sessões mais polêmicas, e em várias ocasiões a presidência da mesa teve que conter “o barulho” com ameaças de esvaziamento das galerias, o que chegou a ser feito algumas vezes com o apoio da polícia.

O número de pessoas que assistem às sessões presencialmente e ao vivo, não sofreu alterações com a TVL, pois mantém a média de entre 20 e 30 pessoas nas sessões cotidianas e a lotação nas sessões solenes e naquelas que tratam de matérias mais polêmicas (umas duas ou três por ano), tal qual ocorria há dez anos.

Outra importante mudança está relacionada à instalação do painel eletrônico de votações no Plenário. Completando 10 anos em 2007, o sistema potencializou a capacidade de *accountability* da tevê, ou seja:

- todas as votações da Casa são abertas;
- todos os votos são dados e apurados simultaneamente, em tempo real;
- durante toda a sessão, fica indicado no painel e na TV o nome dos vereadores presentes e ausentes na sessão;
- na votação, fica indicado no painel o número e ementa do projeto em apreciação e o voto – favorável, contrário ou abstenção de cada vereador, nominalmente.

Esta questão sobre o voto aberto e a possibilidade do eleitor fiscalizar o voto de seu parlamentar está na pauta de debates do país, num movimento de adoção desta medida para todas as votações do Congresso Nacional. As votações secretas das propostas de cassações de parlamentares acusados de corrupção na Câmara Federal – realizadas por processo de votação secreta –, e a polêmica absolvição de alguns acusados, levaram alguns deputados a citarem o painel

de Ribeirão Preto como exemplo de transparência que deveria ser adotado no Congresso.

Na Câmara de Ribeirão Preto, o fato de todas as votações serem computadas e identificadas num painel eletrônico é considerado importante, mas somente quatro vereadores consideraram que o fato da votação do painel ser transmitida pela TV influencia o voto dos vereadores “algumas vezes”. Nos questionários de pesquisa que aplicamos para o conjunto de 24 parlamentares¹⁵⁹, os demais parlamentares destacaram que este aspecto “não influencia” ou “influencia raramente” o voto na Casa.

A respeito das intervenções (uso da palavra na tribuna pelos vereadores) a televisão também provocou mudanças. Com o advento da teletribuna, aumentou o número de vereadores interessados em fazer uso da palavra e a duração das manifestações foi reduzida para a metade, caindo de uma média de 10 minutos para 5, cada uma. Oficialmente, a duração máxima das intervenções permanece a estabelecida no Regimento Interno da Câmara Municipal:

Art. 182 - Os oradores terão os seguintes prazos para uso da palavra:

I - **3** (três) minutos para apresentar requerimento de retificação ou impugnação de ata, falar “pela ordem”, apartear, justificar requerimento de urgência especial, encaminhar votação e justificar voto;

II - **5** (cinco) minutos para discutir requerimento, indicação, emenda, artigo isolado ou trecho destacado de proposição, parecer ou relatório de Comissão;

III - **10** (dez) minutos para discutir redação final e veto, falar no pequeno expediente para abordar quaisquer temas e proferir explicação pessoal;

IV - **15** (quinze) minutos, para discutir projeto de decreto legislativo ou de resolução, exceto quando referente ao Regimento Interno;

V - **30** (trinta) minutos para discutir proposta de emenda à Lei Orgânica, projeto de resolução referente ao Regimento Interno, projeto de lei, proposta orçamentária, diretrizes orçamentárias, plano plurianual, prestação de contas, destituição de membro da Mesa e processo de cassação de Vereador ou do Prefeito.

159 Embora o número de vereadores na Câmara de Ribeirão Preto seja de 20, no período da pesquisa, 24 pessoas ocuparam estas cadeiras (considerando que alguns suplentes assumiram temporariamente). Todos receberam questionários e 16 retornaram total e devidamente respondidos.

Parágrafo Único - Será permitida a cessão de tempo de um para outro orador na discussão de matérias constantes da ordem do dia. (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 1990).

Na prática, entretanto, existiria um acordo entre cavalheiros estabelecido entre os vereadores, desde 1998, para que as intervenções fossem mais breves, um número maior de parlamentares pudesse fazer uso da palavra e para que as sessões não fossem muito prolongadas, inviabilizando a transmissão pela TV aberta (CÂMARA Municipal, 1998, p.4).

A análise, numa amostragem de atas das sessões do período anterior à TVCM, aponta que o número médio de vereadores que faziam uso da palavra por seção era de 7 entre os 21. Este mesmo levantamento, feito na pesquisa de observação no ano de 2007, revela uma média de 15 vereadores fazendo uso da tribuna por sessão. O relatório de acompanhamento trimestral da ONG Pró-Cidadania aponta que nas 21 sessões realizadas entre os meses de maio e julho de 2007: todos os vereadores utilizaram a palavra pelo menos uma vez no período, 10 deles ocuparam a tribuna em todas as sessões e apenas 5 não falaram em pelo menos 14 sessões (GAPCI, 2007).

Um indicador de que este aumento no número de intervenções está relacionado à TV legislativa é o fato de que, no período em que as sessões deixaram de ser transmitidas durante a campanha eleitoral de 2000, a duração das sessões diminuiu pela metade e o número de vereadores que se inscreviam para a tribuna também diminuiu:

A duração das sessões da Câmara de Ribeirão Preto foi reduzida em pelo menos 30% desde o início da campanha eleitoral. Segundo o presidente da Câmara, Dácio Campos (PPS), as sessões duravam até três horas e meia e, após o início da campanha eleitoral, estão durando de uma a duas horas. [...]

Em Ribeirão, o principal motivo da redução, segundo os vereadores ouvidos pela Folha, é a suspensão das transmissões ao vivo das sessões pela TV Thathi, emissora contratada pelo Legislativo.

A Mesa da Câmara, para evitar problemas com a Justiça Eleitoral, suspendeu a transmissão das sessões durante o período de campanha, sob a alegação de que poderia caracterizar propaganda eleitoral dos vereadores. Segundo Campos, que é candidato à Prefeitura de Ribeirão, quando as sessões eram transmitidas, os vereadores ocupavam mais a tribuna, para aparecer mais tempo na televisão.

Após as votações dos projetos em pauta, os vereadores têm direito a ocupar por cinco minutos cada um a tribuna – é a chamada sessão “pinga-fogo” –, para falar sobre qualquer assunto. Campos informou que, como não há transmissão, os vereadores não se interessam pelo pinga-fogo.

Jorge Parada (PT) concorda. “Pode ser que alguém não admita, mas acho que a falta da transmissão desestimula os vereadores a participar do pinga-fogo”, disse. (SOB SUSPEITA, 2000).

Além dos compromissos de campanha de alguns vereadores (comícios, visitas eleitorais, gravações de propaganda para o rádio e a televisão), o fato de as sessões não terem sido transmitidas pela TV naquele período fez reduzir o uso da palavra e a duração das sessões. Podemos considerar, assim, que a transmissão das sessões pela TV é um fator determinante do maior uso da tribuna pelos vereadores nas sessões.

Nos questionários que aplicamos aos atuais vereadores na pesquisa, as respostas para a questão sobre a frequência com que faziam uso da palavra foi: 14 em quase todas as sessões; 9 para a maioria das sessões; e apenas 1 (o Presidente) em algumas sessões. Estes mesmos questionários apontaram que o destinatário prioritário do discurso na tribuna para 17 dos 24 vereadores entrevistados era os telespectadores da TVCM (embora a Câmara Municipal tenha 20 parlamentares, também aplicamos questionários aos suplentes que assumiram no período e aos vereadores que se licenciaram).

A maioria dos vereadores dirige-se ao expectador por meio de uma saudação ao início de sua fala. Alguns, porém, como os apresentadores de rádio/televisão Coraucci Neto e Silvana Resende, são enfáticos em repetidos vocativos dirigidos ao “cidadão no sofá da sala” ou às “famílias em frente à TV”. A maioria dos parlamentares também revelou que, com a TVCM, passaram a dedicar mais tempo para a preparação de suas intervenções: na leitura de jornais, rascunho de discursos, treinamento de postura e até a atividade de assistir as reprises para avaliar a performance.

E sobre o conteúdo das intervenções as mudanças se manifestam em:

- uma ampliação dos assuntos tratados que, além dos específicos do município, envolvem também política nacional e internacional, como por exemplo, as FARC's, a Guerra do Iraque e as CPI's em Brasília;
- uma especificação dos assuntos do município, com todos os vereadores utilizando seu tempo para justificativa de requerimento para nomear o

município e/ou a entidade atendida pela propositura, citando inclusive endereço no caso de serviços urbanos;

- aumento no número de comissões, como Comissões Especiais de Estudos (CEE) e Comissões Parlamentares de Inquérito (CPI), que na legislatura 1996-1999 foram em número de 4 e na atual legislatura já somam 14.

O estilo dos debates também mudou com a TV, tornando mais eloquentes os questionamentos da oposição aos vereadores da base de apoio do prefeito sobre a administração do município. Sempre que um vereador é interpelado, ele não abre mão de usar a tribuna para responder ao que foi levantado. Este novo perfil de debates, mais dinâmico e embativo, facilita a associação de um parlamentar à oposição ou à base de apoio ao Executivo.

Outra importante mudança ocorrida com a inserção da televisão no cotidiano da tribuna diz respeito às proposições apresentadas pelos vereadores. Uma pesquisa nas pautas e atas da Câmara, no período de 1996 (ano anterior ao início do funcionamento da TV Câmara Municipal) a 2006 (quando se completaram 10 anos de seu funcionamento), revelou que:

- o número de leis aprovadas pelo Legislativo ribeirãopretano manteve uma média anual de cerca de 450 (somando-se leis e leis complementares);
- o número de projetos de lei, entretanto, mais que triplicou no decênio (na legislatura 1993-1996 foram 2.673 em comparação aos mais de 4 mil na legislatura seguinte);
- o número de requerimentos ao Executivo saltou de cerca de 10 mil no ano de 1996 para 22.410 no ano de 2000 e mais de 30 mil no ano de 2006.

Além dos dados que obtivemos em nossa pesquisa, a própria Câmara Municipal mudou a Lei Orgânica do Município em 1999, com a justificativa de que o grande aumento de proposições estava inviabilizando a capacidade do poder público de processar os documentos no prazo de 15 dias corridos que foi mudado para 15 dias úteis:

JUSTIFICATIVA: A produtividade legislativa, conforme comprovam todos os levantamentos, vem num crescente, e, ano a ano, sobrepõe os números do ano anterior. Assim, a cada sessão legislativa, aumenta-se o número dos requerimentos de informações perante a Prefeitura Municipal. O prazo de 15 (quinze) dias corridos, tornou-se insuficiente, face ao volume de documentos que necessitam de resposta. Com isso, estamos implementando que o prazo para as respostas seja de 15 (quinze) dias úteis,

e com isso, propiciar que os requerimentos do Legislativo sejam respondidos tempestivamente. (RIBEIRÃO PRETO, Câmara, 1999b).

Além do número, outra mudança ocorreu em relação ao perfil das proposituras. Os requerimentos de solicitação de serviços urbanos (poda de árvores, limpeza de bueiro, sinalização de trânsito etc.) que antes eram mais abrangentes sendo para toda a cidade ou no máximo para um bairro em específico, passaram a ser referentes a ruas ou mesmo quarteirões. E sobre os projetos de lei, o número de projetos contestados como inconstitucionais (pelo Executivo, pelo Ministério Público e pelo Tribunal de Justiça) ou vetados dobrou nos 10 anos de TVCM. A maioria destes projetos aprovados, mas vetados, recebe a alegação de falta de recursos para sua execução.

O prefeito de Ribeirão Preto, Luiz Roberto Jábali (PSDB), vetou a construção de 13 escolas, duas creches e a criação de programa de prevenção ao câncer no colo do útero, segundo relatório das diretrizes orçamentárias para 1999, divulgado no “Diário Oficial”. [...]

Dos 99 projetos propostos pelo Legislativo, Jábali vetou 62. [...]

De acordo com o vereador e líder da bancada tucana na Câmara, José Carlos Porto, o excessivo número de vetos do prefeito aos projetos da Câmara desgasta significativamente o relacionamento entre o Executivo e o Legislativo.

“Com certeza, os vetos aconteceram porque a prefeitura não tem dinheiro e seria impossível a realização de todas as obras propostas pelos vereadores. Mas, politicamente, o prefeito deveria aprovar e fazer constar alguns projetos na LDO (Lei de Diretrizes Orçamentária)”, disse Porto. (JÁBALI, 1998).

Outra grande parte, no entanto, é vetada pela inconstitucionalidade de sua tramitação, como destacou o Secretário de Governo da Prefeitura de Ribeirão Preto, em 1998:

Normalmente, o prefeito veta os projetos que são inconstitucionais, como, por exemplo, aqueles em que o vereador determina a construção de uma escola. Na verdade, o Legislativo somente autoriza a construção, mas a decisão final é do Executivo. (JÁBALI, 1998).

O aumento no número e a mudança no perfil das proposituras pode ser diretamente associado à inserção das transmissões das sessões da Casa pela televisão. Muitas vezes, o vereador tem consciência de que um projeto que está

propondo ou aprovando é inconstitucional ou que não dispõe de recursos para sua execução, mas mesmo assim o faz para obter visibilidade junto ao seu eleitorado e deixar o ônus do veto ou da não execução para o prefeito.

Beto Cangussu, um dos vereadores que teve vários projetos vetados na atual legislatura, admitiu que uma parcela dos projetos de lei de iniciativa da Câmara é inconstitucional e declarou a um jornal da cidade que, em sua opinião:

Muitos projetos de lei poderiam ser convertidos em indicações. Mas os vereadores preferem fazer projetos de lei, em vez de indicações, por que os projetos são debatidos e, portanto, ganham mais visibilidade nas sessões da Câmara, transmitidas pela TV. Já as indicações, diz, não dão visibilidade, nem o prefeito é obrigado a respondê-las. (GASPARINI, 2006, p.6).

A análise do processo de mudanças da tribuna para a teletribuna aponta para um sentido de transição da órbita das atividades parlamentares da sessão plenária para a sessão televisada. Este movimento ainda é inicial, mas já começa a estabelecer um marco entre o Parlamento antes e depois da TV Legislativa.

Esta nova configuração da tribuna pode, como destacou o vereador Cangussu, ser benéfica ou maléfica, dependendo de como os vereadores a utilizem e de como a população a consome (CANGUSSU, 2007):

Pode ser para o bem, quando o vereador utiliza para expor suas ideias com sinceridade, apresentar seus projetos, debater os problemas da população e explicar o real papel da Câmara. Pode ser para o mal, no sentido das pessoas utilizarem como palanque eletrônico, como canal de demagogia, defendendo muitas vezes projetos inconstitucionais, que não são verdadeiros.

O vereador como sujeito de *accountability*

Para o dimensionamento da ocorrência de *accountability* na emissão de uma relação de comunicação política se faz necessário considerar quatro variáveis:

1. Se o sujeito (vereador/Câmara) reconhece a obrigação inerente a sua posição de representante de fazer *accountability*;
2. Se ele identifica os recursos e percebe as oportunidades potenciais para fazê-lo;
3. Se efetiva práticas que podem ser associadas à prática de *accountability*;

4. Se tem consciência do que o que faz é ou não é *accountability*.

A respeito do reconhecimento da obrigação do parlamentar de realizar *accountability* para com seus representados, poucas respostas dos questionários aplicados no estudo de emissão (apenas 3 vereadores) a denotaram. Os demais edís aludiram à divulgação da atuação parlamentar e ao contato da população com o trabalho da Câmara, numa atividade mais próxima das relações públicas do que da *accountability* política. Uma das limitações neste aspecto foi a de pensar a divulgação como algo bom para a imagem da Casa e do parlamentar, que permitiria um melhor acompanhamento do trabalho realizado, sem menção à ideia de obrigação de prestação de contas e de direito de fiscalização.

Sobre a percepção das mudanças introduzidas pela tevê no cotidiano parlamentar, a quase totalidade dos vereadores revelou elementos que a indicam, sobretudo os que estão na Casa há mais de duas legislaturas e puderam estabelecer comparações. Destas indicações, podem ser destacadas: o surgimento de uma alternativa de acesso à mídia para aqueles parlamentares que tinham dificuldade de inserção na imprensa comercial (jornais, revistas, rádio e televisão controlados pela iniciativa privada) e um aumento do potencial de munícipes que podem se informar sobre as atividades da Casa.

Todos os vereadores consideram a tevê importante e acreditam que é satisfatória a relação custo x benefício de sua operação. Quando solicitados a enumerar por ordem de maior importância os meios de comunicação (entre TV comercial, rádio comercial, jornal de notícias, jornal da Câmara, TV Câmara, contato em eventos, atendimento no gabinete, site da Câmara, jornal do partido/mandato e correspondência) mais relevantes para a o contato entre representante e representados no exercício de seu mandato, apenas 6 dos 24 apontaram a TV Câmara entre os três mais importantes. Nenhum apontou a TVL como o mais importante, e ela foi considerada por todos mais relevante apenas que o contato em eventos e jornal do partido.

Quando numa questão com resposta estimulada foram perguntados se consideravam a TV Câmara um canal de prestação de contas políticas entre vereadores e cidadãos, todos foram unânimes em afirmar que consideram plenamente. Ninguém respondeu que não considerava ou considerava apenas parcialmente. No mesmo sentido, quando o questionário indagou se a Câmara Municipal, como um todo, faz *accountability* por meio da TVCM, todos responderam que sim.

Referente à reflexão sobre se as práticas, que realiza como vereador, podem ser associadas à *accountability*, percebemos por meio dos questionários,

entrevistas, observação e análise de vídeo, que isto se verifica apenas parcialmente. Os vereadores se esforçam para divulgar *o que é feito* no exercício do mandato, fazendo questão de ressaltar na tribuna até mesmo o conteúdo pormenorizado de requerimentos para limpeza de bueiros e poda de árvores. No entanto, no que se refere ao *como é feito* e *porque é feito*, as interações ainda são incipientes.

E quanto à consciência dos parlamentares ribeirãopretanos sobre se o que fazem é ou não *accountability*, isto também não se verifica devidamente. A maioria deles acredita que sua obrigação é de apenas divulgar o que fazem, sem a necessidade de explicar como fazem e porque o fazem. A simples divulgação, isolada das explicações e justificativas, aproxima-se mais da propaganda política do que da *accountability*.

Neste sentido, chegamos ao final deste item alcançando algumas considerações sobre a *accountability* na face de emissão do estudo de caso da TV do Legislativo de Ribeirão Preto. A TVCM configura-se como um recurso de prestação de contas políticas e, em seus dez anos de existência, criou e/ou potencializou várias oportunidades para tal. Apenas uma pequena parcela dos vereadores de Ribeirão Preto tem consciência do que é *accountability* e de sua obrigação de fazê-lo. A quase totalidade das práticas dos parlamentares na interação com a TV Câmara Municipal se configura apenas parcialmente como *accountability*, sendo necessários avanços no sentido de explicar e justificar a atuação no mandato.

A DEMOCRACIA NO SOFÁ: ANÁLISE DE *ACCOUNTABILITY* NA RECEPÇÃO DA TVCM

A TV Câmara é instrumento para criar melhores condições de participação política do cidadão [...] (CHINAGLIA, 2007).

Hoje é muito difícil para um cidadão comum vir aqui na Câmara, visitar um gabinete, assistir a uma sessão, ver a pauta. Mas pela TV dá para ele participar um pouco mais e acompanhar o que está acontecendo. (CANGUSSU, 2007).

O pouco de política que eu acompanho é pela televisão. Trabalho, estudo e tenho um monte de coisa para fazer. Não dá, não tenho tempo. Só pela televisão mesmo.¹⁶⁰

Remontando a parte do conceito de *accountability*, destacamos que está associado à ação dos “representados/eleitores de se informar, ser informado, fiscalizar e pedir explicações, direta e/ou indiretamente, aos seus representantes, objetivando subsidiar tanto a interação entre as partes ao longo do mandato, como um balanço sobre a continuidade da delegação de poderes para a representação político-eleitoral”. Exige, portanto, uma participação do representado nos espaços/esferas de política em que potencialmente a prestação de contas políticas ocorre.

Neste sentido, buscamos explorar a relação entre participação política, consumo de televisão e *accountability*. A partir de uma concepção de que *accountability* envolve um certo grau de participação política do cidadão, debruçamo-nos sobre a hipótese de abordagem de que como o grau de participação política do brasileiro é baixo e concentrado no voto e no acompanhamento pela televisão, a TVL é importante para a democracia contemporânea.

Buscamos verificar também a hipótese de que a interação do cidadão com a TVCM é um diferencial no que se refere à interação com a política municipal, sobretudo o acompanhamento da atuação da Câmara Municipal e de seus parlamentares. A pesquisa por dados e considerações para validação destas hipóteses envolveu uma abordagem quantitativa com questionários aplicados a 0,1% do eleitorado ribeirãopretano, qualitativa de observações e entrevistas e específica de um estudo de painel, que percorreu passos específicos que passamos a descrever.

160 ELEITOR “A”. *Entrevista com eleitor “A”*: realizada durante a pesquisa de painel. Entrevistadora: M. L. Santos. Ribeirão Preto, 2007.

O início do estudo de recepção se deu com a constituição de uma amostragem do eleitorado do universo de análise e que aconteceu conforme os seguintes passos:

- 1ª etapa: o ponto de partida para a composição da amostragem foi o número de habitantes do município de Ribeirão Preto, de cerca de 550 mil (Anexo F), motivo pelo qual iniciamos com 550 questionários, ou seja, 0,1% do universo;
- 2ª etapa: aplicação de 550 questionários iniciais entre funcionários, clientes e usuários de três supermercados, transeuntes da praça central da cidade, alunos de ensino médio de três escolas estaduais, alunos de duas faculdades particulares, trabalhadores de duas indústrias (metalúrgica e de construção civil) e funcionários de um hotel;
- 3ª etapa: a partir de indicações recebidas no exame de qualificação, atentamos para o fato de que nosso universo de análise era o eleitorado do município e não o total da população. Neste sentido, nossa amostragem de 0,1% dos 550 mil ribeirãopretanos passou a ser de 0,1% dos 372.195 eleitores da cidade, representando subamostragens dos perfis de sexo e faixa etária, a partir do Quadro 1:

QUADRO 1 - Proporção real do perfil de eleitores de Ribeirão Preto por sexo e faixa etária (TRE-SP)

Faixa etária	Sexo			
	Feminino		Masculino	
	Nº	%	Nº	%
16 a 24 anos	32.070	8,61	30.964	8,31
25 a 59 anos	132.887	35,69	117.892	31,66
60 anos ou +	33.334	8,95	25.148	6,75
Geral	198.291	53,2%	174.004	46,72%
Total	372.295 - 100%			

Fonte: Elaborado a partir de dados no Anexo G.

- 4ª etapa: o fato de ter sido realizado, sobretudo, em escolas e faculdades fez com que uma grande parte dos participantes nesta etapa fosse composta por uma população mais jovem, pertencente à faixa etária entre 16 e 30 anos de idade. Tínhamos cerca de 550 questionários no total, mas a maioria era concentrada no segmento de perfil de “jovens, estudantes e com ensino médio completo”. Para alcançar a possibilidade de composição da

amostragem buscada, aplicamos mais 100 questionários (com retorno de 97 deles) para complementar a amostragem em algumas faixas, sobretudo de idosos;

QUADRO 2 - Proporção da amostragem dos eleitores de Ribeirão Preto por perfil de sexo e faixa etária para aplicação dos questionários (total de questionários, de 550 iniciais + 97 adicionais)

Faixa etária	Sexo			
	Feminino		Masculino	
	Nº	%	Nº	%
16 a 24 anos	186	29,19	165	25,90
25 a 59 anos	153	24,01	94	14,75
60 anos ou +	17	2,66	22	3,45
Geral	356	55,86	281	44,10
Total	637 – 100%			

- 5ª etapa: a composição da amostragem exigiu que fossem desconsiderados alguns questionários e obtidos outros (entre os 97 aplicados adicionalmente), para que chegássemos ao número de 371 questionários, isto é, 0,1% do total de eleitores;

QUADRO 3 - Proporção da amostragem dos eleitores de Ribeirão Preto por perfil de sexo e faixa etária para aplicação dos questionários (correção)

Faixa etária	Sexo	
	Feminino	Masculino
	Nº	Nº
16 a 24 anos	$186 - 154 = 32$	$165 - 135 = 30$
25 a 59 anos	$153 - 21 = 132$	$94 + 23 = 117$
60 anos ou +	$17 + 15 = 32$	$22 + 4 = 26$
Geral	$356 - 159 = 196$	$281 - 108 = 173$
Total	$550 + 97 - 266 = 371$	

- 6ª etapa: O resultado que obtivemos foi uma amostragem que retrata o perfil do eleitorado por faixas de idade e sexo, com uma variação inferior a 1% em relação ao total de eleitores;

QUADRO 4 - Proporção da amostragem dos eleitores de Ribeirão Preto por perfil de sexo e faixa etária para aplicação dos questionários (corrigido)

Faixa etária	Sexo			
	Feminino		Masculino	
	Nº	%	Nº	%
16 a 24 anos	32	8,62	30	8,08
25 a 59 anos	132	35,57	117	31,53
60 anos ou +	32	8,62	26	7,00
Geral	197	53,09%	173	46,9%
Total	371 – 100%			

A amostragem de 371 questionários foi adotada a partir de referências de institutos de pesquisa que trabalham com universos de análises numerosos (mais de 100 mil pessoas). IBGE, Datafolha e IBOPE adotam esta amostragem de 1 para cada 1000 com pequena margem de erro e a adotam como padrão para sondagens como a que realizamos em Ribeirão Preto.

No passo seguinte, separamos os questionários em dois grandes grupos: os que assistiam a TVL e os que não assistiam. Nesta etapa, a partir dos nomes e endereços, procuramos as pessoas em seus locais de moradia, trabalho ou estudo, e aplicamos mais 36 questionários, que chamamos de intermediários, em cada grupo (que foram compostos segundo uma proporcionalidade do perfil em relação ao total de questionários). Este levantamento buscou as seguintes informações:

- participação política dos entrevistados: se teve, tem e qual o nível de participação política em eleições, partidos, sindicatos, movimento estudantil, associação de moradores etc.;
- condições específicas da audiência à TVL: horário, horas semanais, frequência, canal de acesso, audiência a outras TVL's, acesso a outras fontes de informação etc.;
- nível de acompanhamento da política local: nível de conhecimento sobre o cotidiano da política, como nome de autoridades, parlamentares, partidos, principais projetos aprovados, CPI's etc.

A partir destes questionários intermediários constituímos os três grupos com os quais desenvolvemos o estudo de painel. A metodologia de painel consiste no acompanhamento de um ou mais grupos, por meio de observação, questionários, entrevistas e coleta de dados em cadernos de campo, na busca por um

histórico de desenvolvimento do objeto estudado no interior do grupo estudado. Esta metodologia é utilizada principalmente em pesquisas sobre audiência de mídia e sobre comportamento político.

Neste sentido, nosso estudo de painel, desenvolvido por um período de seis meses, buscou comparar os níveis de interação com a política parlamentar de três grupos de amostragem, em um momento inicial, em etapa intermediária (três meses depois) e num momento final (seis meses após o início).

O primeiro grupo foi constituído por 12 pessoas que declararam assistir à programação da TVCM com certa regularidade, pelo menos uma vez por semana. O segundo grupo foi formado por 12 pessoas que não assistiam à TVCM (nunca haviam assistido ou não haviam assistido nenhuma vez nos últimos seis meses) e que não assistiriam enquanto durasse a pesquisa. E o terceiro grupo, formado por 12 pessoas que não assistiam à TVL (nunca haviam assistido ou não haviam assistido nenhuma vez, nos últimos seis meses) e que passariam a assistir com regularidade ao longo do estudo.

O número de 36 pessoas desta subamostragem foi escolhido por representar 0,01% do universo de análise e a composição de cada subgrupo com 12 pessoas atendeu a critérios técnicos da metodologia de painel, que exige um número de integrantes passível de incorporar as principais clivagens do universo representado (como sexo e idade, por exemplo) e capaz de absorver eventuais desvios, diminuindo a margem de erro dos dados e informações obtidas.

O conjunto de informações resultantes de quase mil questionários, além das entrevistas e relatórios de visitas de observação, já foi, em parte, trabalhado em considerações anteriores. Contudo, a maioria delas concentra-se neste item da obra, na reflexão sobre a participação política dos ribeirão-pretanos e na análise do impacto da audiência da TVCM na prática de *accountability*.

O cidadão-telespectador na Arena Política Midiatizada

O conceito de participação política, apesar de comportar algumas abordagens variantes, será aqui empregado no sentido destacado por Bobbio et al (2000, p.43), como

a ação de grupos e indivíduos voltada a influenciar o processo político, ligada a atividades típicas das democracias ocidentais, como o voto, a

militância num partido político, manifestações e discussões políticas, contribuição a agremiações políticas, apoio a políticos em campanhas, pressões sobre dirigentes políticos etc.

A participação política pode se dar em diferentes esferas/canais (AVELAR, 2004):

- canais eleitorais: as formas de participação eleitoral e partidária, como alistamento eleitoral, comparecimento às urnas, filiação, militância e direção partidária etc.;
- canais corporativos: espaços institucionalizados de participação política nas entidades de categoria, classe ou interesse, como sindicatos, associações de moradores, clubes, entidades estudantis, condomínios etc.
- canais organizacionais: espaços não institucionalizados de participação política coletiva, como os movimentos sociais que se organizam em causas, campanhas, protestos etc.
- Ela pode se organizar também de diferentes formas (BOBBIO et al., 1998, p.888-9):
- presença: a simples presença ou contato do indivíduo com uma atividade política, muitas vezes de forma passiva, como assistir um debate, ir a um comício, ser alistado eleitoralmente, ser filiado a um partido político, ser associado a um sindicato etc.;
- participação: quando além da presença há uma participação nas atividades políticas que representam uma contribuição, direta ou indireta, para a tomada de decisão política, como a elaboração ou defesa de uma proposta num debate, o voto numa eleição ou assembleia, a manifestação num protesto etc.;
- ativação: quando o indivíduo participa de forma ativa e engajada em atividades políticas delegadas, como direção de partido ou entidade, cabo eleitoral em campanhas, candidato em eleições etc.

Assim, pensar a participação política em certo contexto implica em mobilizar dados sobre o canal, a forma e o grau de participação dos sujeitos estudados.

Em pesquisa sobre participação política no Estado de São Paulo na década de 1990, Ferreira (2000) destacou dados que apontam para um baixo grau de participação política nas instâncias em geral, exceto no comparecimento eleitoral

e na audiência à televisão, sobretudo à propaganda eleitoral (Anexo M). Tal autor (FERREIRA, 2000) apontou:

a existência de interesse em política, embora não traduzido em participação. Assim, 79% dos entrevistados assistiram à propaganda política na televisão, enquanto 68,3% conversaram sobre política com a família. Destacam-se como atuantes os que participam em clubes recreativos, 30,8%; e os que são ou já foram sindicalizados, 28,4%. Além disso, aproximadamente 85% dos que pertencem a sindicatos não votam e não comparecem em suas respectivas assembleias.

Os dados da pesquisa, que realizamos nos bancos de dados do IBGE sobre “Condição de vida: associativismo, representação de interesses e intermediação política”, confirmaram a tendência de cerca de 20% dos pesquisados de participarem de algum tipo de entidade política contra mais de 80% que não participam. (Anexo J)

A mesma pesquisa aponta outros indicadores de baixa participação política dos brasileiros (a partir dos 22,5 milhões de pessoas do universo de amostragem, considerando o período 1994 a 1995): apenas 8% fizeram contato pessoal, por telefone ou por carta com representantes políticos com mandato eleitoral (Anexo K); 82% não participaram de nenhuma atividade político social, como protestos, greves, reuniões, abaixo assinados; 97% não estavam filiados a partidos políticos e 80% não se simpatizavam com nenhuma agremiação partidária.

Quanto à participação política que se refere ao acompanhamento dos representantes com mandato eleitoral, 70% responderam que o fazem a partir de informações obtidas através dos meios de comunicação. Destes, uma média de 80% utiliza a televisão como o principal, muitas vezes único, meio de acompanhamento (Anexo L).

Dados mais recentes apresentam pequenas variações nos indicadores apontados até então. Contudo, os percentuais de participação política ficam acima de 80% no comparecimento eleitoral e no acompanhamento da política por meio da televisão e abaixo de 20% nos demais casos.

Um relatório sobre filiação partidária divulgado pelo Tribunal Superior Eleitoral informa que, em novembro de 2007, o Brasil possuía 12,4 milhões de eleitores filiados a partidos políticos (BRASIL, Tribunal, 2007). Este número representa aproximadamente 9,5% do universo de 127,2 milhões de eleitores, ou

seja, a proporção de filiados a partidos mais que triplicou desde 1996. Os índices de comparecimento às urnas têm ficado na casa dos 80 a 85% nas eleições dos últimos 10 anos (BRASIL, Tribunal, 2007). Como se pode observar nos dados apresentados, 80% dos brasileiros participa da política apenas por meio dos votos nas eleições e de acompanhamento de notícias pela televisão.

Os dados sobre este baixo grau de participação política não são apenas conjunturais, pois revelam um movimento das últimas décadas de esvaziamento dos canais “tradicionais” de participação e uma transferência para o campo da mídia. Este movimento do campo de participação política dos espaços tradicionais (partidos, associações, manifestações públicas, etc.) para o universo da mídia (rádio, televisão e internet) pode ser visualizado à luz de autores que já discutiram a questão, como Habermas, Manin, Sartori e Lima, por exemplo. Para estes autores, nas últimas décadas, consolidou-se um campo de participação política que pode ser associado a:

- esfera pública abstrata: formada por leitores, ouvintes e telespectadores configurados como sujeitos políticos a partir da interação com a mídia, na circulação de informações, debate, tomada de posições, acompanhamento da política, etc (HABERMAS, 1997, p.92);
- videopolítica: marcada pelo destaque da cultura audiovisual nas relações políticas, com mudanças na maneira de ser políticos, fazer política e participar da política. (SARTORI, 2001, p.50);
- cenário de representações políticas midiocêntrico: no qual as relações político-eleitorais estão centradas na mídia, tendo a televisão como o principal canal de interações na relação entre representantes/candidatos e representados/eleitores (LIMA, 2001);
- democracia de público: onde os meios de comunicação são o elemento decisivo nas interações políticas e por meio deles, e em detrimento da estrutura militante-partidária e dos círculos de influência pessoal, candidaturas de cunho pessoal que buscam obter o voto do cidadão e o apoio da opinião pública (MANIN, 1995).

Esta nova face da política contemporânea pode ser sintetizada no que Santos chamou de Arena Política Midiatizada, que:

caracteriza-se pela concentração das interações políticas (formação de opinião pública, debate político-eleitoral e encaminhamento das decisões políticas) na mídia (enquanto espaço, arena, esfera, cenário, palco e campo) e, conseqüentemente, pelo grande poder de influência/determinação no

resultado das interações políticas, por parte de quem tem acesso/controla dos meios de comunicação. (SANTOS, 2005, p.79-80).

Ao rol de interações políticas apontado pelo autor – formação de opinião pública, debate político-eleitoral e encaminhamento das decisões políticas –, acrescentamos as práticas de *accountability*, num mundo em que a participação política é predominantemente midiaticizada.

Assim, os dados e reflexões até aqui apresentados, levam à consideração de que a participação política do cidadão de Ribeirão Preto é baixa (embora um pouco acima da média nacional) e que a maioria dos que participam o faz principalmente por meio da televisão. Considerando que, na concepção de democracia que adotamos nesta pesquisa, a participação política e a *accountability* são elementos essenciais para uma sociedade democrática, faz-se necessário estabelecer, no contexto do estudo de caso, uma relação entre participação política e consumo de mídia, sobretudo de TV legislativa.

Um levantamento de dados sobre participação política na cidade de Ribeirão Preto revela que os índices variam um pouco acima das médias nacionais levantadas pelo IBGE. Dados do TRE-SP indicam um comparecimento eleitoral da ordem de 85% nos últimos 10 anos e um percentual de filiados de cerca de 10,5% dos eleitores alistados no município. Por outro lado, a tabulação dos dados de nossa pesquisa aponta que cerca de 30% do universo de análise participa de alguma entidade ou atividade política, embora apenas 5% dos eleitores tenham feito contato pessoal, por carta ou telefone com alguma autoridade política com mandato eleitoral. A participação política dos cidadãos do universo do estudo de caso também é baixa e concentrada no voto e no acompanhamento da política pela televisão.

Na abordagem para o estabelecimento da relação entre participação política e audiência à TVCM, dividimos o universo de amostragem da pesquisa com cerca de 370 questionários, em três perfis de eleitores: o de presença, o de participação e o de ativação.

O primeiro perfil foi associado aos eleitores que responderam que consideram sua participação política: “inexistente, pois não costumam nem votar nas eleições obrigatórias” ou “baixa, pois participam de vez em quando das atividades”. Neste perfil de presença foram enquadrados 257 dos 371 questionários da amostragem, ou seja, cerca de 70% dos eleitores que consideram que sua participação política é mínima.

Um olhar elementar sobre as especificidades de perfil destes cidadãos revela que eles se distribuem proporcionalmente por sexo e faixa etária, mas com uma presença maior entre aqueles com menor renda e menor escolaridade. Estes dados permitem considerar que há uma pequena tendência de menor participação entre os eleitores com renda familiar mensal inferior a três salários mínimos e com escolaridade menor ou equivalente ao ensino fundamental, que apontam votar com pouca regularidade nas eleições oficiais e participar de vez em quando e apenas com a presença de algumas atividades políticas.

O segundo perfil envolve os consultados que consideram sua participação política “mediana, pois participa na maioria das vezes das atividades”, vota em quase todas as eleições e uma parte considerável é ou já foi filiada/associada a pelo menos uma entidade política, como partido, sindicato ou associação. Neste perfil de participação foi enquadrado aproximadamente 25% da amostragem, reunindo aqueles que votam em quase todas as eleições oficiais, participam regularmente de reuniões e atividades de entidades e associações e é ou já foi filiado ou associado a sindicato ou partido. As especificidades de perfil das pessoas que deram este tipo de resposta aos questionários apontam uma proporcionalidade em relação a sexo e tendência de maior participação entre aqueles com maior escolaridade e renda, bem como, com idade entre 22 e 50 anos.

O terceiro perfil, associado à participação política de ativação envolve 22 pessoas que responderam nos questionários gerais (um pouco mais de 5% da amostragem) que consideram sua participação política “acima da média, como participante assíduo, líder e/ou dirigente” e que votam com regularidade em todas as eleições, atuam como cabos eleitorais ou fiscais de partido, participam de greves e protestos. Este perfil, diferentemente dos outros dois, não se distribui proporcionalmente pelas faixas da amostragem da população. Ele é composto majoritariamente por homens, na faixa dos 22 aos 50 anos (mais especificamente com entre 35 e 50 anos), com ensino médio completo (mas não cursaram ou cursam o ensino superior) e com renda familiar de 4 a 10 salários mínimos, ou seja, homem, de classe média, com escolaridade também média.

O cruzamento destes perfis de participação política, com as questões sobre audiência de TV Legislativa nos questionários da pesquisa, revelou que há uma relação entre a maior audiência de programação política na televisão e maior grau de participação política dos telespectadores. Como se pode observar na Tabela 12, o segmento que apresenta os maiores indicadores de consumo de televisão,

audiência à TVCM e interação com outras fontes de informação é também o segmento com os maiores percentuais de perfil de participação política.

O grupo com pouca ou nenhuma participação apresenta níveis baixos de audiência à programação com informações políticas na televisão convencional, na programação de canais legislativos e em outros veículos de comunicação. O grupo com maior grau de participação política tem índices muito superiores de audiência à programação política televisiva e em outras fontes de informação.

TABELA 12 - Relação entre audiência de televisão e participação política em Ribeirão Preto (percentuais arredondados para frações de 5%)

Acompanhamento da política pela mídia	Grupo de Presença	Grupo de Participação	Grupo de Ativação
Assiste regularmente a uma média de 5 horas semanais de programas de TV com informações sobre política, como telejornais e programas de entrevistas	65%	85%	90%
Assiste regularmente à programação do Horário de Propaganda Eleitoral/Partidária gratuita na televisão	25%	75%	85%
Assiste regularmente a uma média de 2 horas semanais de programação da TVCM	10%	30%	70%
Além da televisão obtém informações sobre política em outro meios, como rádio, jornal e/ou internet	10%	35%	60%

Fonte: Cruzamento de dados dos questionários “Geral 1” e “Específico 1” da pesquisa, realizada entre março de 2007 e fevereiro de 2008¹⁶¹.

A identificação desta relação, no entanto, por ora, não permite perceber: se quem tem maior participação política assiste mais à TVCM como vivência desta participação, ou se quem assiste mais à TVCM se envolve mais na participação política como consequência desta audiência. Esta questão será tratada no último item deste livro, quando discutiremos os dados da pesquisa de painel.

161 O Questionário Geral foi o questionário de “entrada” da pesquisa do estudo de caso, aplicado a todas as pessoas que participaram da pesquisa e de onde foi extraída a amostragem de 371 eleitores. O Questionário Específico (Anexo O, p.187) foi o questionário mais detalhado, aplicado à parte da amostragem para identificação de sub-perfis e composição das sub-amostragens para o estudo de painel.

O cidadão-teleespectador como sujeito de *accountability*

Como apresentado na Introdução desta obra, a prática de *accountability* envolve, por um lado, ações do representante – informar, divulgar, transparecer, responder, sentir a opinião e deixar fiscalizar-se –, de prestar contas políticas, o que chamamos de emissão. Envolve, por outro lado, ações do representado – buscar informações, acompanhar, perguntar, emitir opinião e fiscalizar –, e receber a prestação de contas políticas, no que estamos chamando de recepção.

Após refletir sobre o lugar dos representantes (vereadores de Ribeirão Preto) como sujeitos de *accountability*, ou seja, até que ponto eles têm consciência, buscam fazer, acreditam que realizam e reconhecem a TVCM como recurso para prestação de contas, passamos a analisar o lugar dos representados (cidadãos-eleitores de Ribeirão Preto) como sujeitos de *accountability*, ou seja, até que ponto eles recebem as prestações de contas políticas, sobretudo por meio da TVCM.

Para a reflexão em torno da prática de *accountability* na recepção de uma relação de comunicação política se faz necessário considerar algumas variáveis: se o sujeito (cidadão/espectador) reconhece a obrigação de seu representante (parlamentar) lhe prestar contas políticas sobre suas ações no exercício do mandato; se ele identifica os recursos, canais e oportunidades potenciais para receber *accountability*; se ele participa das oportunidades de receber *accountability*.

A respeito do reconhecimento da obrigação que seu representante tem de lhe prestar contas das ações do mandato, a quase totalidade dos 371 entrevistados respondeu em seu questionário que há uma obrigação sim. Apontaram também que esta obrigação não se limita ao balanço das vésperas das eleições na hora de pedir o voto:

Não voto em político que só aparece aqui na época de eleição para pedir voto. Depois ele some, muda do bairro, não aparece, não vem perguntar nada no bairro, não vem falar o que está fazendo. Neste político que vem, pede o voto, some e depois só volta na eleição seguinte, eu não voto não. Precisa vir sempre aqui falar o que está fazendo.¹⁶²

Questões de ideologia, filiação partidária, oposição/situação, utilização de recursos de gabinetes e posicionamento frente a questões políticas nacionais ou

162 ELEITOR “E”. *Entrevista com eleitor “E”*: realizada durante a pesquisa de painel. Entrevistadora: M. L. Santos. Ribeirão Preto, 2008.

internacionais parecem não ocupar lugar de importância nas contas que o representado espera que seu representante lhe preste. Cabe destacar que a ideia de *accountability* ainda é muito primária entre os eleitores, que a associam mais à obrigação de seu representante “fazer”, “dar um retorno do que fez” ou “ouvir a população”. A obrigação de detalhar o que fez ou deixou de fazer, explicar seu voto em alguns projetos, destacar as motivações de sua ação e/ou prestar contas do uso de recursos públicos ainda é algo muito incipiente. E da mesma forma, o dever de dar um retorno está mais ligado à possibilidade de não receber o voto na eleição seguinte, do que ao voto recebido na eleição anterior.

Este distanciamento da concepção de *accountability* e uma maior valorização da presença física do representante no lugar onde está o seu representado (casa, rua, bairro, associação, sindicato etc.) podem ser associados, de certa forma, a uma cultura política marcada pelo clientelismo nas relações de representação. O eleitor espera um retorno presencial, direto e pessoal do eleito, mais como uma espécie de atenção, reafirmação dos laços políticos, e menos, como uma prestação de contas indireta, impessoal e genérica. Neste contexto, a obrigação de prestar contas não é inerente à relação representante-representado (todo representante político deve prestar contas ao conjunto de cidadãos, não apenas àqueles que votam nele), mas a expectativa de mostrar o que fez e conseguir o voto, ou não conseguir mostrar o que fez e perder o voto na eleição seguinte.

Sobre a identificação dos recursos de *accountability*, para a questão aberta e espontânea “Escreva o nome de três lugares, meios, canais ou recursos que um vereador pode utilizar para informar o seu eleitor sobre as principais ações de seu mandato”, as respostas mais recorrentes na amostragem de cerca de 370 questionários foram, pela ordem:

1. televisão: incluindo TV aberta, TV por assinatura e TV Câmara (aqui também incluímos os nomes de programa de televisão): foi citada em mais de 80% dos questionários, remetendo à ideia de que o eleitor considera a TV o principal mediador das relações políticas;
2. rádio: incluindo além de rádio, os programas quando citados nominalmente: apareceu em cerca de 30% das respostas, colocando-o em segundo lugar, atrás apenas da televisão;
3. jornal: jornal comercial, jornal institucional (Câmara, vereador, sindicato, associação de moradores etc.) e revistas: foi citado em aproximadamente 20% dos questionários;

4. reuniões: comícios, palestras, inaugurações, assembleias e outras reuniões com a presença de vereadores que falaram sobre suas atividades: foi apontado por um pouco menos de 20% dos consultados;
5. telefone: ligações recebidas e/ou feitas com a administração da Câmara Municipal, vereadores e suas assessorias: teve o conjunto de respostas a este item próximo dos 10%;
6. horário de propaganda partidária/eleitoral: horário eleitoral gratuito no rádio e ou televisão: também foi indicado em pouco menos de 10% das respostas;
7. carta: carta, boletim ou jornalzinho enviado pela Câmara ou vereador para a casa do entrevistado (mala direta): foi marcado por 8% dos entrevistados;
8. página na internet: site web ou blog da Câmara Municipal, partido ou vereador: atingiu pouco mais de 5%;
9. panfleto: impresso entregue em mãos (incluindo propaganda eleitoral) com informações sobre a atividade de vereador: atingiu cerca de 5% das respostas indicadas nos questionários;
10. e-mail: recebimento de mensagem de correio eletrônico, boletins de notícia, newsletter, lista de distribuição etc., enviado pela Câmara Municipal, vereador, partido ou suas assessorias: também foi mencionado em aproximadamente 5% das respostas.

A análise dos percentuais de respostas das questões permite as seguintes constatações:

- o cidadão-espectador reconhece uma grande quantidade de meios, recursos e oportunidades para desenvolvimento de *accountability*;
- todos os recursos apontados, exceto as reuniões (nas quais foram enquadrados comícios, visitas ao bairro, palestras etc.), são associados a meios de comunicação de massa;
- nenhum dos questionários trouxe resposta associada a formas de interação presencial e direta e por iniciativa do eleitor, como o representado visitando o gabinete de seu representante ou participação em sessão da Câmara;
- a televisão foi citada em cerca de 3/4 dos questionários aplicados.

Em relação à terceira variável, da questão “se ele participa das oportunidades de receber *accountability*”, apesar dos sujeitos reconhecerem a obrigatoriedade

de seus representados fazerem *accountability* (aqui já numa associação à ideia genérica de “dar um retorno para merecer o voto”) e identificarem uma variedade de recursos para que ela ocorra, a tabulação dos questionários intermediários revelou um baixo índice de participação em quase todos os recursos, exceto a televisão:

QUADRO 5 - Atividades de acompanhamento da Política

Questões	Sim	Não
Assiste a programas de televisão com cobertura sobre a política municipal, pelo menos duas vezes por semana?	61%	39%
Ouve programas de rádio com cobertura sobre a política municipal, pelo menos duas vezes por semana?	18%	82%
Lê as sessões dos jornais locais com cobertura sobre a política municipal, pelo menos duas vezes por semana?	8%	92%
Participou de comícios ou reuniões com a presença de vereadores, nas quais foram divulgadas informações sobre a atuação do vereador no mandato, nos últimos dois anos?	6%	94%
Recebeu ou fez ligação telefônica para a Câmara Municipal ou gabinete de vereador, nos últimos dois anos?	2%	98%
Assistiu à propaganda eleitoral gratuita na televisão, pelo menos uma vez por semana nas últimas eleições municipais (2004)?	15%	85%
Leu a maioria das correspondências enviadas por vereadores para sua casa, nos últimos dois anos?	22%	78%
Costuma acessar a página de internet da Câmara Municipal ou de algum vereador, pelo menos uma vez a cada três meses?	4%	96%
Leu a maioria dos panfletos que lhe foram entregues sobre atuação de vereador, nos últimos dois anos?	12%	88%
Leu a maioria dos e-mails, boletins eletrônicos ou similares que, eventualmente, lhe tenham sido enviados por vereadores, nos últimos três meses?	8%	92%
Visitou a Câmara Municipal ou gabinete de vereador (fora de horário das sessões), nos últimos dois anos?	3%	97%
Participou pessoalmente de sessão da Câmara Municipal, nos últimos dois anos?	1%	99%

Fonte: Pesquisa com questionários desenvolvida pela autora entre 2005 e 2006, por meio dos questionários Gerais e Específicos, aplicados sobre um universo de cerca de 370 pessoas.

Estes dados (segundo os quais 60% dos eleitores interagem com a política apenas por meio da televisão), associados aos depoimentos gravados em algumas entrevistas, levaram a uma configuração da interação do cidadão-telespectador com a *accountability* como passiva, sob demanda e concentrada na televisão. É concentrada na TV, porque ela é apontada como o principal meio de prestação de contas políticas. É passiva, porque as pessoas não buscam as informações de forma ativa (indo até a casa parlamentar, ligando no gabinete, participando das sessões, pesquisando as pautas na internet), mas sim de forma passiva, aguardando que ela chegue pelas ondas do rádio, pela tela da televisão ou pela caixa de correio.

E é sobre demanda, pois, mesmo os que acompanham não o fazem de forma regular, mas sim em momentos específicos, nos quais percebem que seus interesses estão em jogo:

No dia a dia eu não acompanho não. Não tenho tempo e acho um pouquinho chato. Mas quando fico sabendo que tem alguma coisa importante acontecendo, aí eu procuro acompanhar. Vou ler um jornal, assistir melhor a televisão, ouvir a rádio. Se tem, assim, uma CPI, um projeto de aumento de impostos, estas coisas, e eu fico sabendo, aí eu procuro acompanhar mais.¹⁶³

Outro aspecto relevante do cidadão como sujeito de *accountability* na recepção relaciona-se às mudanças que podem ocorrer com a inserção de um canal ou programação específica sobre as atividades do Parlamento (TVL), na vivência da relação entre representados e seus representantes, que passamos a tratar no próximo item.

A TVCM como recurso de *accountability* na recepção

Neste item, apresentamos os resultados da abordagem de painel que realizamos, conforme procedimentos descritos na introdução desta segunda parte do livro. O objetivo foi acompanhar, por meio de questionários, entrevistas e observação, as diferenças entre audiência e não audiência da TVCM junto a três grupos de análise, no que se refere à *accountability*. Os três grupos foram formados por

163 ELEITOR “H”. *Entrevista com eleitor “H”*: realizada durante a pesquisa de painel. Entrevistadora: M. L. Santos. Ribeirão Preto, 2007.

componentes que refletissem a amostragem geral conforme o perfil da população, cada um envolvendo o seguinte perfil de integrantes¹⁶⁴:

- quanto ao sexo: 7 mulheres e 5 homens;
- quanto à idade: 2 com até 24 anos, 7 com entre 25 e 50 anos e 3 com mais de 50 anos;
- quanto à escolaridade: 2 com até o ensino fundamental completo, 6 com ensino médio completo e 4 com ensino superior em curso ou completo;
- quanto à renda: 4 com renda mensal de até 3 salários mínimos, 6 com renda entre 4 e 10 salários mínimos e 2 com renda de mais de 10 salários mínimos;
- quanto ao acesso a outras fontes de informação: 6 com acesso apenas ao rádio e televisão e 6 com acesso também a jornal, revista e/ou internet.

O Grupo A foi constituído por 12 pessoas que declararam assistir à TVCM com regularidade, pelo menos uma vez por semana e a mais de um ano. Durante o estudo, eles continuaram assistindo à TVCM com a mesma regularidade, da mesma forma e sem nenhum estímulo, roteiro, preparação ou orientação.

O Grupo B foi constituído por 12 pessoas que declararam nunca ter assistido à TVCM ou tê-lo feito apenas uma vez no último ano. Durante o estudo, eles continuaram a não assistir à TVCM, com a recomendação de manter os mesmos hábitos quanto à interação com a política, como a leitura de jornais e audiência de programas de rádio e televisão, por exemplo.

O Grupo C foi constituído por 12 pessoas que declararam nunca ter assistido à TVCM ou tê-lo feito apenas uma vez no último ano. Durante o estudo, eles foram estimulados a começar a assistir à TVCM de forma esporádica na primeira etapa e de forma regular na segunda, com a recomendação de manter os mesmos hábitos quanto às demais formas de interação com a política, como a leitura de jornais e audiência de programas de rádio e televisão, por exemplo.

O estudo de painel com estes grupos objetivou obter dados para uma análise comparativa que permitisse verificar as seguintes hipóteses de abordagem:

- que nos três momentos, os integrantes do Grupo A revelariam um maior e melhor conhecimento da política (processo legislativo, atuação da Câmara e atividades dos vereadores) do que os integrantes do Grupo B;

164 Procuramos compor os grupos com no máximo um integrante por domicílio. Em dois casos, tivemos dois integrantes da pesquisa de um mesmo domicílio, mas com o cuidado de jamais atingir mais de duas pessoas de um mesmo grupo na mesma casa.

- que nos três momentos, os integrantes do Grupo B revelariam um conhecimento da política inferior ao Grupo A, que permaneceria constante;
- que no momento inicial, os integrantes do Grupo C apresentariam um conhecimento da política inferior ao do Grupo A e semelhante ao do Grupo B;
- que no momento final, os integrantes do Grupo C alcançariam um conhecimento da política diferente do momento inicial, mais próximo do Grupo A e diferente do Grupo B.

QUADRO 6 - Dados estudo de painel: momento inicial (36 questionários aplicados entre julho e agosto de 2007)

Questão	Grupo A	Grupo B	Grupo C
Explicou qual a finalidade de um requerimento de vereador.	3	1	0
Apontou 2 comissões permanentes da Câmara de Ribeirão	7	1	1
Explicou o que é um projeto de lei de iniciativa popular	3	1	1
Apontou o nome do Presidente da Câmara de Ribeirão	10	3	2
Deu o nome de 3 vereadores e seus atuais partidos políticos	7	2	3
Apontou 2 CPI's ou CEE's de Ribeirão nos últimos 4 anos	8	2	2
Indicou 2 projetos importantes votados nos últimos 4 anos	10	4	5
Apontou o nome de um vereador cassado nos últimos 10 anos	3	0	0
Apontou em quem votou na última eleição para vereador	11	7	6
Indicou 1 vereador da situação e 1 da oposição	8	1	2
Indicou 2 vereadores que trocaram de partido no mandato	5	0	0
Acha que a TVCM é importante	9	0	1

Questão	Grupo A	Grupo B	Grupo C
Acha que os vereadores prestam contas por meio da TVCM	5	0	0
Acha que o espectador pode acompanhar/fiscalizar a atuação dos vereadores por meio da TVCM	11	2	3

QUADRO 7 - Dados estudo de painel: momento final (36 questionários aplicados entre fevereiro e abril de 2008)

Questão	Grupo A	Grupo B	Grupo C
Explicou qual a finalidade de um requerimento de vereador.	4	1	3
Apontou 2 comissões permanentes da Câmara de Ribeirão	8	1	7
Explicou o que é um projeto de lei de iniciativa popular	4	1	3
Apontou o nome do Presidente da Câmara de Ribeirão	8	1	9
Deu o nome de 3 vereadores e seus atuais partidos políticos	6	1	7
Apontou 2 CPI's ou CEE's de Ribeirão nos últimos 4 anos	9	3	7
Indicou 2 projetos importantes votados nos últimos 4 anos	10	5	8
Apontou o nome de um vereador cassado nos últimos 10 anos	3	2	2
Apontou em quem votou na última eleição para vereador	11	5	9
Indicou 1 vereador da situação e 1 da oposição	7	0	8
Indicou 2 vereadores que trocaram de partido no mandato	5	2	4
Acha que a TVCM é importante	10	2	9
Acha que os vereadores prestam contas por meio da TVCM	5	0	7
Acha que o espectador pode acompanhar/fiscalizar a atuação dos vereadores por meio da TVCM	11	2	10

A análise comparativa dos dados do momento inicial e final levou-nos a considerar que a audiência à TVCM é um diferencial de *accountability*, pois as pessoas que assistem à TVL apresentam índices de acompanhamento da política municipal três a quatro vezes maior do que aquelas que não assistem. Podemos destacar esta questão, dentre os grupos de 12 pessoas, exemplos como: 3 das que assistiam TVL sabiam a finalidade de um requerimento ou o que era um projeto de iniciativa popular, enquanto apenas 1 das que não assistiam demonstraram conhecimento sobre esta questão; 10 dos que assistiam sabiam o nome do Presidente da Câmara ou o tema de 2 projetos votados nos últimos 4 anos, enquanto apenas 3 dos demais o sabiam;

Da mesma forma, 6 ou 7 meses depois (em abril de 2008), aqueles que não assistiam e passaram a assistir triplicaram seus indicadores de acompanhamento da política, enquanto aqueles que não assistiam e continuaram não assistindo não tiveram alteração significativa. Por exemplo: no momento inicial, apenas 1 pessoa do grupo C sabia o nome de 2 comissões permanentes do Legislativo municipal e, no momento final, este número subiu para 7; no primeiro momento, 2 pessoas sabiam o nome de um vereador da situação e outro da oposição e no momento final, este número passou a ser de 8.

Como se pode observar, mesmo considerando o acesso a outras fontes de informação, sobretudo jornais e televisão comercial: quem assistia e continuou assistindo, manteve seus indicadores de acompanhamento com a política; quem não assistia e continuou não assistindo, também manteve seus indicadores, ou seja, não apresentaram melhora no que se refere ao conhecimento e contato com a política; e quem não assistia e passou a assistir à TVCM melhorou sua interação com a política e em cerca de seis meses, alcançou uma situação semelhante à daqueles que já assistiam a um tempo maior.

O estudo de painel apontou, portanto, que a audiência à TVL configurase, consideravelmente, como um diferencial de *accountability*. Esta constatação de que assistir à TVCM melhora o entendimento e o acompanhamento da política, por parte dos eleitores, permite-nos deduzir que, se o acesso e audiência das TVLs no Brasil for ampliado, a participação política e a *accountability* do brasileiro também podem avançar qualitativamente, na esfera da política municipal.

Os resultados gerais do estudo de painel também indicam que, alguns aspectos que não puderam ser analisados durante a pesquisa de doutorado (sobretudo por envolver eventos que estão em curso ou ainda vão ocorrer), são importantes

para o estudo de *accountability* pelas TVLs e denotam a necessidade de estudos complementares em um momento futuro. São exemplos destes aspectos:

- o impacto das mudanças, recentes e em curso, de horários de exibição das reprises das sessões, que passou do início da noite dos sábados e domingos para as madrugadas dos próprios dias de exibição das sessões, já que muitos dos entrevistados na pesquisa assistiam à TVCM apenas nas reprises;
- a relação entre o consumo de TVCM e o voto dos eleitores nas vindouras eleições municipais de 2008, ou seja, se entre o grupo daqueles que passaram a assistir à TV Câmara, ocorreu mudança no voto em partido ou candidato em relação às eleições de 2004;
- a interação com a TVCM diante das iniciativas de comunicação da Câmara pela internet, como à disponibilização (para *download* ou reprodução) das gravações das sessões legislativas, na íntegra e dos últimos dois meses, e também a íntegra do voto individual de todas as votações dos vereadores, no *site* da Câmara.

CONCLUSÕES DA SEGUNDA PARTE

Procuramos apresentar a maioria das considerações ao nesta pesquisa. Contudo, na parte final do trabalho, retomamos algumas de nossas conclusões para fazer um balanço do alcance dos objetivos propostos e da verificação das hipóteses elaboradas.

Em relação ao objetivo de percorrer a historicidade do processo de criação e de funcionamento das TV's Legislativas no Brasil, destacamos os elementos mais marcantes da criação e funcionamento das TV'ls brasileiras. A partir de uma discussão realizada no primeiro item da segunda parte da obra, concluímos que podemos chamar de TV Legislativa um conjunto de programação audiovisual controlada pela mesa diretora de uma casa parlamentar, que tem as atividades do Parlamento como principal temática de seu conteúdo sendo transmitido em massa para ser recebido por aparelho de televisão doméstico, seja via TV a cabo, por parabólica e/ou em TV aberta. A construção deste conceito pautou-se pelos caminhos percorridos na própria pesquisa, que levaram à inclusão de TV's que não tinham um canal exclusivo para sua programação, e à exclusão das TV's de internet que ainda não foram socialmente difundidas como televisão em nosso país.

Quanto ao surgimento e criação, a TVL surgiu nos Estados Unidos, nos anos oitenta, no contexto de regulamentação da TV a cabo. No Brasil, surgiu nos anos noventa, também no contexto de regulamentação da TV a cabo, mas constituindo um modelo próprio, diferenciado do americano, sobretudo quando ao controle e financiamento.

Podemos caracterizar o funcionamento das TVL's brasileiras como de pouca regulamentação (sem regulamento, lei ou código específico); com controle político concentrado no presidente da casa parlamentar; com financiamento direto do orçamento da casa parlamentar e sem rubrica específica; com produção e, às vezes, transmissão, terceirizadas; e com programação predominante de transmissões das sessões parlamentares.

Outra consideração é a de que há muitas diferenças entre as TV's legislativas brasileiras, que separamos em três grupos: um de TV's já consolidadas, com mais de cinco anos de funcionamento, que transmitem ao vivo e em outra modalidade além do cabo, têm uma programação além das sessões legislativas e conteúdo de melhor qualidade técnica; um de TV's mais recentes, que transmitem apenas por cabo, tem programação exclusivamente das sessões que nem sempre são ao vivo e

cuja qualidade técnica é limitada por apenas uma câmera; e um grupo intermediário, cujo perfil representa uma transição do segundo para o primeiro grupo.

No que se refere ao objetivo de refletir sobre a atuação das TVLs como meio de *accountability* vertical, destacando suas potencialidades e limites para a promoção da democracia, concluímos que, apesar do importante papel, a atuação das TVs legislativas é marcada por vários limites, desvios e subaproveitamento de seu potencial.

Em relação aos limites, cabe destacar a abrangência e a audiência. A abrangência das TVLs, exceto em alguns poucos casos como o da TVCM, é reduzida e limitada à televisão a cabo, não estando acessível à maioria dos brasileiros. E mesmo entre aqueles que têm acesso a uma TVL, a audiência é muito pequena, devido a uma série de fatores, como horário da programação e concorrência de outros canais de televisão. O horário de transmissão ao vivo das sessões concentra-se no horário comercial nos dias úteis e suas reprises na madrugada, dificultando a audiência da maioria dos brasileiros, que estão trabalhando ou dormindo nestes horários.

O conteúdo que preza a simples transmissão das sessões, o qual a maioria dos espectadores não consegue acompanhar, raramente trabalha formação do cidadão. São muito poucos os programas que têm por objetivo explicar a dinâmica das sessões e o funcionamento do processo legislativo, buscando familiarizar o eleitor/espectador sobre temas elementares como veto, emenda, parecer, turnos de votação, requerimento, projeto etc. Neste sentido, as pessoas até têm a possibilidade de assistir a programação do Legislativo pela televisão, mas são poucos os que conseguem entender o funcionamento do que estão vendo.

Enfim, podemos concluir que a TVL é limitada, pois é uma televisão que “pega” nas residências de poucas pessoas, “passa” num horário em que quase ninguém pode assistir, é “vista” por um número de espectadores menor ainda, tem uma programação “monótona”, que poucos entendem e que apesar de buscar a transparência, dedica-se pouco à formação do cidadão-espectador.

Constatamos também que, além das limitações, as TVLs apresentam desvios em seu funcionamento, como a propaganda e a bravata legislativa. Em relação à propaganda, a maioria dos espectadores identifica uma tentativa nos discursos dos parlamentares de, ao invés de prestar contas ou debater temas considerados de maior interesse da população, buscam ressaltar os seus feitos potencialmente eleitorais ou atacar adversários.

Outro desvio semelhante refere-se à omissão ou silêncio, de certa forma coletivo, acerca de alguns assuntos. Durante todo o período de monitoramento da pesquisa, nenhum vereador abordou na tribuna temas como: valor dos vencimentos dos parlamentares, quantidade de funcionários da Câmara, distribuição orçamentária anual ou custo de manutenção da TVCM. Para uma instituição que tem entre seus principais objetivos a transparência, a prestação de contas e a fiscalização, não tratar suas próprias contas em seu canal de TV constitui-se num desvio.

A bravata legislativa configura-se na inserção na atividade legislativa de expedientes, com o principal propósito de promoção política pessoal ou partidária, como a proposição de projetos e requerimentos sem condições legais ou orçamentárias para sua implementação, bem como a abertura de comissões especiais de investigação que terminam sem resultados conclusivos. Neste sentido, concluímos que há uma grande ocorrência deste tipo de desvio, a partir de indicadores como:

- aumento da quantidade de proposituras honoríficas, como projetos que estabelecem datas comemorativas, atribuem nomes a ruas e concedem títulos de cidadania e homenagens, que atualmente representam 60% do total de leis aprovadas pela Câmara Municipal de Ribeirão Preto;
- crescimento no número de projetos, não implementados por serem considerados inconstitucionais (pelo Judiciário) ou não preverem recursos para sua execução, ou seja, aprovados mesmo com uma forte indicação de que contrariavam a legislação ou não poderiam ser executados;
- apresentação e leitura “no ar” de milhares de requerimentos (ao ano), solicitando poda de árvore, instalação de semáforos, conserto de vazamento, troca de lâmpada etc., com o anúncio do nome do cidadão/eleitor/espectador que pediu a providência ao vereador;
- instauração de um número de CPI’s e CEE’s dez vezes maior que o das legislaturas anteriores à TVCM, em sua quase totalidade, com relatórios que não resultam em prisões, demissões ou apontamento de responsáveis.

Podemos, assim, concluir que a TVL mudou a prática parlamentar também para estes desvios, pois, nos períodos em que, por determinação judicial, a transmissão da TVCM foi suspensa, o número de procedimentos desta natureza reduziu-se consideravelmente, sendo retomado com a volta das transmissões.

Apesar de limitações e desvios, as TVLs apresentam um potencial de avanço que começou a ser aproveitado e apresenta perspectivas de ampliação nos próximos anos. Um dos aspectos deste potencial é a ampliação da abrangência para além da TV a cabo e da parabólica, pois a criação da modalidade de TV institucional (RTVI) viabiliza a transmissão da TV Senado e da TV Câmara Federal pela televisão aberta para as principais capitais do país, com possibilidade de transmissão da programação das Câmaras Municipais e/ou Assembleias Legislativas no mesmo canal. Outra perspectiva de ampliação do acesso no médio prazo é a implantação da TV digital, que já tem legislação aprovada com reserva de canais para os parlamentos.

Outro aspecto potencial que começa a ser aproveitado é a chamada programação complementar (além da transmissão das sessões), com programas de entrevistas, debates, documentários e de instrução sobre política, parlamento e processo legislativo. A exemplo da TV Senado, algumas TVLs como a TVCM têm valorizado a produção de programas, documentários e vídeos institucionais com a história brasileira, educação política, produções culturais regionais etc.

No que se refere especificamente ao caso estudado e em relação ao objetivo de dimensionar o papel da TV Câmara de Ribeirão Preto como recurso de *accountability*, podemos concluir que a TVCM tem um importante papel para a democracia, ao possibilitar a prestação de contas políticas pelos vereadores aos eleitores da cidade. Esta conclusão fundamenta-se no reconhecimento de cerca de 75% da população, inclusive daqueles que não assistem com regularidade, de que a TV Câmara é importante ou muito importante. Outro argumento é o fato de que a TVCM foi a primeira e ainda é uma das únicas que atinge a totalidade de seus representados, por transmitir pela TV aberta (sem parabólica, além de via cabo e internet), ao vivo e em horário em que a maioria da população está em casa, com o voto nominal dos parlamentares divulgado em um painel eletrônico em tempo real.

E o principal indicador da relevância do papel da TVL como recurso de *accountability*, foi mostrado pelos dados da pesquisa de painel ao comprovar que aqueles que assistem com regularidade à programação têm uma melhor relação com a política municipal, do que aqueles que não assistem. Podemos concluir também que a inserção da TVCM no cotidiano do cidadão, modifica no curto prazo, sua interação com a política.

Em relação à verificação das hipóteses, consideramos parcialmente constatada a hipótese de que a trajetória de criação e desenvolvimento das TV's Legislativas é marcada por um paradoxo de interesses entre a propaganda política e a *accountability*, numa interação que ainda está sendo amadurecida por representantes e representados, enquanto principais agentes envolvidos. Criadas como meio de divulgação/propaganda do Congresso e alvo inicial da frieza da sociedade, aos poucos, as TVLs estão sendo descobertas como instrumento de *accountability*, tanto pelos parlamentares, quanto pelos cidadãos.

As TVLs surgiram a partir de uma iniciativa do Congresso Nacional para divulgar o trabalho do Parlamento e dos parlamentares para a sociedade. Foi apenas ao longo de mais de dez anos de trajetória que a ideia de prestação de contas e de possibilidade de fiscalização pelo eleitor-espectador surgiu e vem ganhando importância. Além disso, consideramos que o amadurecimento da relação de *accountability* entre representantes e representados ainda é parcial, é incipiente, e precisa avançar com urgência – ir além da concentração dos momentos de holofotes das coberturas de CPI's e escândalos, ou seja, avançar para o cotidiano do processo legislativo e de seus debates e votações.

Outra constatação é a de que os canais parlamentares surgiram como, e continuam sendo, uma TV do Parlamento (fundada, pensada e operada pelo Parlamento, em seu interesse e para veicular aquilo que a Casa Parlamentar julga que a sociedade deva ver) e pouco avançaram no sentido de uma TV sobre o Parlamento (abordando as atividades parlamentares, mas regulada com a participação da sociedade civil, para veicular aquilo que a sociedade julga querer ver sobre o Legislativo).

Também consideramos verificada a hipótese das TV's Legislativas constituírem um importante canal de promoção da *accountability*, na medida em que criam condições para prestação de contas das ações dos parlamentares e de sua relação com o Executivo, para a imprensa, as entidades da sociedade civil e mesmo para o cidadão em seu ambiente doméstico.

Mesmo que com um caráter predominantemente disponibilizatório (está à disposição para quem e quando se interessar), as TVLs permitem ao cidadão comum, sindicatos, ONG's e a imprensa comercial acompanhar a atividade parlamentar e estabelecer uma relação de *accountability*. Por meio das TVLs, o parlamentar pode apresentar sua opinião sobre assunto em pauta, pedir explicações àqueles que ele deve fiscalizar, dar transparência de seus atos com a divulgação pela

TV, enfim, prestar contas de sua atuação como representante aos seus representados. Por meio das TV's legislativas, o cidadão-espectador pode conferir a opinião de seu representante, verificar seus votos e proposituras, fiscalizar parte de suas ações no mandato etc.

E destacamos que nossa hipótese/tese de que – apesar de algumas limitações quanto ao acesso e de alguns desvios quanto ao uso –, as TV's Legislativas contribuem para a promoção da democracia no Brasil, ao representarem uma oportunidade de ampliação da prática de *accountability*, do momento das eleições periódicas para o cotidiano da televisão, também foi verificada.

Apesar de não ser o único, e em muitos casos nem o principal meio de se obter ou fornecer informações sobre política, num contexto de política e democracia centrado na mídia, sobretudo televisão, as TVLs são um importante recurso de *accountability* e democracia.

E da mesma forma, colocam um debate sobre a necessidade de se repensar a TVL no contexto das perspectivas que se apresentam para os próximos anos, entre as quais poderíamos citar:

1. A ampliação de sua abrangência, com possibilidade de priorização da sua transmissão por canal aberto, sobretudo com a TV Digital, que remete a uma discussão acerca da possibilidade das TVLs, em alguns anos, alcançarem os domicílios da maioria dos brasileiros. O projeto de implantação da TV Digital, semelhante ao que ocorreu com a Lei da Cabodifusão, já reservou vários canais para atividades de interesse público, como Canal da Justiça, da Presidência da República, para universidades e para as casas parlamentares, num movimento para difundir a TVL pela televisão que não é por assinatura.
2. A reconfiguração de seu perfil, não apenas como um canal parlamentar, mas como uma rede de televisão pública (no sentido de ser mais diversificada e aberta à programação não parlamentar), que já representa uma perspectiva em algumas TVLs – como as federais, de algumas assembleias legislativas e de alguns municípios, além das sessões parlamentares –, de veicularem programas jornalísticos, de debates, documentários, educativos, envolvendo experimentos de universitários, refletindo sobre a própria televisão, bem como produções regionais, independentes e/ou alternativas, sobretudo de conteúdo nacional.

3. A democratização de sua gestão, com a discussão de projetos de criação de instâncias de *accountability* do uso da própria TVL, inclusive com a possibilidade de participação do cidadão, a partir da tramitação de alguns projetos de lei propondo uma regulamentação específica para esta modalidade de TV, de estabelecimento de conselhos curadores e da ampliação do debate sobre a importância e a atuação das TVLs pela mídia comercial, que depois de mais de uma década “ignorando de forma crítica” os canais parlamentares, começam a reconhecê-lo, no mínimo como fonte de acompanhamento dos trabalhos parlamentares.
4. Ampliação da importância da internet e possível convergência de mídias, no médio prazo, com o aumento das casas parlamentares que divulgam pauta, ata, resumo das votações, gravação das sessões e mesmo transmissão das sessões ao vivo pela internet, com a possibilidade de alcançar os mais de 20 milhões de brasileiros com acesso à internet.

Concluimos, assim, que a reflexão construída nesta obra, sobretudo em torno da TV Câmara Municipal de Ribeirão Preto, precisa se desdobrar na medida em que um número maior de programação de casas parlamentares (principalmente de pequenos municípios) chega às casas de um número também crescente de cidadãos, numa interação política cujas perspectivas apenas despontaram no caso analisado da TVCM.

BIBLIOGRAFIA E REFERÊNCIAS

A DEMOCRACIA na sua telinha. *Gazeta de Ribeirão Preto*, Rib. Preto, 6 out. 2005, p. 22.

ABREU, R. B. Além dos 50 segundos. In: RENAULT, L. *Comunicação e política nos canais de televisão no poder legislativo no Brasil*. Belo Horizonte: ALEMG, 2004. (Prefácio).

AÇÃO Popular nº 1084/97. Apud *Tribuna Ribeirão*, Ribeirão Preto, 9 maio 1998, Capa.

ACERVO *Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral na televisão nas eleições em Ribeirão Preto - 2000 e 2004*, com 45h de gravação em fita de vídeo cassete, produzidas na pesquisa.

ACERVO *Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no rádio nas eleições em Ribeirão Preto - 2000 e 2004*, com 51h de gravação em fitas de áudio cassete, produzidas na pesquisa.

ACERVO *Programas de rádio em Ribeirão Preto 1999-2005*, com 128h de gravação em fita de áudio cassete, produzidas na pesquisa.

ACERVO *Programas de Televisão em Ribeirão Preto 2001-2004*, com 45h de gravação em fita de áudio cassete, produzidas na pesquisa.

ACORDO pode reduzir pinga-fogo nas sessões. *Jornal Verdade*, Rib. Preto, 8 maio 1998, p.5.

AKUTSU, L. *Sociedade da informação, accountability e democracia delegativa: investigação em portais de governo no Brasil*. 2002. 152 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2002.

AKUTSU, L.; PINHO, J. A. G. Sociedade da informação, *accountability* e democracia delegativa: investigação em portais de governo no Brasil. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 36, n. 5, p. 723-745, set./out., 2002.

ALEUTTA, K. *Media Man: Ted Turner's improbable empire*. New York: Norton, 2004.

ALONSO, A. M. *Política y nueva comunicación*. Madrid: Fundesco, 1999.

ALVES, M. H. M. *Estado e oposição no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1984.

ARENDT, H. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense, 1989.

ARTERTON, F. C. *Teledemocracy*. London: Sage, 1987.

ASSEMBLEIAS e Câmaras de SP disputam espaço na programação das emissoras. 18 mar. 2007. Disponível em: <www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=424+-Pb006>. Acesso em: 25 jul. 2007.

AUDIÊNCIA em alta na TV Senado. *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 23 ago. 2005, p. 12. Disponível em: <www.sc.gov.br/clipping_governo/noticia_int.asp?str_data=23/08/2005&cd_noticia=93180>. Acesso em: 25 jul. 2007.

AVELAR, L. Participação política. In: AVELAR, L., CINTRA, A. O. (Orgs.) *Sistema político brasileiro: uma introdução*. São Paulo: Edunesp, 2004.

AVISO de licitação. *Tribuna Ribeirão*, Ribeirão Preto, 21 mar. 1998, p. 3.

BAGDIKIAN, B. H. *O monopólio da mídia*. São Paulo: Pág. Aberta, 1993.

BAQUERO, M. *Condicionantes da consolidação democrática: ética, mídia e cultura política*. Porto Alegre: EDUFRGS, 1996.

_____. (Org.). *Transição, eleições e opinião pública*. P. Alegre: UFRGS, 1995.

BARREIRA, I., PALMEIRA, M. (Org.s) *Candidatos e Candidaturas: enredos de campanha eleitoral no Brasil*. São Paulo: Annablume, 1998.

BATENDO o Bumbo. *Jornal Tribuna Ribeirão*, Ribeirão Preto, 9 maio 1998, p. 13.

BELOCH, I., ABREU, A. A. (Coord.s) *Dicionário histórico-biográfico brasileiro: 1930-1983*. Rio de Janeiro: FGV, 1984.

BELTRÁN, L. R., CARDONA, E. F. *Comunicação dominada: os EUA e os meios de comunicação da América Latina*. R. Janeiro: Paz e Terra, 1982.

BOAS, T. C. Television and neopopulism in Latin AmErica: media effects in Brazil and Peru. *Latin American Research Review*, v.40, n.2, 2005.

BOBBIO, N. et al. *O futuro da democracia*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

_____. *Dicionário de Política*. Brasília: UnB, 1998. 2v.

BOBBIO, N. *Teoria geral da política: a Filosofia política e as lições dos clássicos*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

_____. *Dicionário de Política*. Brasília: UnB, 1998, p.326-7.

_____. *Direita e Esquerda*. São Paulo: Unesp, 1995.

BOLAÑO, C. R. S. *Mercado brasileiro de televisão*. 2. ed. São Paulo: Educ, 2004.

_____. *Políticas de comunicação e economia política das telecomunicações no Brasil: convergência, regionalização e reforma*. 2. ed. Aracaju: UFS, 2003.

_____. *O modelo brasileiro de regulação das comunicações*. 2002. (Digitado)

_____. (Org.) *Economia política das telecomunicações, da informação e da comunicação*. São Paulo: Intercom, 1995.

_____. *Mercado brasileiro de televisão*. Aracaju: UFSE, 1988.

BORDENAVE, J. D. *Além dos meios e mensagens*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1986.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

BRANDÃO, I. L. No limite: o sucesso da TV Senado. 4 maio 2001. Disponível em: <www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/>. Acesso em: 29 mar. 2006.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 5.942/2005, de 22 de setembro de 2005. Disciplina a gestão e administração dos canais legislativos federais, estaduais, distritais e municipais. Disponível em: <www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=301152>. Acesso: em 25 jul. 2007.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Disponível em: <www6.senado.gov.br/legislação/Lista_Publicacoes.action?id=140619>. Acesso em: 29 de mar. 2007.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*: 1988. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 25 jul. 2007.

BRASIL. Deputados brasileiros: repertório biográfico dos membros da Câmara dos Deputados. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 1974-2003.

BRASIL. Ministério de Ciência e Tecnologia. *Fórum de inovação tecnológica, inclusão social e redes de cooperação*. Brasília: MCT, 2005.

BRASIL. Presidência da República. *Decreto Presidencial nº 5.371/2005*, de 17 de fevereiro de 2005. Regulamenta o serviço de transmissão/repetição de televisão. Disponível em: <www.senado.gov.br/tvsenado>. Acesso em: 29 mar. 2006.

BRASIL. Senado Federal. *Código Eleitoral anotado*. Brasília-DF: SSINE, 2003.

_____. *Ato nº 73/97*. Comissão Diretora do Senado Federal. Disciplina a utilização e funcionamento da Central de Vídeo do Senado Federal. Disponível em: <www.senado.gov.br/tv/conheca/manual/Anexo1.htm>. Acesso em: 29 de mar. 2006b.

_____. *Manual de Redação da TV Senado*. Brasília: Senado Federal, 1999. Disponível em: <www.senado.gov.br/tv/conheca/manual/manual.htm>. Acesso em: 29 mar. 2006a.

_____. *Resolução nº 24/95*. Cria a TV Senado e dá outras providências. Brasília: Senado Federal, 5 fev. 1996. Disponível em: <www.senado.gov.br/tvsenado>. Acesso em: 5 out. 2005.

_____. *Legislação Republicana Brasileira*. Brasília-DF: SSINE, 2004. CD-ROM. (Constituições e Legislação específica sobre radiodifusão, concessões e eleições).

_____. *Senado brasileiro: do Império à República*. Brasília: 2004. Disponível em <<http://www.senado.gov.br/comunica/historia>>. Acesso em 17 ago. 2005.

_____. *Ato nº 17/2000*. Comissão Diretora do Senado Federal. Autoriza o estabelecimento da Rede de Retransmissoras da TV Senado em sinal aberto e dá outras providências. *Boletim administrativo do pessoal*, nº 2263, Brasília, 2 fev. 2001.

BRASIL. Senadores: dados biográficos. Brasília, DF: 1974-2003.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *TSE Informa*. Disponível em: <www.agencia.tse.gov.br/sadAdmAgencia/noticiaSearch.do?acao=get&id=16796>. Acesso em: 22 jun. 2007.

BRITTOS, V. C., BOLAÑO, C. R. S. (Orgs.) *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

_____. *Comunicação, informação e espaço público: exclusão no mundo globalizado*. Rio de Janeiro: Papel e Virtual, 2002.

Cadernos da Intercom - Revista de Comunicação.

CALDAS, M. G. C. *Latifúndio do ar: mídia e poder na Nova República*. São Paulo, ECA-USP, 1995. Tese (Doutorado em Comunicação).

CALHEIROS, R. *Discurso do Senador Renan Calheiros sobre sua candidatura à Presidência do Senado*. Brasília. 1 fev. 2007. Disponível em: <www.tvsenado.gov.br/renam/pro_completo.asp?pronunciamento>. Acesso em: 14 fev. 2007.

CÂMARA de Ribeirão Preto inaugura hoje página da Internet. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 5 mar. 1998, p. 4.

CÂMARA inaugura sala de imprensa. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 12 mar. 1998, p.11.

CÂMARA Municipal. *Verdade*, Ribeirão Preto, 13 maio. 1998, p. 4.

CÂMARA reduz tempo de sessão em Ribeirão. *Folha de S. Paulo*, Ribeirão Preto, 25 ago. 2000, Caderno Folha Ribeirão.

CAMARGO, A. M. A. *A imprensa periódica como objeto e instrumento de trabalho*. São Paulo, Usp, 1975 (Tese de Doutorado).

CAMPOS, A. M. *Accountability: quando poderemos traduzi-la para o português?* *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, 24 (2), p. 30-50, fev./abr., 1990.

CANGUSSU, L. R. *Entrevista com o vereador Beto Cangussu*. [set. 2007]. Entrevistadora: M. L. Santos. Ribeirão Preto, 2007.

CAPARELLI, S. *Televisão e capitalismo no Brasil*. P. Alegre: LPM, 1982.

CAPELLATO, M. H. R. *Imprensa e História do Brasil*. São Paulo: Edusp, 1988.

CHAIA, V. et al. *Rádio e eleições no Estado de São Paulo*. Texto apresentado no GT - Mídia e Política: opinião pública e eleições, no XXVI Encontro Anual da ANPOCS. Disponível em: <http://www.pucsp.br/neamp/artigos/artigo_15.pdf>.

CHAIA, V. *Jornalismo e Política: escândalos e relações de poder na Câmara Municipal de São Paulo*. São Paulo: Hacker, 2004.

CHAIA, V., CHAIA, M. (Org.) *Mídia e política*. São Paulo: Educ, 2000.

CHARTIER, R. *A História cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1990.

CHEIBUB, J. A., PRZEWORSKI, A. Democracia, eleições e responsabilidade política. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 12, n. 35, p. 49-61, out. 1997.

CHINAGLIA, A. Cerimônia de assinatura da autorização para transmissão digital da TV Câmara. *Câmara Agora*, 18 dez. 2007. Disponível em: <www.camara.gov.br/internet/Vcamara/default.asp?selecao=programas&programa=1>. Acesso: 20 jan. 2008.

CIONE, R. *História de Ribeirão Preto*. Ribeirão Preto: Legis Summa, 1987-1995. 5v.

COBERTURA da Multicanal. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 30 abr. 1998.

COHN, G. *Sociologia da Comunicação*. São Paulo: Pioneira, 1973.

COMSAT vence licitação para atender Câmara Federal por mais 5 anos. 13 jul. 2005b. Disponível em: <www.comsat.com.br/release_nacio/17_03_2005.html>. Acesso: 29 mar. 2006.

COMSAT vence licitação para atender Senado Federal por mais 4 anos. 20 out. 2005a. Disponível em: <http://www.comsat.com.br/release_nacio/20_10_2005_1.html>. Acesso: 20 de jan. 2008.

COMUNICAÇÕES: Decreto de Lula dá canal de TV a prefeitos e vereadores. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 24 fev. 2005. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2402200528.htm>. Acesso: em 25 jul. 2007.

CONTI, M. S. *Notícias do Planalto*. São Paulo: Cia das Letras, 1999.

COSTELLA, A. *O controle da informação no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1970.

COUTO, R. C. *História indiscreta da ditadura e da abertura*. Rio de Janeiro: Record, 1998.

CPI'S foram únicas "atrações". *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 31 maio 1997. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff310534.htm>. Acesso em: 25 jul. 2007.

DAHL, R. *Sobre a democracia*. Brasília: UnB, 2001.

_____. *Um prefácio à teoria democrática*. Brasília: UnB, 1992.

DALIA, J. J. S. Participação política no sistema representativo democrático: uma reflexão sobre processo de *accountability*. *Jus Navigandi*, Teresina, ano 11, n. 1440, 11 jun. 2007. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=9991>>. Acesso em: 3 jul. 2008.

DUARTE, P. *História da imprensa em São Paulo*. S. Paulo: Edusp, 1973.

ELEIÇÕES 2006. Máquina pública: Ministros negam motivação política para concessões. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 18 jun. 2006. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1806200606.htm>. Acesso em: 25 jul. 2007.

ESCH, C. E., LIMA, V. A. *Do microfone ao plenário: o comunicador radiofônico e seu sucesso eleitoral*. Brasília: UnB, 1997 (Monografia).

FAUSTO NETO, A., PEREIRA, C. A. M. (Org.) *Comunicação e cultura contemporâneas*. Rio de Janeiro: Notria, 1993.

FAUSTO NETO, A. *Brasil: comunicação, cultura e política*. R. Janeiro: Diadorin, 1994.

FAUSTO, B. *História do Brasil*. São Paulo: Edusp, 1994.

FERREIRA, M. C. Participação e comportamento político no Estado de São Paulo. *Opinião Pública*, Campinas, v.6, n.2, out. 2000.

FLEURY, S. Reforma del Estado. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, 35 (5), set./out. 2001, p. 7-48.

FOLHA, TV e combustível lideram gastos da Câmara. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 26 ago. 2007, p. A3.

FOX, E. (Org.) *Medios de comunicación y política en America Latina*. México: G. Gilli, 1988.

GAPCI. *Folhetim Cidadania Informa*, Ribeirão Preto, ano 5, n. 21, jul. 2007.

GASPARINI veta cerca de 30 projetos de lei de vereadores de Ribeirão Preto. *Gazeta de Ribeirão Preto*, Ribeirão Preto, 12 mar. 2006. Disponível em: <www.gazetaderibeirao-preto.com.br/conteudo/mostra_noticia.asp?noticia=1422387>. Acesso em: 25 jul. 2007.

GOVERNO defende TV estatal para “mostrar suas ideias”. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 14 mar. 2007. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1403200702.htm>. Acesso em: 20 mar. 2007.

GUEDES, E. Política: torpedos da presidência. *Revide*, Ribeirão Preto, p. 10, 22 nov. 1998a. Entrevista concedida pelo vereador Leopoldo Paulino (PSB).

_____. Política: lavando a roupa suja. *Revide*, Ribeirão Preto, p. 14, 12 abr. 1998b. Entrevista concedida pelo vereador José Alfredo de Carvalho (PT).

HABERMAS, J. *Mudança estrutural da esfera pública*. R. Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

_____. *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997a.

_____. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997b.

HISTÓRIA da TV Senado. Disponível em: <www.senado.gov.br/tv/conheca/historia.asp>. Acesso em: 29 mar. 2006.

HOBBSAWN, E. J. *A era dos extremos*. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

HOUAISS, A. et al. (Ed.) *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Versão eletrônica. Disponível em: <<http://houaiss.uol.br>>. Acesso em: 30 mar. 2006.

<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>

HUNT, L. *A nova História cultural*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

IBGE. *Anuário Estatístico Nacional*. Rio de Janeiro: 1974-2000.

_____. *Censo demográfico brasileiro: 2005*. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 26 mar. 2006.

IMPACTO Pesquisa. *Pesquisa de opinião pública sobre audiência TV Câmara*. Ribeirão Preto/Bauru: 2004.

INAUGURAÇÃO. *Revide*, Ribeirão Preto, 15 mar. 1998b.

INAUGURAÇÃO. *Tribuna Ribeirão*, Ribeirão Preto, 10 abr. 1998a, p. 11.

INFORMAÇÃO Estratégica. *Pesquisa de audiência: TV Câmara - 2007*. Ribeirão Preto/ Cravinhos: 2007.

JÁBALI veta projetos sociais e deixa reforma para 99. *Folha de S. Paulo*, Ribeirão Preto, 28 set. 1998. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/ribeirao/ri28099804.htm>. Acesso em: 24 set. 2007.

JAMBEIRO, O. A regulação da TV na Constituição brasileira. *Textos de Cultura e Comunicação*, Salvador, UFBA, 1996.

JAMBEIRO, O. et al. *Tempos de Vargas: o rádio e o controle da informação*. Salvador: EDUFBA, 2004. 191p.

Jornal *A Cidade* (Ribeirão Preto).

Jornal *A Tarde* (Ribeirão Preto).

Jornal *A Tribuna* (Ribeirão Preto).

Jornal *Correio Brasiliense*.

Jornal da Assembleia Legislativa de São Paulo.

Jornal da Câmara Municipal de Ribeirão Preto.

Jornal da Câmara.

Jornal *Diário de Notícias* (Ribeirão Preto).

Jornal do Brasil.

Jornal do Senado.

Jornal *Folha de S. Paulo*.

Jornal *O Diário* (Ribeirão Preto).

Jornal *O Estado de S. Paulo*.

Jornal *O Globo*.

Jornal *Tribuna Ribeirão* (Ribeirão Preto).

Jornal *Verdade* (Ribeirão Preto).

JUSTIÇA condena vereadores a devolver dinheiro do “Jornal da Câmara”. *Tribuna Ribeirão*, Ribeirão Preto, 9 maio 1998, Capa.

KERBAUY, M. T. M. *A morte dos coronéis*: política interiorana e poder local. Araraquara: FCL-Unesp, 2000.

_____. *Poder político local - do coronelismo ao populismo*: um estudo de caso, São Carlos. São Paulo, PUC, 1979. Dissertação (Mestrado em Ciência Política).

KONCHALOVSKY, Andrei (Dir.). *A Odisseia*. Inglaterra/Turquia, CBS, 1997. 150 min.

LE GOFF, J. *Memória-História*. Campinas: Unicamp, 1992.

LEAL, V. N. *Coronelismo, enxada e voto*. São Paulo: 1949.

LEI DE 95 autoriza criação de TVs legislativas. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 31 maio 1995. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff310535.htm>. Acesso: 25 jul. 2007.

LIMA, V. A. *Mídia: teoria e política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

LIMA, V. A. televisão e poder: a hipótese do “Cenário de Representação da Política”. *Comunicação & Política*, Rio de Janeiro, vol. 1, n. 1, 1994.

LINHA Ocupada. *Tribuna Ribeirão*, Ribeirão Preto, 9 maio 1998, p. 13.

LOPES, Cristiano Aguiar. *Retransmissoras de TV Institucionais*: será a sementinha da TV comunitária aberta? 1 mar. 2005. Disponível em: <www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos>. Acesso em: 29 mar. 2006.

MANIN, B. *The principles of representative government*. Cambridge/New York: Cambridge University Press, 1997.

_____. As Metamorfoses do Governo Representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, ano 10, n. 29, p. 5-34, out. 1995.

Mapas de Mídia de Propaganda Eleitoral em Ribeirão Preto (1992-2004).

MAQUIAVEL, N. *O Príncipe*. 13. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

MARINO, D. *O populismo radiofônico em Ribeirão Preto*. 1978.

MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura e hegemonía*. Barcelona: G. Gili, 1993.

MARTINS, S. L. *Entrevista com o jornalista Sérgio Luiz Martins*. [set. 2007]. Entrevistadora: M. L. Santos. Ribeirão Preto, 2007.

MATOS, H. Comunicação Pública, democracia e cidadania: o caso do legislativo. In: *XXI INTERCOM*, Rio de Janeiro, 1999.

_____. (Org.) *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo: Scritta, 1994a.

_____. Agenda temática da pesquisa em comunicação política. In: *Mídia, eleições e democracia*. São Paulo: Scritta, 1994b.

MATTOS, C. M. *Imprensa e Câmara: um estudo sobre o agendamento*. 2005. 195f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Unesp, Bauru, 2005.

MATTOS, S. *Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história*. Salvador: A Tarde, 1990.

McQUAIL, D. *Mass communication theory*. London: Sage, 1987.

MELO, J. M. *Comunicação e transição democrática*. P. Alegre: MA, 1985

MENDES, C. *Fragilizado, Estado não vence desigualdade*. Entrevista com Wanderley G. dos Santos, de 3 dez. 2004. Disponível em: <www.pnud.org.br/cidadania/entrevistas>. Acesso em: 15 out. 2006.

MIGUEL, L. F. Impasses da *accountability*. *Revista de Sociologia Política*, Curitiba, n. 25., nov. 2005. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?pid=s0104-44782005000200004&script=sci_arttest>. Acesso em: 29 jan. 2008.

_____. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova*, São Paulo, n. 55-56, 2002. Disponível em: <www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttest&pid=s0102644>. Acesso em: 8 set. 2007.

MONTEIRO, C. J. B. TV Câmara de Bauru: papel social do canal legislativo e suas relações com a comunidade local. *Revista Brasileira de Inovação Científica em Comunicação*, Marília, ano 1, nº 1, maio 2006. Disponível em: <www.unimar.br/inovcom/artigo_04.pdf>. Acesso: 17 dez. 2006.

MORAIS, F. *Chateau: o rei do Brasil*. São Paulo: Cia das Letras, 1994.

MOTA, A. C. Y. H. A. *Accountability no Brasil: os cidadãos e seus meios institucionais de controle dos representantes*. 2006. 250f. Tese (Doutorado em Ciência Política). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

MOTTA, L. G. (Org.) *Imprensa e poder*. São Paulo: Imesp, 2002.

MOTTER, P. *A batalha invisível da Constituinte: interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil*. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Brasília, UnB, 1994, p.164

MUELLER, C. *The politics of communication: a study in the political sociology of language, socialization, and legitimation*. New York: Oxford University Press, 1973.

NAGAKAWA, M. *Introdução a Controladoria*. São Paulo: Atlas, 1993.

NOGUEIRA, M. A. *Em defesa da política*. São Paulo: Senac, 2001.

NOVAES, A. (Ed.) *Rede imaginária*. São Paulo: Cia das Letras, 1992.

NOVAIS, F. *História da vida privada no Brasil*. S. Paulo: Cia. Letras, 1997.

NUNES, M. V. *Rádio e Política: do microfone ao palanque - os radialistas políticos em Fortaleza (1982-1996)*. São Paulo: Annablume, 2000.

O'DONNELL, G. *Accountability horizontal e novas poliarquias*. *Lua Nova*, São Paulo, n. 44, 1998, p. 27-52.

_____. Delegative democracy. *Journal of Democracy*, v. 5, n. 1, p. 55-69, 1994.

_____. Apud PEREIRA, C.; POWER, T.; RENNÓ, L. Opinião pública, estratégia presidencial e ação do congresso no Brasil. *Opinião Pública*, Campinas, v. 11, n. 2, out. 2005, p.403.

PAINEL eletrônico na Câmara pode ser inaugurado em maio. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 4 abr. 1998a, p. 12.

PAINEL eletrônico, votação com transparência. *Revide*, Ribeirão Preto, 26 jun. 1998b.

PARLAMENTARES fazem uso eleitoreiro de canais do Legislativo. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 18 mar. 2007. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1803200718.htm>. Acesso em: 25 jul. 2007.

PAULINO, L. *Entrevista com o vereador Leopoldo Paulino*. [set. 2007]. Entrevistadora: M. L. Santos. Ribeirão Preto, 2007.

PAZIANI, R. R. O Fausto caipira: Joaquim Macedo Bittencourt e as faces da modernidade em Ribeirão Preto na Primeira República (1911-1920). *LOCUS: Revista de História*, Juiz de Fora, EDUFJF, 2003, v. 9, n. 2.

PINTO, C. R. J. O clientelismo eletrônico. In: *Humanas*, IFCHU/UFRGS. Porto Alegre, v.16, 1993.

POLÍTICA Ribeirãopretana. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 12 maio 1998a, p. 3.

_____. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 25 mar. 1998d, p.4.

_____. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 6 maio 1998c, p. 3.

_____. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 9 maio 1998b, p. 3.

PRIESS, F. *Campanas electorales y medios de comunicaci3n en Am3rica Latina*. B. Aires: Ciedla, 1999.

PROJETO reflete desejo de aparelhamento do Estado. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 14 mar. 2007. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1403200706.htm>. Acesso em: 20 mar. 2007.

PROMOTORIA apura gasto com TV Câmara. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 26 fev. 2000, Caderno Folha Ribeirão, p.1.

PRZEWORSKI, A., STOKES, S. C., MANIN, B. *Democracy, accountability and representation*. New York: Cambridge, 1999.

RAIO X. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 29 set. 2000. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/ribeirao/ri2909200033.htm>. Acesso em: 20 mar. 2007.

RANNEY, A. *Channels of power*. New York: Basic Books, 1983.

REGIONAL. *Tribuna Ribeirão*, Ribeirão Preto, 9 maio 1998, p. 11.

RENAULT, L. *Comunicação e política nos canais de televisão no poder legislativo no Brasil*. Belo Horizonte: ALEMG, 2004.

Revista Brasileira de Ciências Sociais.

Revista Brasileira de História.

Revista Caros Amigos.

Revista Enfim. (Ribeirão Preto).

Revista Época.

Revista Expressão (Ribeirão Preto).

Revista Isto é.

REVISTA PAY-TV. Ano 4, n. 36, jul. de 1997.

Revista Revide (Ribeirão Preto).

Revista Veja.

RIBEIRÃO PRETO, Câmara Municipal. *Memória: as legislaturas municipais de 1874 a 2004*. Ribeirão Preto: 2001.

_____. *Lei nº 5.129/87*, de 17 de setembro 1987. Dispõe sobre a criação da rádio emissora educativa da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto e dá outras providências. Ribeirão Preto: 24 set. 1987.

RIBEIRÃO PRETO. Câmara Municipal. *Câmara Municipal de Ribeirão Preto: memória/as legislaturas municipais: 1874-2004*. Ribeirão Preto: Câmara Municipal/Arquivo Público e Histórico, 2005.

_____. *Lei Complementar nº 438/95*, 12 de abril de 1995. Dispõe sobre autorização para que o prefeito municipal promova estudos e medidas legislativas e administrativas, visando à implantação do sistema municipal de radiodifusão educativa sonora e de sons e imagens. Ribeirão Preto: 12 abr. 1995.

_____. *Resolução nº 27/2002*, de 8 de fevereiro de 2002. Dispõe sobre a extinção do Jornal da Câmara Municipal... Ribeirão Preto: 8 fev. 2002.

_____. *Resolução nº 52/97*, de 3 de outubro de 1997. Cria e institui o Programa “TV Câmara Municipal - TVCM” e dá outras providências. Ribeirão Preto: 3 out. 1997a.

_____. *Proposta de emenda a Lei Orgânica do Município nº 13/99*, de 23 de fevereiro de 1999b. Disponível em: <[www.camararibeiraopreto.sp.gov.br/DOM/199902/990225/I73 LEGISLATIVO.HTM](http://www.camararibeiraopreto.sp.gov.br/DOM/199902/990225/I73%20LEGISLATIVO.HTM)>. Acesso em: 21 set. 2007.

_____. *Resolução 25/90*, de 21 de dezembro de 1990. Regimento Interno da Câmara Municipal de Ribeirão Preto. Disponível em: <www.camararibeiraopreto.sp.gov.br/site.php?destt=cont=regimento1>. Acesso: 21 set. 2007.

_____. *Resolução nº 148/99*, de 10 de dezembro de 1999. Autoriza a Câmara Municipal de Ribeirão Preto a retransmitir a “TV Câmara” em frequência - VHF e UHF. Ribeirão Preto: 10 dez. 1999a.

_____. *Resolução nº 24/1997*, de 26 de março de 1997. Cria o Jornal da Câmara. Ribeirão Preto: 26 mar. 1997b.

_____. *Lei Orgânica do Município de Ribeirão Preto*: 1990. Ribeirão Preto: Câmara Municipal, 2002.

RIBEIRÃO PRETO. Prefeitura Municipal. *Histórico de Ribeirão Preto*. Ribeirão Preto: Coderp, 2006. Disponível em: <www.ribeiraopreto.sp.gov.br/crp/i71/historico.htm>. Acesso em: 2 ago. 2007.

_____. *Centenário de Ribeirão Preto*: álbum comemorativo. Ribeirão Preto, 1956.

RIBEIRÃO PRETO. Ribeirão Preto: Mic, 1995.

ROUPA de gala. *Verdade*, Ribeirão Preto, 12 maio 1998.

RUBIN, A. C. *Mídia e eleições no Brasil*: 1998. João Pessoa: UFPB, 2000.

_____. *Mídia e política no Brasil*. João Pessoa: UFPB, 1999.

RUBIN, A. C., BENZ, I. M. G., PINTO, M. J. (Org.) *Comunicação e sociabilidade nas culturas contemporâneas*. Petrópolis: Vozes, 1999.

SANT'ANNA, C. *Transparência e show de realidade*. 5 fev. 2003. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/ipub050220031.htm>>. Acesso em: 29 mar. 2006.

SANTOS, R. *Mídia, democracia e coronelismo eletrônico: homens de mídia e política eleitoral em Ribeirão Preto*. 2005. 252f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Faculdade de Ciências e Letras. Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2005.

SÃO PAULO, Assembleia Legislativa do Estado de. *Legislaturas paulistas*. São Paulo: Alesp, 2002.

_____. *Legislativo Paulista: parlamentares 1835-1998*. São Paulo: Alesp, 2000.

SÃO PAULO. Câmara Municipal. *1ª Termo de Aditamento ao Termo de Contrato nº 01/2005*, que entre si celebram a Câmara Municipal de São Paulo e a Fundação Padre Anchieta – Centro Paulista de Rádio e Televisão Educativas. Disponível em: <www.camara.sp.gov.br/contrato.asp?ID=472>. Acesso em: 29 mar. 2006.

SÃO PAULO. Estado. *Constituição do Estado de São Paulo - 1989*. São Paulo: Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, 2007. Disponível em: <www.pge.sp.gov.br/centro-deestudos/bibliotecavirtual/dh/volume%20i/constituicao%20estadual.htm>. Acesso em: 14 abr. 2008.

SARNEY, J. Depoimento do Senador José Sarney ao Programa Especial “10 anos de TV Senado”, veiculado na TV Senado em 5 fev. 2006.

SARTORI, G. *Homo videns*. São Paulo: Edusc, 2001.

_____. *A teoria da democracia revisitada*. São Paulo: Ática, 1994. 2v.

SCAVONE, L. et al. *A dimensão política da comunicação de massa*. Rio de Janeiro: FGV, 1975.

SCHEDLER, A. *Conceptualizing accountability*. In: SCHEDLER, A., DIAMOND, L. PLATTER, M. (Ed.s) *The self-Restraining State*. Power accountability in new democracies. London: Lynne Rienner Publishers, 1999.

SEADE. *São Paulo em números*. São Paulo: 1978-2000.

SILVA, M. F. “*Quem me elegeu foi o rádio*”: como o rádio elege o seu representante. São Paulo: Olho d’água, 2000.

SIMIS, A. *Estado e cinema no Brasil*. São Paulo, Usp-FFLCH, 1993. Tese (Doutorado em Ciência Política).

SKIDMORE, T. *Television, politics and the transition to democracy in Latin America*. Londres/Baltimore: J. Hopkins University, 1993.

_____. *Brasil: de Castelo a Tancredo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

SOB SUSPEITA. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 20 maio 2000. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/ribeirao/ri2005200001.htm. 20-05-2000>. Acesso: 25 jul. 2007.

SODRÉ, M. *O monopólio da fala*. Petrópolis: Vozes, 1987.

STEPAN, A. (Ed.) *Democratizando o Brasil*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

TAMBAÚ, Câmara Municipal de. *Atas da Câmara Municipal*. Livro 12, p.41, 1952.

TAVEIRA, E. D.; LIMA, M. E. O. TV Senado: uma tentativa de transmissão democrática. *Papers: Encontro da ALAIC*, 1998. Disponível em: <www.eca.usp.br/alaic/chile2000/3%20GT%202000Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Politica/eula.rtf>. Acesso em: 25 jul. 2007.

THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna*. Petrópolis: Vozes, 1995.

_____. *A mídia e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1988.

TOCQUEVILLE, A. *A democracia na América*. São Paulo: Edusp, 1987.

TRIBUNA Ribeirão, Ribeirão Preto, 9 maio 1998, p.3.

MARIA DE LOURDES DOS SANTOS
REINALDO DOS SANTOS

TV CÂMARA. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 2 ago. 2000. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/ribeirão/ri0208200014.htm>. Acesso em: 25 jul. 2007.

TV CULTURA e TV Thathi firmam parceria. Ano 1, n. 3. *A Cidade*, Ribeirão Preto, 9 jul. 2006. (Informativo Infococ, encartado no jornal A Cidade).

TV DO Absurdo. *A Verdade*, Ribeirão Preto, 6 maio 1998, p. 2.

TV RENAN. *Veja*, São Paulo, 31 ago. 2007. Disponível em: <www.vejaonline.abril.com.br/noticia/servlet/newstorm.ns.presentation.navigationSERVLET?publicationCOD=&pagecod=1286&testCOD=currentdate>. Acesso em: 2 abr. 2008.

TV SENADO expande sua rede aberta. *O Estado de S. Paulo*, S. Paulo, 23 nov. 2006, p.A-7.

TV SENADO pode ter mais autonomia. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 15 mar. 1998. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc15039806.htm>. Acesso: 14 jun. 2005.

TV THATHI. *TV Thathi é mais cultura*. Ribeirão Preto: 2006. (folder).

TV'S ESTATAIS consomem R\$ 544 mi ao ano. *Folha de S. Paulo*, S.Paulo, 18 mar. 2007. Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1803200712.htm>. Acesso: 20 mar. 2007.

VEIGA MIRANDA, A. *Ribeirão Preto de ontem e de hoje*. Ribeirão Preto, 1982.

WALKER, T. W., BARBOSA, A. S. *Dos coronéis à metrópole*. Ribeirão Preto: Palavra Mágica, 2000.

WEBER, M. *Ensaio de Sociologia*.

_____. *Ciência e política: duas vocações*. São Paulo: Cultrix, 1968.

WEFFORT, F. *Qual democracia?* São Paulo: Cia das Letras, 1992.

WOLF, M. *Teorias da Comunicação*. 5.ed. Lisboa: Presença, 1999.

www.abert.org.br

www.alesp.sp.gov.br

www.anatel.gov.br

www.assembleia.sp.gov.br

www.ateia-america.com. Acesso em: 29 mar. 2005.

www.bundestag.de/aktuell/webTVLink.html. Acesso: 29 maio 2007.

www.camara.gov.br

www.camara.sp.gov.br. Acesso em 29 mar. 2006.

www.camararibeiraopreto.sp.gov.br

www.canal.parlamento.pt/. Acesso em: 29 mar. 2006.

www.canalsur.es. Acesso em: 29 mar. 2006.

www.coderp.com.br.

www.conhecaribeirao.com.br

www.cpdoc.fgv.br

www.c-span.org/about/index.asp?code=About. Acesso em: 29 mar. 2006.

www.c-span.org/about/press/release.asp?code=cspanviewing. Acesso em: 13 jun. 2007.

www.ibge.gov.br

www.interlegis.gov.br. Acesso em: 29 mar. 2006.

www.jucesp.com.br

www.lcpan.fr/chaine.asp. Acesso em: 29 mar. 2006.

www.leopoldopaulino.com.br. Acesso em: 2 ago. 2007.

www.mc.gov.br

MARIA DE LOURDES DOS SANTOS
REINALDO DOS SANTOS

www.radiobras.gov.br/radioagencia/historico_voz.php, 2006. Acesso em: 29 mar. 2006.

www.ribeiraopreto.sp.gov.br/camara. Acesso em: 14 jun. 2007.

www.seade.sp.gov.br

www.senado.gov.br

www.tre-sp.gov.br.

www.tse.gov.br

www.tudoradio.com.br

www.tvcamara.gov.br

www.tvsenado.gov.br

www.tvthathi.com.br

www.votoconsciente.org.br. Acesso em: 14 mar. 2008.

ANEXOS

ANEXO - A

QUADRO 8 - Canais parlamentares na América Latina

PAÍSES	PARLAMENTOS	CANAIS DE TV	DIFUSÃO:
Argentina	Senado de la Nación	Senado de la Nación	Internet e cabo
	Cámara de los Diputados	Cámara de Diputados	Internet
Bolívia	Cámara de Diputados.	Sesión de Congreso	Internet
	Senado Nacional	Sesión de Pleno Camaral	Internet
Brasil	Câmara dos Deputados	TV Câmara dos Deputados	Internet e cabo
	Senado Federal	TV Senado	Internet e cabo
Chile	Cámara de los Diputados	Cámara de los Diputados	Internet
	Senado de la República	Senado de la República	Cabo
Colômbia	Senado	Canal TV Senado	Satélite
	Cámara de Representantes	---	---
Costa Rica	Asamblea Leg. de la República	---	---
Cuba	Asamblea Nacional	---	---
Ecuador	Congreso Nacional	---	---
El Salvador	Asamblea Legislativa	---	---
	Ministerio de Gobernación	---	---
Guatemala	Congreso de la República	Cámaras em Vivo	Internet
Honduras	Congreso Nacional de Honduras	---	---
México	Cámara de la República	Canal del Congreso	Internet
	Senado de la República	Transmisión en vivo	Internet
Nicarágua	Asamblea Nacional	---	---
Panamá	Asamblea Leg. de la República	---	---
Paraguay	Cámara de Senadores	---	---
	Cámara de Diputados	---	---
Peru	Congreso de la República	Congreso	Internet
República Dominicana	Congreso Nacional	---	---
	Senado de la República	---	---
Uruguay	Cámara de Representantes	---	---
	Cámara de Senadores	---	---
Venezuela	Asamblea Nacional	ANTV	TV aberta

Fonte: Quadro adaptado e traduzido do original disponibilizado pela ATEIA – Associação de Televisão Educativa Ibero-americana, no Projeto “Educación en Democracia: canales parlamentarios”. Disponível em www.ateiamerica.com/pages/edudemocracia_canales.htm. Acesso em 29 mar. 2006.

ANEXO B

QUADRO 9 - Cronologia da comunicação governamental no Brasil

Ano	Evento
1935	Criação do programa de notícias governamentais <i>A Hora do Brasil</i> no rádio.
1938	Obrigatoriedade de transmissão de <i>A Hora do Brasil</i> por todas as rádios do país.
1952	Algumas Câmaras Municipais contratam rádios para transmissão de suas sessões.
1962	O Programa <i>Hora do Brasil</i> passa a se chamar <i>A Voz do Brasil</i> e a ser dividido entre os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.
1993	O Senado Federal cria a “Central de Vídeo do Senado”, embrião da TV Senado.
1995	Aprovação da Lei da Cabodifusão (8977) que obrigou as operadoras de TV a cabo reservar para uso gratuito canais para o Senado, para a Câmara dos Deputados e para as Assembleias Legislativas/Câmaras Municipais. Criação oficial da TV Senado, no mês de junho. Início das transmissões da TV Assembleia Legislativa de MG, no mês de novembro, sendo a primeira emissora legislativa a operar em caráter regular no Brasil. Lei Complementar nº 438. Autorização para que o prefeito municipal fizesse estudos visando à implantação do sistema municipal de radiodifusão educativa sonora e de sons e imagens em Ribeirão Preto.
1996	Início das transmissões regulares da TV Senado via TV a cabo, no mês de fevereiro. Início das transmissões da TV Senado via satélite de sinal aberto, para recepção em antenas parabólicas convencionais. Início das transmissões regulares da TV Senado via TV aberta, para o Distrito Federal.
1997	Resolução nº 52/97 que criava e instituía o programa TVCM de Ribeirão Preto. Criação oficial da TV Câmara dos Deputados. Início das transmissões da TV Senado via TV a satélite por assinatura.
1998	Início das transmissões da TV Câmara (dos Deputados) via TV a cabo, via sinal de satélite aberto e via TV aberta para o Distrito Federal.
1999	Resolução nº 148/99 autorizando a Câmara Municipal de Ribeirão Preto a retransmitir a TV Câmara em frequência VHF e UHF.
2004	O Brasil atinge um número de 59 TVLs, entre Senado, Câmara e TV's das Assembleias/Câmaras Municipais.

Ano	Evento
2005	<p>Início das transmissões da TV Assembleia Legislativa de MG, via TV aberta, através de repetidoras de sinal de UHF.</p> <p>Aprovação do novo Regulamento dos Serviços de Radiodifusão por RTV's (Retransmissoras e repetidoras de televisão), que além da modalidade comercial, pública e educativa, cria também a de emissora institucional permitindo autorizações de repetidoras de televisão da União, como a do Senado, a da Câmara dos Deputados e a da Presidência da República.</p> <p>Início das transmissões integrais e ao vivo da TV Senado e da TV Câmara via <i>streaming</i> de internet para banda larga.</p> <p>Criação da TV Senado 2, com transmissão de um outro canal de internet com as atividades simultâneas das sessões para internautas e órgãos de mídia.</p>
2006	<p>Comemoração dos 10 anos da TV Senado.</p> <p>TV Senado e TV Câmara passam a atingir cerca de 12 milhões de domicílios brasileiros.</p> <p>Criação da Rede Senado de Televisão, por meio da obtenção pela TV Senado de 10 autorizações do Ministério das Comunicações para operação de RTV com a difusão de seu sinal para TV aberta nas cidades de Salvador, Recife, Fortaleza e Manaus, já em 2006, e Rio de Janeiro, Belém, Natal, Maceió, Cuiabá e Boa Vista, para 2007.</p>

Fonte: Quadro elaborado a partir de diferentes fontes de dados sobre a história e trajetória das TVLs, principalmente os sítios de internet do Senado, da Câmara dos Deputados e da Assembleia Legislativa de MG e da Câmara Municipal de Ribeirão Preto.

ANEXO C

QUADRO 10 - Perfil comparativo de TVLs

País	TV	Transmissão	Controle	Recursos
EUA 1978	C_SPAN1 (Senado) C_SPAN2 (Câmara) C_SPAN3 (Comissões)	Via cabo para 90 milhões	Consórcio privado de empresas de mídia	Privados de fundo de taxas de TV
França 1993	LCP (Câmara e Senado)	Via cabo para 10 milhões	Autoridade eleita pelos parlamentares com um mandato autônomo de 4 anos	Públicos que são repassados diretamente à TV.

MARIA DE LOURDES DOS SANTOS
REINALDO DOS SANTOS

País	TV	Transmissão	Controle	Recursos
Espanha 1998	Canal del Senado (Senado) Canal Parlamentario (Câmara)	Via cabo e satélite	Mesa dos Parlamentos	Públicos do Parlamento
Portugal 2001	ARTV (Congresso)	Via cabo para 5 milhões	Mesa do Parlamento	Públicos do Parlamento
Alemanha 2003	Bundestag-TV (Congresso)	Via internet	Mesa do Parlamento	Públicos do Parlamento
Brasil 1995	TV Senado (Senado) TV Câmara (Câmara) TV Assembleias (Par- lamentares regionais e municipais)	Via cabo e parabólica para 10 milhões	Mesa dos Parlamentos	Públicos do Parlamento

Fonte: Quadro elaborado por nós a partir das informações obtidas nos sítios eletrônicos de cada uma das TVL's.

ANEXO D

QUADRO 11 - Grade de programação da TV Senado - 2006

Hora	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
01:00	Leituras	Sessão Plenária (reapresentação)				Cidadania	
01:30	Con- versa de Músico					Leituras	Alô Senado
02:00	Especiais					Diplomacia/Inclusão	
03:00	Inclusão/ Diploma- cia					Entrevista	
04:00	Cidada- nia 1	Cidada- nia 4	Cidada- nia 3	Cidada- nia 2	Cidada- nia 1	Alô Senado	Leituras
05:00	Entrevista 1	Entre- vista 4	Entrevista 3	Entrevista 2	Entrevista 1	Acon- teceu Senado	
05:30	Leituras	Alô Senado	Leituras	Alô Senado	Leituras	De Coração	

O CAJADO DE MENTOR

Hora	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
06:00	Cidadania 2	Cidadania 1	Cidadania 4	Cidadania 3	Cidadania 2	Cidadania	
07:00	Aconteceu no Senado					Aló Senado	
07:30	Entrevista 2	Entrevista 1	Entrevista 4	Entrevista 3	Entrevista 2	Plenário Especial/ Entrevista	
08:00	Senado Informa – entrevista					De Coração	Leituras
08:15	Aconteceu no Senado					Memória Brasileira/ Especiais	De Coração
08:30	Senado Informa – entrevista						Diplo- macia/ Inclusão
08:45	Aconteceu no Senado					Leituras	
09:00	Senado Informa - entrevista				Plenário (vivo)		Quem tem medo de música clássica?
09:30	Aló Senado	Comissões (vivo)				Entrevista 3	
10:00	Especial/ Comissões						
12:00	Entrevista 3	Comis- sões ou Entre- vista 2	Comis- sões ou Entrevista 1	Comis- sões ou Entrevista 4	Entrevista 3	Plenário Especial	Aló Senado
						Diplo- macia/ Inclusão	Memória Brasileira/ Especiais
12:30	Cidadania 3	Cidadania 2	Cidadania 1	Cidadania 4	Cidadania 3	Entrevista	Entrevista
						Aló Senado	Plenário Especial
13:45	Senado Agora (ao vivo)					Acon- teceu Senado	Cidadania
						Cidadania	
14:00	Sessão Plenária (vivo)				Comis- sões (reapre- sentação)	Conversa Músico	Especiais
						Memória Brasileira/ Especiais	Diplo- macia/ Inclusão
						Especiais	
						Entrevista	Entrevista
18:30	Senado Agora (ao vivo)				Senado Agora	Quem tem medo de música clássica?	
18:45	Senado Informa - entrevista ou comissões ao vivo				Senado Informa- entre- vista		
19:00	Cidadania 4	Cidadania 3	Cidadania 2	Cidadania 1	Cidadania 4	Cidadania	Cidadania

MARIA DE LOURDES DOS SANTOS
REINALDO DOS SANTOS

Hora	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
20:00	Senado Informa – entrevista					Leituras	Conversa Músico
						Alô Senado	Leituras
21:00	Jornal do Senado					Plenário Especial	Alô Senado
21:30	Especiais				Conversa de música	Espaço Cultural/ Especiais	Aconteceu Senado
							Espaço Cultural
22:30	Entrevista 4	Entrevista 3	Entrevista 2	Entrevista 1	Especiais	Diplomacia/ Inclusão	Especiais
23:00	Jornal do Senado (reapresentação)						
23:30	Plenário (reapresentação)				Jornal do Senado (reapresentação)	De Coração	
24:00						Quem tem medo de música clássica?	Espaço Cultural Entrevista

Fonte: www.senado.gov.br/tv. Acesso em: 29 mar. 2006.

ANEXO E

QUADRO 12 - Categorias de programas da TV Câmara dos Deputados - 2006

CATEGORIA	PROGRAMAS
Sessões do Plenário e das Comissões	<ul style="list-style-type: none"> • Transmissão das Sessões do Plenário • Transmissão das Reuniões das Comissões
Jornalismo	<ul style="list-style-type: none"> • Primeira Página • Câmara Hoje • Bastidores • Por Dentro da Câmara
Cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Sintonia • Curtas na TV • Talentos • Sempre um Papo • Idade em Ação

O CAJADO DE MENTOR

CATEGORIA	PROGRAMAS
Entrevistas e Debates	<ul style="list-style-type: none"> • Expressão Nacional • Palavra Aberta • Mulheres no Parlamento • Comitê de Imprensa • Brasil em Debate • Participação Popular • Ver TV
Documentários	<ul style="list-style-type: none"> • Niemeyer - o traço e o tempo • Brasileiros • Brasília 45 Anos • Florestan Fernandes • Contos da Resistência • O Pasquim • Memória Política • Olhares • Outros Títulos
Outros programas	<ul style="list-style-type: none"> • Foco • Especial TV Digital • Semana da Mulher • Semana do Parlamento • Índios: 500 anos de resistência Câmara Agora • Acervo

Fonte: www.camara.gov.br/tv. Acesso em: 29 mar. 2006.

ANEXO F

QUADRO 13 - Município de Ribeirão Preto: evolução da população

Anos	População	Participação na população do Estado	População urbana	População rural	Taxa de urbanização
1980	316.918	1,27%	306.837	10.081	96,81%
1991	434.142	1,38%	424.311	9.831	97,75%
1996	455.810	1,34%	453.684	2.126	99,53%
2000	504.923	1,37%	502.760	2.163	99,57%

Número e percentual da relação população urbana x população rural em Ribeirão Preto, com destaque para os 99,57% de população urbana. Fonte: Fundação SEADE e Censo IBGE 2000. Disponível em www.ribeiraopreto.sp.gov.br/CRP/I71principal.asp. Acesso em 28 jul. 2007.

QUADRO 14 - Distribuição da população de Ribeirão Preto por sexo em 2000 e local de residência.

Área	Homens	Mulheres	Total
Área Urbana	241.895	260.865	502.760
Área Rural	1.137	1.026	2.163
Total	243.032	261.891	504.923

Fonte: Disponível em www.ribeiraopreto.sp.gov.br/CRP/I71principal.asp?. Acesso em 28 jul. 2007.

QUADRO 15 - Alfabetizados por faixa etária: população residente no Município de Ribeirão Preto

Faixa Etária	Alfabetizado	Não alfabetizado	Participação dos não alfabetizados (%)	
			Ribeirão Preto	Média do Estado
Até 7 anos	8.688	16.055	64,89%	65,99%
de 8 a 11	31.819	1.340	4,04%	4,68%
de 12 a 15	36.446	437	1,18%	1,47%
16 e 17	19.476	242	1,23%	1,39%
18 e 19	20.387	267	1,29%	1,43%
20 a 24	46.692	800	1,68%	2,15%
25 a 29	41.115	870	2,07%	2,89%

O CAJADO DE MENTOR

Faixa Etária	Alfabetizado	Não alfabetizado	Participação dos não alfabetizados (%)	
			Ribeirão Preto	Média do Estado
30 a 34	38.814	961	2,42%	3,80%
35 a 39	38.638	1.023	2,58%	4,32%
40 a 49	65.475	2.132	3,15%	5,95%
50 a 59	41.068	2.689	6,15%	11,18%
60 ou mais	43.359	7.835	15,30%	22,30%
TOTAL*	431.977	34.651	7,43%	9,56%

A soma do número de pessoas alfabetizadas com 8 ou mais anos de idade (423289) representa 95,79% do total da população ribeirão-pretana nesta mesma faixa etária (441885). A média nacional no ano de 2000 era de 86,4%. Fonte: Fundação SEADE e Censo IBGE 2000. Disponível em www.ribeiraopreto.sp.gov.br/CRP/I71_principal.asp? Acesso em 28 jul. 2007.

QUADRO 16 - População por faixa etária e participação percentual: Ribeirão Preto em 1991 e 2000.

Faixa Etária	1991		2000		Variação da população de 1991 para 2000
	Pop.	%	Pop.	%	
De 00 a 04	40.583	9,61	38.295	7,58	-5,64%
De 05 a 09	43.873	10,39	40.806	8,08	-6,99%
De 10 a 19	79.841	18,9	94.351	18,69	18,17%
De 20 a 29	76.245	18,05	89.477	17,72	17,35%
De 30 a 39	67.743	16,04	79.436	15,73	17,26%
De 40 a 49	46.310	10,96	67.607	13,39	45,99%
De 50 a 59	32.100	7,6	43.757	8,67	36,31%
De 60 ou mais	35.691	8,45	51.194	10,14	43,44%
Total	422.386	100	504.923	100	19,54%

A soma dos percentuais de população situados nas três faixas etárias em destaque resulta em 45,05% dos ribeirão-pretanos com idade entre 20 e 49 anos. Fonte: Censo IBGE 2000. Disponível em www.ribeiraopreto.sp.gov.br/CRP/I71_principal.asp. Acesso em 28 jul. 2007.

QUADRO 17 - Pessoas responsáveis pelos domicílios por grupos de anos de estudo: Ribeirão Preto em 2000

Anos de estudo	Chefes de domicílio	Participação Percentual	
		Ribeirão Preto	Média estadual
Sem instrução	7.087	4,88%	8,21%
1 a 3 anos	17.599	12,12%	14,86%

MARIA DE LOURDES DOS SANTOS
REINALDO DOS SANTOS

Anos de estudo	Chefes de domicílio	Participação Percentual	
		Ribeirão Preto	Média estadual
4 a 7	45.389	31,27%	34,12%
8 a 10	22.697	15,64%	15,40%
11 a 14	31.014	21,37%	17,92%
15 ou mais	21.086	14,53%	9,32%
Indeterminado	286	0,20%	0,17%
TOTAL	145.158	100,00%	100,00%

A soma dos percentuais de população situados nas três faixas etárias em destaque resulta em 51,54% dos ribeirãopretanos com 8 ou mais anos de estudo. Fonte: Censo IBGE 2000. Disponível em www.ribeiraopreto.sp.gov.br/CRP/I71principal.asp. Acesso em 28 jul. 2007.

ANEXO G

QUADRO 18 - Eleitores de Ribeirão Preto por sexo e faixa etária

Faixa Etária	Feminino	Masculino	Não Informado	TOTAL
Com 16 anos	225	234	0	459
Com 17 anos	1.017	941	0	1.958
De 18 a 24 anos	30.828	29.789	0	60.617
De 25 a 34 anos	44.895	41.268	0	86.163
De 35 a 44 anos	38.944	35.146	55	74.145
De 45 a 59 anos	49.048	41.478	158	90.684
De 60 a 69 anos	18.466	14.392	88	32.946
Maiores de 69 anos	14.868	10.756	67	25.691
TOTAL	198.291	174.004	368	372.663

Fonte: Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo. Julho de 2007. Disponível em www.tre-sp.gov.br/estat/fxetaria.jsp. Acesso em 28 jul. 2007.

QUADRO 19 - Eleitores de Ribeirão Preto por sexo e grau de instrução

Pesquisa por Município - Município 14391 - UF SP - Junho / 2007

OBS: a informação sobre o grau de instrução é de responsabilidade do eleitor. A informação abaixo pode estar desatualizada.

Grau de Instrução	Masculino (M)	%M/T	Feminino (F)	%F/T	Não Informado (N)	%N/T	Total(T)	%T/TT
Analfabeto	1.777	35.41	3.239	64.53	3	06	5.019	1.35
Le e escreve	6.752	42.35	8.872	55.64	320	2.01	15.944	4.29
Primeiro grau incompleto	59.538	49.02	61.911	50.97	19	.02	121.468	32.68
Primeiro grau completo	15.880	46.55	18.226	53.42	10	.03	34.116	9.18
Segundo grau incompleto	39.348	49.2	40.616	50.79	5	.01	79.969	21.51
Segundo grau completo	28.215	41.8	39.273	58.18	9	.01	67.497	18.16
Superior incompleto	8.943	48.74	9.406	51.26	0	0	18.349	4.94
Superior completo	13.069	44.51	16.292	55.48	3	.01	29.364	7.9
TOTAL (TT)	173.522	46.68	197.835	53.22	369	.1	371.726	100

A soma dos percentuais de eleitores com grau de instrução a partir do segundo grau incompleto totaliza 62,2%, quase o dobro da média nacional de 34,2%. Fonte: Dados do eleitorado do TSE 2007. Disponível em www.tse.gov.br/internet/index.html. Acesso em 28 jul. 2007.

ANEXO H

QUADRO 20 - LINE-UP de canais de TV a cabo em Ribeirão Preto

ANEXO H

QUADRO 20 - LINE-UP de canais de TV a cabo em Ribeirão Preto

2 - Eventual 1	33 - National Geographic	56 - Jetix
5 - Assembleia Legislativa	34 - AXN	57 - Boomerang
6 - TV Senado	35 - Canal Rural	58 - Bloomberg
7 - Nacional Brasil	36 - Canal Local	59 - BBC World
10 - Canal Universitário	37 - NET TV	60 - ESPN Internacional
11 - TV Câmara	38 - SporTV2	61 - Telecine Premium
13 - Rede Mulher	39 - SporTV	62 - Telecine Action
14 - TV Escola	40 - Globo News	63 - Telecine Light
16 - Cultura	41 - GNT	64 - Telecine Pipoca
17 - SBT	42 - Multishow	65 - Telecine Cult
18 - Globo	43 - Universal Channel	66 - Canal Brasil
19 - BAND	44 - Nickelodeon	67 - Disney Channel
20 - Rede Família	45 - Discovery Kids	69 - Animal Planet
21 - Record	46 - Cartoon Network	70 - ESPN Brasil
22 - TV Thathi	47 - Warner	71 - HBO
23 - MTV	48 - TNT	72 - HBO Plus
24 - Rede Vida	49 - Sony	74 - Premiere 1
25 - TV Local	50 - Fox	75 - Premiere Combate
26 - TV5	51 - Discovery Channel	76 - Premiere 2
27 - RAI (italiano)	52 - People + Arts	77 - Premiere Futebol Clube
29 - Deutsche Welle	53 - CNN International	79 - Playboy TV
31 - Shoptime.com	54 - FX	80 - Sexy Hot
32 - Futura	55 - Discovery Home & Health	

Quadro com a localização de canais de TV a cabo na grade da operadora NET em Ribeirão Preto. Os canais legislativos do Senado, da Câmara e da Assembleia Legislativa estão destacados em cinza e o da TV Thathi, que transmite as sessões da Câmara de Vereadores de Ribeirão Preto, está destacado em amarelo. Fonte: <http://nettv.globo.com/NETServ/br/prog/canais.jsp?tipolineupid=14>. Acesso em 7 ago. 2007.

ANEXO I

TABELA 13 - Participação Política no Estado de SP - 1990

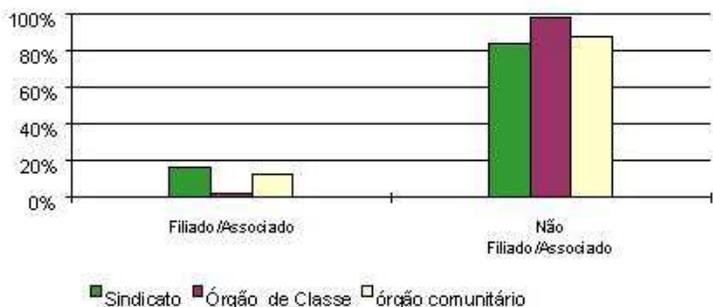
Modalidade de Participação	Pertencimento ou Atuação Política	
	Sim	Não
Participação Política		
Clube Recreativo	30,8	69,3
Associação Profissional	7	93
Associação Beneficente	14,1	85,9
Grupo de Defesa dos Direitos da Mulher	1,4	98,6
Grupo de Defesa dos Direitos Raciais	2,4	97,6
Associações de Bairro ou de Moradores	8,3	91,8
Comunidades Eclesiais de Base	7,3	92,8
É ou já foi filiado ao sindicato de sua categoria?	28,4	71,6
Partidos Políticos	6,1	93,9
Greve	17,5	82,5
Participação Eleitoral		
Boca de urna	6,5	93,5
Deu dinheiro para campanha de candidato	2,9	97,1
Trabalhou como fiscal de partido	2,3	97,8
Recolheu dinheiro para campanha	2	98
Fez propaganda de candidatos	36,5	63,5
Distribui material de propaganda política	13	87
Usou camiseta, <i>button</i>, adesivo	19	81
Comícios, passeatas, carreatas etc.	27,6	72,4
Persuadiu voto alheio	39,5	60,5
N	800	

Pesquisa de Opinião Pública, IBOPE - 19 a 28 de fevereiro de 1990. Tabulação realizada pelo Autor

ANEXO J

GRÁFICO 6

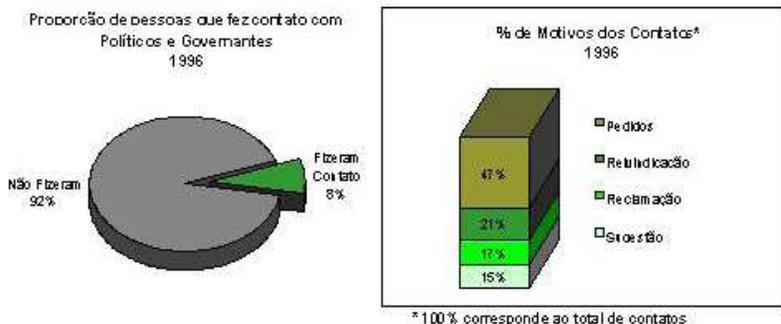
Proporção de pessoas filiadas/não filiadas a Sindicatos, associadas/não associadas a Órgão de Classe e Órgão Comunitário
1996



Fonte: IBGE, Suplemento PME / Abril 1996

ANEXO K

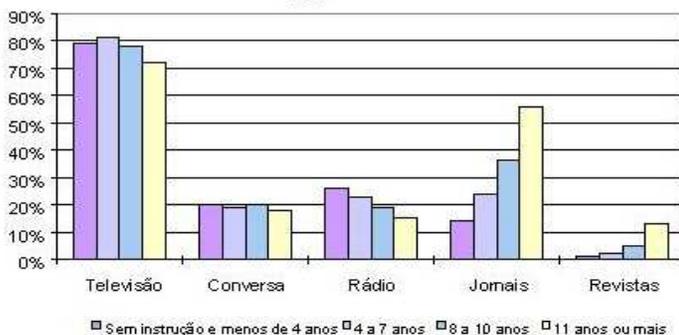
GRÁFICO 7



Fonte: IBGE, Suplemento PME / Abril 1996

GRÁFICO 8

Proporção de pessoas por fontes de informação que utiliza para se informar sobre política segundo os anos de estudo
1996



Fonte: IBGE, Suplemento PME / Abril 1996

ANEXO L

QUADRO 21 - Fontes de informação sobre política

Regiões Metropolitanas de Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre

Pessoas de 18 anos ou mais de idade, por grupos de idade, segundo as principais fontes utilizadas para a obtenção de informações sobre os acontecimentos políticos em geral				
Principais fontes utilizadas para a obtenção de informações políticas em geral	Pessoas de 18 anos ou mais de idade			
	Total (1)	Grupos de idade		
		18 a 39 anos	40 a 59 anos	60 anos ou mais
Total (1)	25 243 433	13 972 071	7 832 708	3 438 657
Utilizam alguma das fontes (2)	19 450 347	11 103 778	6 084 673	2 261 899
Conversa	3 848 110	2 366 851	1 126 480	354 780
Televisão	14 986 710	8 492 294	4 712 429	1 781 988
Rádio	3 903 462	2 003 289	1 307 500	592 673
Jornais	6 937 037	4 020 465	2 183 206	733 365
Revistas	1 177 494	786 133	328 170	63 191
Nenhuma ou Não sabe	3 023 988	1 278 309	1 014 664	731 016
Sem declaração	2 769 096	1 589 983	733 371	445 741

(1) O total pode não ser a soma das parcelas, por questões de aproximação, decorrentes do uso de pesos fracionários para expansão das amostras.

(2) O total não é a soma das parcelas por tratar-se de quesito de múltipla marcação.

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Emprego - Tema Representação de Interesses e Intermediação Política - abril de 1996.

ANEXO M

QUADRO 22 – Pessoas por atividade política

Regiões Metropolitanas de Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Porto Alegre

Pessoas de 18 anos ou mais de idade, por grupos de anos de estudo, segundo alguns tipos de atividades em que participaram, no período de maio de 1995 a abril de 1996					
Participação em atividades e tipos de atividades em que participaram	Pessoas de 18 anos ou mais de idade				
	Total (1)	Grupos de anos de estudo			
		Sem instrução e menos de 4 anos	4 a 7 anos	8 a 10 anos	11 ou mais anos
Total (1)	25 243 433	4 745 812	8 351 486	4 360 970	7 785 167
Participaram em alguma das atividades (2)	4 110 522	516 476	1 198 423	761 204	1 634 419
Listas ou abaixo-assinados	2 501 044	310 956	732 084	480 897	977 108
Manifestações de protesto	439 194	37 036	85 110	87 091	229 956
Trabalho voluntário para associações	817 826	91 802	196 731	134 692	394 602
Reuniões de grupos locais	893 357	128 009	281 212	149 232	334 908
Greves	570 156	45 200	131 104	96 983	296 870
Não participaram	18 363 816	3 618 264	6 301 873	3 163 230	5 280 448
Sem declaração	2 769 096	611 071	851 191	436 536	870 299
(1) O total pode não ser a soma das parcelas, por questões de aproximação, decorrentes do uso de pesos fracionários para expansão das amostras.					
(2) O total não é a soma das parcelas por tratar-se de quesito de múltipla marcação.					

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Emprego - Tema Representação de Interesses e Intermediação Política - abril de 1996.

Diagramação, impressão e acabamento:



Assis - SP
Fone: (18) 3322-5775
Fone/Fax: (18) 3324-3614
vendas@graficatriunfal.com.br
www.graficatriunfal.com.br