

# Rede Legislativa de Rádio e TV

Encontro 2025: Expansão e Futuro





# A Comunicação Institucional no Poder Legislativo

Uma reflexão sobre a importância estratégica de comunicar as atividades das Casas Legislativas para fortalecer a democracia, promover a transparência e engajar o cidadão no processo político.

# O Papel Estratégico da Comunicação

O Planejamento Estratégico da Câmara dos Deputados (2012-2023) estabeleceu a visão de ser um centro de debates moderno, transparente e participativo. A comunicação é uma ferramenta chave para alcançar essa visão.



## Transparência

Ampliar a divulgação das atividades legislativas e das políticas públicas.



## Interação

Fortalecer a participação da sociedade nos processos legislativos e de fiscalização.



## Cidadania

Fomentar a educação para a cidadania ativa e o entendimento do papel do Legislativo.

# Criação da Rede Legislativa de Rádio e TV

A Rede Legislativa nasceu como uma resposta direta à necessidade de ampliar a divulgação das atividades parlamentares, alinhada à visão estratégica de transparência, interação e cidadania.



## Plano Estratégico

Diretrizes de transparência e participação cidadã estabeleceram a base para um novo canal de comunicação.



## Necessidade de Alcance

Identificou-se a urgência de levar o debate legislativo a mais pessoas, em diferentes plataformas.



## Solução Integrada

A criação da Rede de Rádio e TV surge como uma linha de atuação para cumprir esses objetivos.



# Criação da Rede Legislativa de Rádio e TV

A expansão da comunicação legislativa ganhou um novo impulso com a chegada da TV Digital ao Brasil.

2008: Início da TV Digital

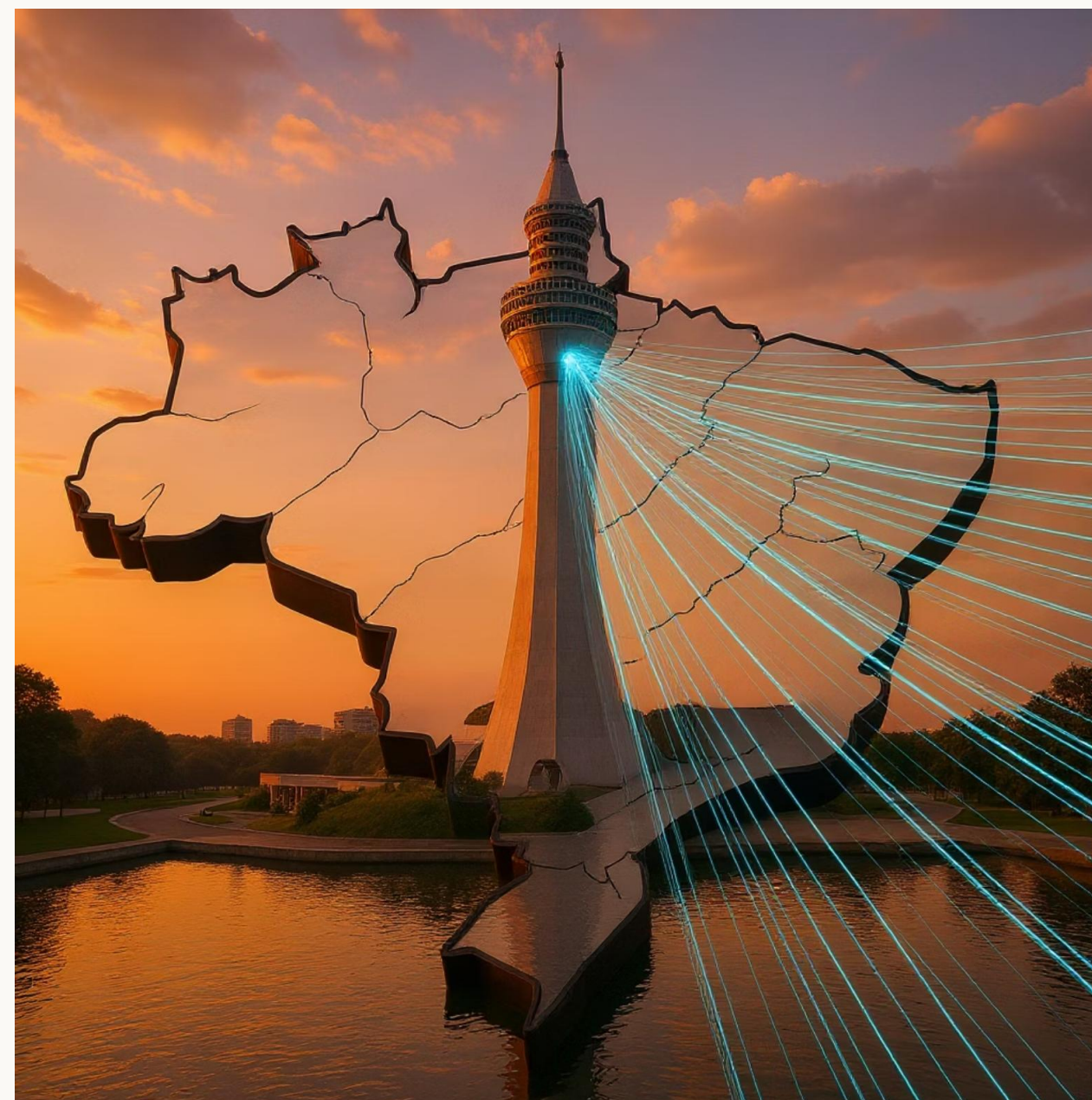
1

As transmissões digitais abertas iniciam no país, criando novas oportunidades para a radiodifusão.

2

2012: Ato da Mesa nº 52

A Câmara dos Deputados cria a Rede Legislativa de Rádio e TV Digital, com o objetivo de universalizar o acesso aos sinais das emissoras legislativas.





Ato da Mesa nº 52/2012 da Câmara dos Deputados

Ato da Mesa nº 52/2012 da Câmara dos Deputados

**1620 estações em operação**

**1620 estações em operação**

**70 geradoras**

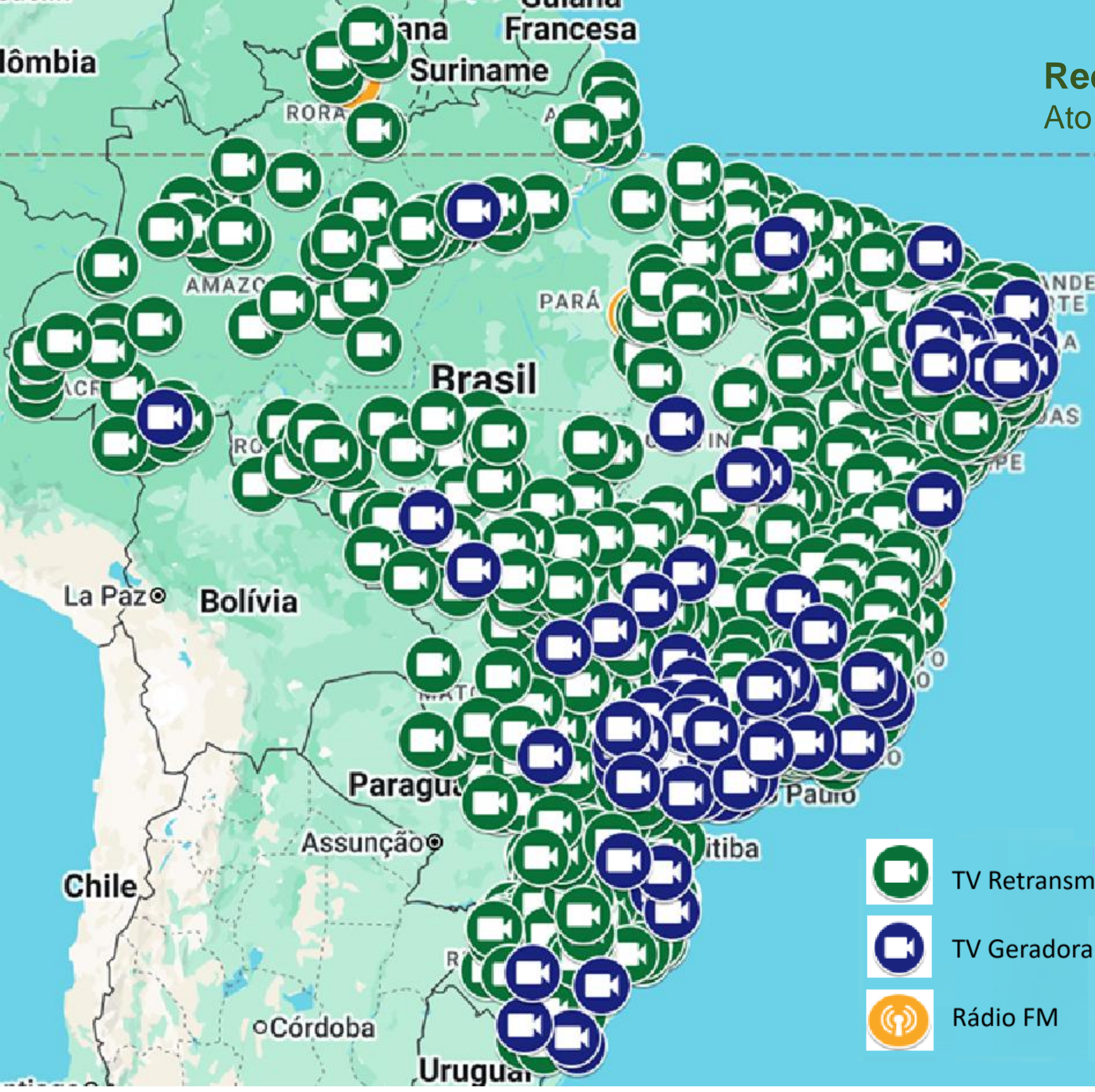
## 1550 retransmissoras

**Alcance: 128 milhões de pessoas  
(em 2210 municípios)**

## 25 estações em operação

## 25 estações em operação

**Alcance: 15 milhões de pessoas  
(em 70 municípios)**



# Um Projeto Concebido por Parcerias

A Rede foi estruturada com base em parcerias com o Senado Federal, assembleias legislativas e câmaras municipais para otimizar custos e garantir a escalabilidade.



## Acordos de Cooperação

Divisão de responsabilidades técnicas e operacionais entre os parceiros.



## Multiplexação de TV

4 canais independentes 24h a partir de um único transmissor.



## Compartilhamento de Rádio

2 emissoras dividindo a mesma grade de programação, otimizando a frequência.





<https://youtu.be/6FNDEDxLnYs>



# A Relevância da TV e do Rádio na Era Digital

Apesar da ascensão de novas mídias, a televisão continua sendo um veículo de massa com enorme penetração nos lares brasileiros.

Dados da PNAD Contínua 2023 mostram que 95% dos domicílios brasileiros possuem aparelho de televisão, confirmando sua relevância como meio de comunicação.

 5h14 é o tempo médio de consumo por dia de TV Linear.

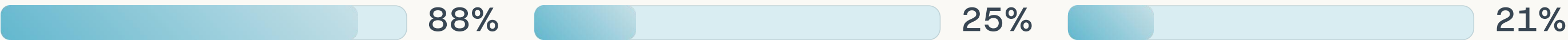
Fonte: Kantar IBOPE Media | Instar Analytics | Total Individuos | Consumo Domiciliar | Total Ligados Linear | Brasil: RM-Completo | 2023 | ATS.

 2h23 é o tempo médio de consumo por dia de Vídeo Online.

Fonte: Kantar IBOPE Media | Cross Platform View | Total Individuos | Consumo Domiciliar | Regiões Metropolitanas | Consolidado View | Video Online | Total Dispositivos | 2023 | ATS | Processamento especial para o Inside Video 2024.

# Formas de Acesso à Televisão no Brasil

A TV Aberta é, de longe, a principal forma de acesso ao conteúdo televisivo, superando com folga a TV Paga e as antenas parabólicas.



## TV Aberta

Principal meio de acesso, presente na grande maioria dos lares.

## TV Paga

Acesso por assinatura, presente em um quarto dos domicílios.

## Parabólicas (TVRO)

Recepção via satélite, importante em áreas remotas.

Fonte: IBGE, PNAD Contínua 2023. [Link para a pesquisa](#)

# TV Aberta vs. Streaming

Embora o streaming apresente um crescimento notável, a TV aberta mantém uma base de alcance significativamente maior, demonstrando a importância de uma estratégia de comunicação que contemple ambas as plataformas.

42%

Streaming

Acesso a serviços pagos como Netflix, Amazon Prime, Disney+, etc.

88%

TV Aberta

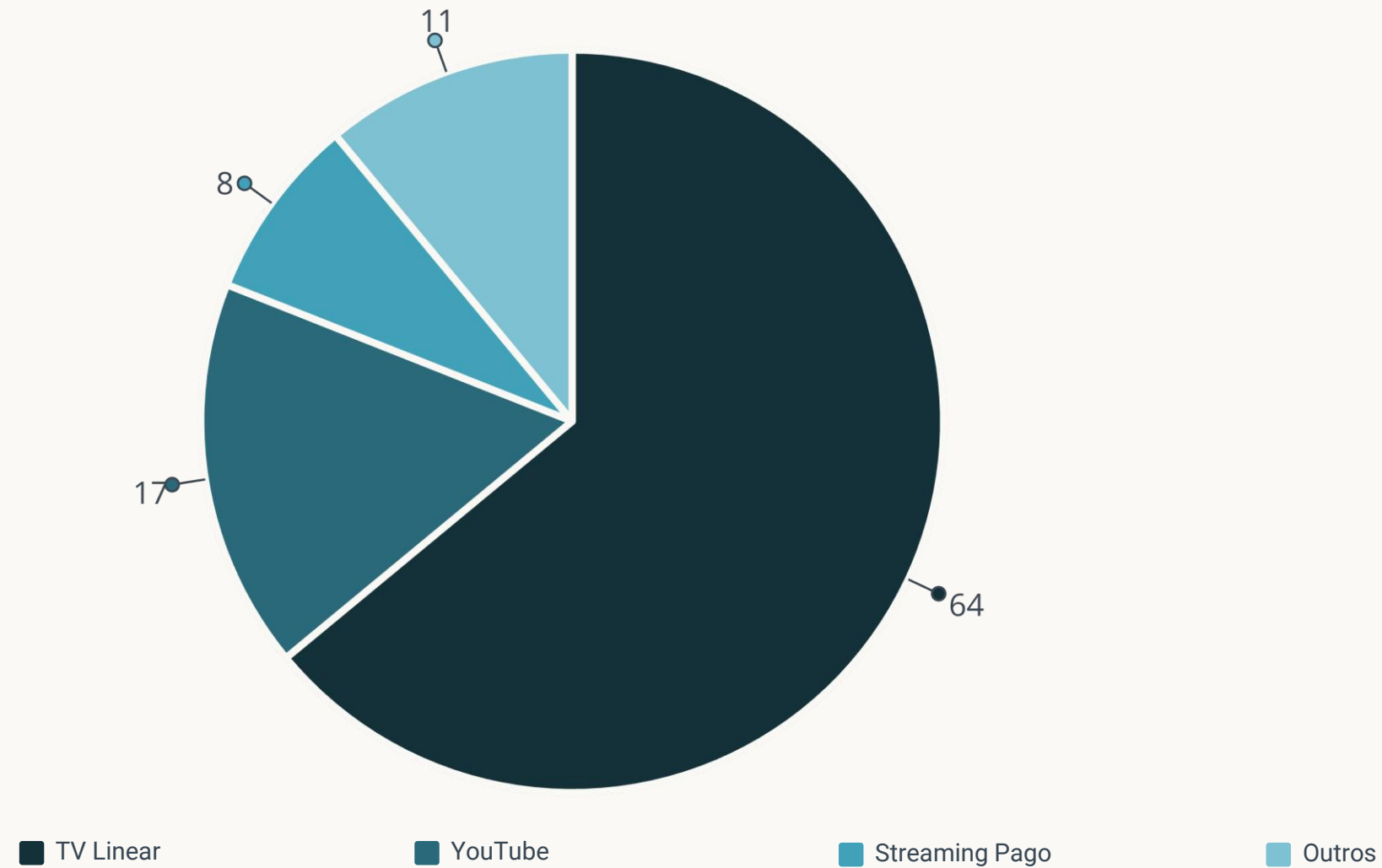
Alcance consolidado e abrangente em todo o território nacional.

Fonte: IBGE, PNAD Contínua 2023.



# Audiência por Dispositivo: Um Olhar Amplo

Analizando o consumo de vídeo em todas as telas (TV, computadores, tablets e celulares), a TV linear (aberta e paga) ainda domina a maior parte do tempo de audiência dos brasileiros.



Fonte: Kantar IBOPE Media, Cross-Platform View (CPV).

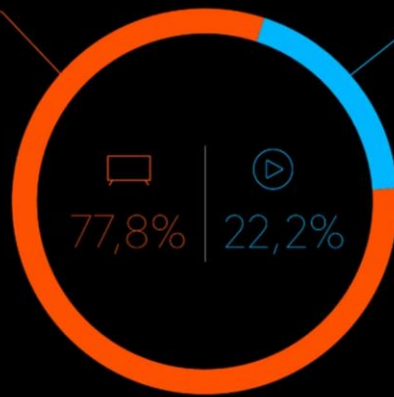
## Share de Audiência%

Janeiro/2025  
Somente TV/CTV

### TV Linear

Este grupo representa o consumo em emissoras de televisão com grade de programação linear, sejam elas abertas ou fechadas (Pay TV).

TV Aberta 68,2%  
TV Paga 9,6%



### Vídeo Online

Este grupo representa o consumo em plataformas de vídeo online identificadas pela medição da Kantar IBOPE Media, independentemente de seus modelos de negócios e de suas estratégias de produção de conteúdo - serviços financiados por assinatura e/ou por publicidade, com conteúdo gerado por seus usuários ou pela própria plataforma.

Disney+ 0,3% | Globoplay 1,7%  
Max 0,4% | Netflix 4,9%  
Prime Video 0,9% | YouTube 13,3%  
Outras 0,6%

KANTAR IBOPE MEDIA

Fonte: Kantar IBOPE Media | Cross-Platform View™ | Consumo Doméstico | Total de indivíduos (5v%) | 15 Regões Metropolitanas | 01/01/2025 - 31/01/2025  
| Consolidado View | Somente TV/CTV | Dia inteiro | Excluído Consumo Não-Identificado e outros usos do aparelho de TV (Consoles/Games/etc).

# Foco no Aparelho de TV: O Domínio da TV Aberta

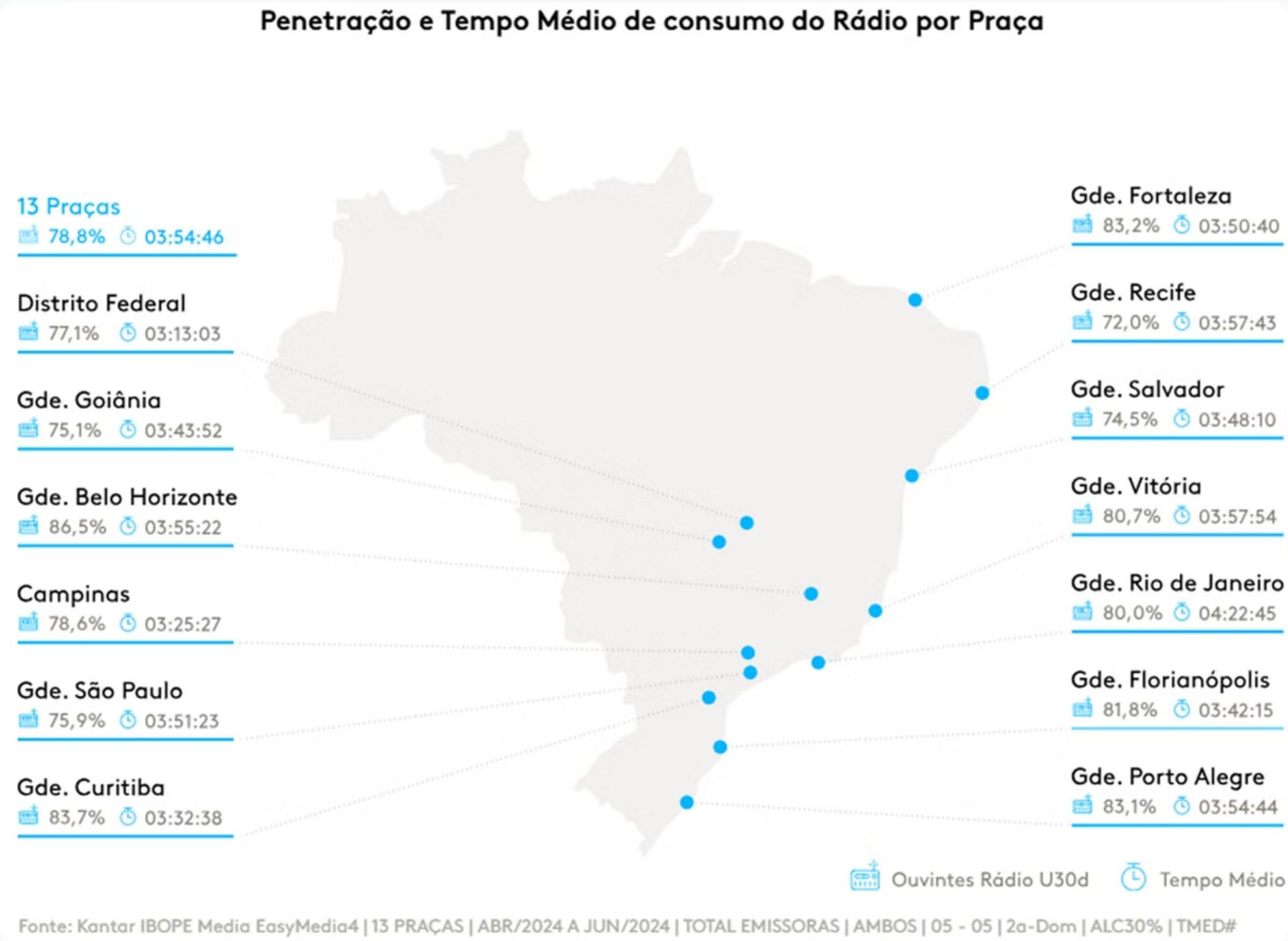
Quando a análise se restringe ao consumo no aparelho de televisão, a dominância da TV aberta é ainda mais evidente, concentrando três quartos do tempo de audiência.

Fonte: Kantar IBOPE Media, Painel Nacional de Televisão.

# A Força do Rádio

O rádio mantém sua relevância com alta penetração e tempo de consumo expressivo. Diariamente, milhões de brasileiros sintonizam o meio, principalmente em trânsito e durante o trabalho.

Fonte: Kantar IBOPE Media, Inside Radio 2024.





# Estratégia de Comunicação Multiplataforma

Para maximizar o alcance, a comunicação legislativa deve adotar uma abordagem multiplataforma, integrando mídias tradicionais e digitais.



## Mídia Tradicional

Aproveitar o grande alcance da TV aberta e do Rádio FM para atingir um público massivo e diversificado.



## TVRO e Streaming

Garantir presença em antenas parabólicas e plataformas de streaming para alcançar nichos específicos e novos públicos.



## Redes Sociais e TV 3.0

Engajar o cidadão em plataformas interativas e preparar-se para o futuro com a TV 3.0, que integrará broadcast e broadband.

# A Rede Legislativa em Números

A expansão contínua consolida a Rede como um dos maiores projetos de comunicação pública do mundo, garantindo acesso à informação legislativa para milhões de brasileiros.

1.618

Estações de TV

68 geradoras e 1.550 retransmissoras.

128M

Alcance Potencial TV

População coberta em 2.210 municípios.

25

Estações de Rádio

Presente em 70 municípios.

15M

Alcance Potencial Rádio

População coberta pelo sinal de rádio FM.

# Como Aderir à Rede Legislativa

Qualquer câmara municipal ou assembleia legislativa pode solicitar a consignação de um canal de TV ou rádio para seu município. O processo é simples e transparente.

## 1. Manifestação de Interesse

Oficializar o pedido junto à Câmara dos Deputados.

## 2. Consignação do Canal

Análise técnica e outorga do canal pelo Ministério das Comunicações.

## 3. Projeto Técnico e Acordo

Elaboração do projeto e assinatura do acordo de cooperação.

## 4. Equipamentos e Licença

Aquisição dos equipamentos e licenciamento da estação.

## 5. Entrada em Operação

Início das transmissões para a comunidade local.





# Programa **Brasil Digital**

Câmaras municipais  
podem ter uma  
emissora de TV com  
transmissores  
comprados pelo  
governo federal

# Programa Brasil Digital



## Expansão custeada pelo governo federal

- Estimativa de 400 municípios
- Entrega da estação de TV instalada e em funcionamento
- Canais disponibilizados
  - Rede Legislativa (TV Câmara, TV Câmara municipal, TV Assembleia e TV Senado)
  - Rede Nacional de Comunicação Pública (TV Brasil, Canal Saúde, Educação e Gov) e Parcerias (Fundações, Universidades, institutos federais)

# TV 3.0



Representação da Astral

Decreto Publicado

Principais avanços:

- Plataforma comum de comunicação pública e serviços de governo obrigatório instalado pela internet em todos os televisores de TV 3.0
- Desenvolvimento de aplicativos legislativos em andamento. Prazo de conclusão final de 2026
- Transmissores de TV 3.0 em São Paulo e Brasília



# NOSSOS CONTATOS



**Site** [camara.leg.br/redelegislativa](http://camara.leg.br/redelegislativa)

**E-mail** [redelegislativa@camara.leg.br](mailto:redelegislativa@camara.leg.br)

**Telefone e WhatsApp** (61) 3216-1515

Carlos Neiva

Supervisor da Rede Legislativa de Rádio e TV – Câmara dos Deputados

Vice-Presidente de Relações Institucionais, Rede e Tecnologia – ASTRAL