

DOSSÊ

# PLURALIDADE EM MÍDIAS LEGISLATIVAS:

## uma análise da Agência Câmara Notícias

Copyright © 2016  
SBPjor / Associação  
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

EDGARD PATRÍCIO  
*Universidade Federal do Ceará, Brasil*

LEIDYANNE VIANA NOGUEIRA  
*Universidade Federal do Ceará, Brasil*

**RESUMO** - Neste artigo, são analisadas 115 notícias, por meio da Análise de Conteúdo, a fim de se verificar se a pluralidade está presente no noticiário produzido pela Agência Câmara Notícias. Elegeu-se a pluralidade em virtude de esta ser considerada um requisito fundamental para a promoção do interesse público pelo Jornalismo. Conclui-se que a pluralidade está bem distante de acontecer, uma vez que as fontes parlamentares são predominantes, havendo um espaço mínimo para a participação da sociedade. Ademais, percebe-se o fato de a Agência ter como fonte apenas os agentes sociais referendados pela instituição Câmara.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Democracia. Pluralidade. Agência Câmara Notícias.

### **PLURALIDAD EN MEDIA LEGISLATIVA: un análisis de la Agencia Cámara de Noticias**

**RESUMEN** - En este trabajo, se analizaron 115 noticias, a través de análisis de contenido, con el fin de verificar si la pluralidad está presente en las noticias producido por la Agência Câmara Notícias. Fue elegido la pluralidad debido a esto se considera un requisito previo para la promoción del interés público en el periodismo. Se concluye que la pluralidad es lejos de suceder, ya que las fuentes parlamentarias son frecuentes, con un espacio mínimo para la participación de la sociedad. Por otra parte, se observa el hecho de que la Agência como fuente sólo los interlocutores sociales aprobados por la institución Câmara.

**Palabras clave:** Periodismo. Democracia. Pluralidad. Agência Câmara Notícias.

### **PLURALITY IN LEGISLATIVE MEDIA: an analysis of the Chamber News Agency**

**ABSTRACT** - For this paper, we used content analysis for the analysis of 115 news reports to determine if there is plurality in the Chamber News Agency news reports. The decision to choose plurality was based on the fact that it is a fundamental requisite for promoting public interest in journalism. The conclusion was drawn that there is currently no plurality due to predominant parliamentary sources taking up the majority of the space, leaving minimal space for the participation of society. Moreover, the only sources the Agency has are social agents authorized by the Chamber of Deputies.

**Keywords:** Journalism. Democracy. Plurality. Chamber News Agency.

## Introdução

Diversos autores discorrem acerca da interdependência entre Jornalismo e Democracia: o primeiro não poderia existir a contento sem a segunda, e, do mesmo modo, o inverso (BUCCI, 2008; GOMES, 1994; KOVACH e ROSENSTIEL, 2004; MELO, 2008; SILVA, 2002; TRAQUINA, 2012).

Em virtude dessa estreita ligação, atribui-se ao Jornalismo, de modo ideal, o papel de atender em primeiro lugar ao interesse público. Para Kovach e Rosenstiel (2004), um dos compromissos básicos do Jornalismo é a sua lealdade com os cidadãos. Faria (2012) aponta que a imprensa legitima sua atuação e sua relevância perante a sociedade exatamente por assumir o papel de porta-voz desse interesse.

Para além do papel a ser cumprido pelas instituições jornalísticas, a Câmara dos Deputados possui um sistema de comunicação - composto por uma TV, uma rádio, um jornal e uma agência online (a Agência Câmara Notícias) - que se propõe a fomentar o debate público e o exercício da cidadania (MALAVAZZI, 2004). Se nesses veículos não há o confronto com a lógica do mercado, em virtude de serem financiados com recursos públicos, ocorre, por sua vez, um conflito entre duas lógicas distintas, a do campo do Jornalismo e a do campo da Política, o que se torna problemático em virtude da subordinação hierárquica dos jornalistas aos deputados (BERNARDES, 2010, 2011; BERNARDES e MACEDO, 2014).

Bernardes (2010, **2011**) defende que a diversidade de forças na Câmara, pela presença de 513 deputados com matizes ideológicas diversas, e a luta dos jornalistas por autonomia permitem que objetivos relacionados ao interesse público sejam alcançados. Contudo, no ano de 2015, a pressão do meio político pode ter-se ampliado, depois que uma mudança no regimento da Câmara, proposta pelo atual presidente e aprovada pelo plenário da Câmara, passou a permitir a nomeação de deputados para o comando da Secretaria de Comunicação (Secom)<sup>1</sup>.

Desse modo, interessa-nos estudar a Agência Câmara Notícias em virtude da importância que esse veículo pode ter como meio de informação para se acompanhar o exercício dos mandatos dos representantes eleitos pelo povo. Num contexto em que verificamos uma ascendente importância da internet como meio de obtenção de informações, entendemos que a Agência poderia ter um grande potencial de contribuir para a evolução das práticas cidadãs.

A pluralidade ou pluralismo é vista como pré-requisito para que a mídia seja plataforma de um discurso democrático (UNESCO, 2010). Assim, um dos elementos essenciais para que o Jornalismo atenda à sua função social é a promoção da pluralidade, entendida como a diversidade de pontos de vista e de opiniões acerca dos diversos temas debatidos no espaço público, em especial daqueles que tratam de assuntos do interesse da coletividade (MELO, 2006; SERRANO, 2011).

Desse modo, este artigo se propõe a analisar notícias produzidas pela Agência Câmara, no ano de 2015, tendo em vista investigar se há pluralidade no seu noticiário.

### **Pluralidade da informação**

Gentilli (2002) aponta que a gradação democrática de uma dada sociedade vai depender da medida em que prevaleça um “consenso” no pluralismo, o qual seria um espaço marcado pela convivência e pela tolerância com a diferença. Serrano (2011) coloca o pluralismo como um dos valores estruturantes da democracia: “Quando se teoriza a relação entre os media e a democracia, o acesso de todos os cidadãos a uma informação diversificada e plural surge como condição-chave” (p. 15).

Assim, como defendem Odugberni e Norris (2009), a promoção da pluralidade de interesses, vozes e pontos de vista é um dos papéis essenciais a ser cumprido pelo Jornalismo nas sociedades democráticas, a fim de possibilitar a formação de uma opinião pública informada e a promoção de um debate racional sobre as questões públicas. Motta e Alencar (2007) associam o exercício pleno da cidadania à existência de uma cobertura jornalística diversificada, que leve em conta a multiplicidade de atores sociais e de centros de poder da sociedade.

Refletindo sobre a prática jornalística, Melo (2006) observa que a “objetividade no Jornalismo contemporâneo implica em pluralidade (grifo do autor) de observação e de relato” (p. 49), que se desdobra na pluralidade de fontes, de canais e de núcleos receptores. “Todo acontecimento envolve múltiplas variáveis, distintas motivações: é necessário desvendá-lo completamente, mostrando ao cidadão sua fisionomia integral” (MELO, 2006, p. 49).

Serrano (2011) faz uma distinção entre pluralismo externo,

que se refere à diversidade de grupos e de formas de propriedade dos meios de comunicações, e o pluralismo interno, que diz respeito a cada meio de comunicação e recai sobre os conteúdos emitidos. Este último é o que nos interessa neste trabalho.

Com relação a essa forma de pluralismo, Serrano (2011) propõe alguns indicadores a serem observados, dos quais destacamos: pluralismo de fontes de informação, de protagonistas e de temáticas; distanciamento perante forças políticas; neutralidade e equilíbrio dos conteúdos emitidos; representação das forças e correntes políticas, ideológicas, culturais e sociais existentes na sociedade. Ou seja, é necessário que o meio “sirva de fórum para distintos pontos de vista e proporcione opções variadas de conteúdos, em cada momento e ao longo do tempo” (p.16). Tal abordagem está em consonância com o que apregoa o documento da UNESCO (2010), o qual coloca o pluralismo da mídia como um dos pré-requisitos para a obtenção da diversidade.

Assim, vê-se que a noção de pluralidade aponta para algo que vai além da ideia bastante difundida nos meios jornalísticos de “contar os dois lados da história”. Requer um esforço muito maior de captação da realidade, por meio de perspectivas ligadas a diversos grupos da sociedade. Especialmente quando se trata da discussão de políticas públicas ou da criação ou alteração de normas jurídicas, essa pluralidade de visões se torna fundamental.

### **“Mídias das fontes”: Informação a serviço de quem?**

Sant’Anna (2009) denomina “mídias das fontes” veículos ou canais de comunicação criados por atores sociais diversos, não-jornalísticos, que antes assumiam simplesmente o papel de fontes. Por meio desse tipo de iniciativa, tais atores buscam interferir de modo mais incisivo no espaço público, não apenas agendando a imprensa, mas também “falando” diretamente à sociedade. Assim, os veículos das fontes buscam influenciar a opinião pública à revelia do filtro da imprensa, e justificam sua atuação em função das deficiências do Jornalismo, que seria marcado pela concentração e pelo forte direcionamento editorial.

Rodrigues (2013) comprova a “má vontade” da imprensa em relação à cobertura do Legislativo. Em levantamento sobre a cobertura de grandes jornais impressos nacionais, constata a baixa

representatividade do poder no âmbito do quantitativo de notícias veiculadas. “Notícias sobre partidos estão em quarto lugar; plenário, em quinto; comissões permanentes, em sexto. A Comissão de Legislação Participativa não tem nenhuma notícia. Ou seja, pouco se fala sobre grande parte do trabalho legislativo.” (p. 271)

Eugênio Bucci (2008b), ao relatar sua experiência no comando da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC), refuta peremptoriamente que veículos públicos venham a ser manuseados em favor dos governantes. Para ele, tal atitude configura prática de patrimonialismo, além de desrespeito grave a um direito fundamental do cidadão: o direito à informação.

Na visão de Sant’Anna (2009), as mídias das fontes inauguram um novo território no Jornalismo, que ele chama de “Jornalismo das fontes” ou “Jornalismo de influência”. Para ele, o fato de essas mídias adotarem técnicas e rotinas da imprensa tradicional é fator importante: a linguagem é a redação jornalística; a periodicidade é regular; a rotina de produção segue os moldes das redações da imprensa, com o trabalho em equipe, sem a estrutura verticalizada de uma Assessoria (SANT’ANNA, 2009).

No entanto, é necessário pontuar o distanciamento que também ocorre entre as rotinas jornalísticas da “mídia das fontes” e da imprensa tradicional. Tomando-se por base a rotina dos veículos da Câmara dos Deputados, Bernardes (2011) identifica nesta rotina a aproximação entre seleção de fontes e processo legislativo.

O autor de um projeto, o relator dele em uma comissão, o autor de um requerimento para realização de uma audiência pública são exemplos de fontes obrigatórias, por conta de sua participação direta na atividade que será noticiada. (p. 39)

Para Bucci (2008b), entretanto, mesmo que a possibilidade de vício de partidarismo seja remota por causa da diversidade partidária, o preocupante é o corporativismo: “Por mais que prestem serviços e que sejam úteis à sociedade, [esses veículos] buscam, antes, projetar a imagem da instituição a que servem.” (p. 263). Por isso, o autor refuta a tese de que esses canais pratiquem Jornalismo: “Não pode haver Jornalismo se a pessoa que escreve a notícia e a pessoa que é fonte da notícia constituem a mesma pessoa. Não há, aí, o distanciamento material e formal que é pré-condição para que se instaure o relato jornalístico”. (BUCCI, 2008b, p. 265).

Bucci (2008b) defende a complementaridade entre os

sistemas público e privado de comunicação como uma das medidas para se garantir a pluralidade de informação: “para que o espaço público [...] respire valores pluralistas, é preciso que exista uma convivência saudável entre o sistema público, não comercial, e o sistema privado” (BUCCI, 2008b, p. 256).

Não é escopo deste trabalho responder se determinada prática enquadra-se ou não como prática jornalística. Contudo, com base no que foi exposto, duas considerações precisam ser feitas: (1) a simples apropriação de técnicas jornalísticas não é motivo suficiente para inserir uma atividade nesse campo de atividade; (2) apontar a problemática influência de interesses diversos na prática jornalística também não pode servir de respaldo para relevar a influência dos interesses institucionais nas “mídias das fontes”.

Assim, se considerarmos, no caso da Agência Câmara, por exemplo, que as notícias produzidas serão inevitavelmente institucionais, por tratarem dos acontecimentos da própria instituição, podemos, entretanto, questionar se alguns elementos ideais do Jornalismo, como a pluralidade, conseguem se sobressair nessas condições de funcionamento.

### **A comunicação na Câmara dos Deputados: Transparência X Boa imagem**

Barros, Bernardes e Lemos (2007) identificam alguns objetivos que motivaram a criação dos veículos legislativos no Brasil: a necessidade de publicidade sistemática dos atos governamentais, visando à ampliação da participação política; a avaliação, feita pelo Parlamento, de que a cobertura da política pela mídia tradicional contribuiria mais para o desgaste da democracia do que para seu aperfeiçoamento; a crise de credibilidade das instituições políticas e a exigência dos cidadãos por transparência. Somado a tais razões, tem-se também, segundo eles, o interesse dos parlamentares de auferirem mais visibilidade para seus trabalhos.

O sistema de comunicação da Câmara começou a se organizar em 1971, com a então Assessoria de Divulgação e Relações Públicas (ADIRP), com claras funções de RP (como sugere o nome). Com a redemocratização, na década de 90, a ADIRP deu lugar à Secretaria de Comunicação (Secom), a qual passou por reformulações significativas em 2003, originando o Manual de Redação<sup>2</sup>.

A Secom é subordinada à Mesa Diretora da Casa, mais especificamente à figura do Presidente da Câmara. Contudo, os termos dessa subordinação não estão definidos nos documentos oficiais. Ela é subdividida em dois departamentos: o Departamento de Mídias Integradas, responsável pelas atividades jornalísticas dos veículos de comunicação; e o Departamento de Relações Públicas e Divulgação, responsável pela promoção institucional da Câmara<sup>3</sup>. Tal divisão de funções aponta para a necessidade de enfatizar a separação da atividade de Relações Públicas da atividade jornalística, fato fundamental para a credibilidade dos veículos.

A Agência Câmara Notícias (ACN) foi o último veículo a ser instituído, no ano 2000, completando o quadro de veículos de comunicação da Câmara dos Deputados (junto a TV Câmara, Rádio Câmara e Jornal da Câmara). De acordo com Bernardes (2010), a Agência foi criada para dar mais visibilidade às atividades legislativas, divulgando-as ostensivamente. A Agência está hospedada no portal da Câmara dos Deputados<sup>4</sup> e divide seu conteúdo em 21 editorias.

Atualmente, a Agência Câmara trabalha num sistema de cobertura integrada/compartilhada com a Rádio Câmara, aponta o diretor da Imprensa Escrita, João Pitella Júnior<sup>5</sup>: são 13 repórteres trabalhando para os dois veículos (mas este número pode variar em função de integração também com a TV). Além disso, a Agência conta com 3 produtores e 9 editores. Um dos editores é o próprio diretor; e outras duas são as editoras-chefes (Luciana Couto e Mônica Nunes). Não há divisão em núcleos ou editorias, ou seja, todos os repórteres e editores ficam disponíveis para qualquer tipo de cobertura.

O trabalho dos produtores, profissionais terceirizados (os demais são concursados), resume-se a acompanhar os portais de notícias da imprensa e reunir o que se relacionar à Câmara. Este material auxilia os editores nas tomadas de decisão, como, por exemplo, na definição de quais eventos serão cobertos. Nem tudo que acontece na Câmara pode ser acompanhado, em virtude da equipe reduzida, ressaltam as editoras. Segundo elas, então, o plenário sempre é prioridade, as CPIs também têm destaque em virtude do grande interesse do público, e, ademais, valorizam-se as audiências de temas de grande interesse da sociedade.

A pauta é definida em reunião de editores dos três veículos: Agência, Rádio e TV. O repórter recebe uma pauta prévia e é designado para acompanhar um dado evento, devendo fechar a

matéria após o seu encerramento. Segundo uma das editoras, a Agência não possui *deadline*.

O Manual de Redação da Secom aponta diretrizes e princípios norteadores para os veículos da Câmara, os quais são apresentados como “veículos de difusão jornalística”, devendo ser “instrumento à disposição da sociedade brasileira, para que esta tenha acesso a informações objetivas, isentas e apartidárias sobre os trabalhos legislativos” (MALAVAZI, 2004, p. 19).

Além disso, define-se um princípio fundamental que deve nortear os critérios de noticiabilidade:

O critério de aferição da importância da notícia é sua conexão com o interesse público: ela será tão relevante quanto maior for o número de cidadãos a quem afetar nos aspectos econômicos, social, político e cultural. (MALAVAZI, 2004, p. 26).

Percebe-se, então, que interesse público e interesses políticos e institucionais perpassam a realidade dos veículos da Câmara, gerando uma situação complexa, de difícil definição. Queiroz (2007) e Bernardes (2010) falam num hibridismo – entre Jornalismo e Comunicação Institucional - como marca característica dos veículos da Câmara.

Para Mônica Nunes, uma das editoras-chefes da Agência Câmara, o trabalho deste veículo é principalmente institucional: “dar visibilidade aos debates e atos realizados pela Câmara dos Deputados”, mas o “objetivo da Agência é levar informação de qualidade sobre os trabalhos da Câmara para o cidadão” (Entrevista em 02/06/2016). Com relação à função do Manual de Redação atualmente junto aos profissionais, as opiniões divergem um pouco: segundo o diretor da Agência, o Manual ainda é utilizado, mas “precisa ser reescrito para contemplar as inovações tecnológicas que aconteceram desde 2003” (Entrevista em 14/10/2015). Já as editoras relatam que os profissionais não recorrem mais ao Manual, contudo os princípios de isenção, pluralidade e interesse público – apontados por este documento – é que norteiam o seu trabalho.

### **Pluralidade na Agência Câmara: Quem tem voz?**

Para analisar a pluralidade em notícias da Agência Câmara, tomamos como requisito um dos indicadores sugeridos por Serrano

(2011): o pluralismo de fontes de informações, aspecto que diz respeito à representação das diversas correntes dos variados campos da sociedade, bem como o equilíbrio entre as fontes. Optamos pela Análise de Conteúdo para tal análise em virtude de este método oferecer:

[...] um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 1979, p. 42).

Ademais, a análise de conteúdo permite avaliar um número grande de notícias, possibilitando que se chegue a conclusões a respeito de uma amostra relevante do objeto de estudo. Esta pesquisa deve ser complementada em trabalhos posteriores com métodos de cunho qualitativo, como a análise de discurso, que deve auxiliar a verificar outros indicadores associados à pluralidade, como a neutralidade e equilíbrio dos conteúdos e o distanciamento de forças políticas.

Coletamos o material a ser analisado a partir da composição de uma semana artificial ao longo do período de janeiro a maio de 2015, método de seleção aleatória sugerido por Bauer (apud HERSCOVITZ, 2010). Assim, temos: primeira segunda-feira de janeiro (05/01), segunda terça-feira de fevereiro (10/02), terceira quarta-feira de março (18/03), quarta quinta-feira de abril (23/04) e quinta sexta-feira de maio (29/05). Em seguida, efetuamos a pesquisa das notícias no buscador presente na página inicial da Agência, que permite filtrar pela data desejada.

Buscou-se verificar o pluralismo de fontes numa amostra extraída a partir das notícias de cada um dos dias apontados acima. As notícias foram selecionadas em duas etapas: primeira, em cada um dos dias pré-definidos, o conjunto de notícias sobre o tema mais abordado, chegando-se ao total de 56 notícias; segunda, de modo complementar, foram incorporados os grupos de notícias com pelo menos três notícias tratando do mesmo tema. Ou seja, se um determinado tema mereceu no mínimo três notícias na cobertura, estas foram coletadas para análise. Assim chegamos ao total de 115 notícias (Tabelas 1 e 2).

**Tabela 01** – Primeira seleção de notícias para efeito de análise – 56 notícias

<b>Dia</b>	<b>Assunto mais tratado nas notícias</b>
05/01/15	(A) A nova ministra da agricultura (2 notícias de 13 ou 15%)
10/02/15	(B) O projeto da biodiversidade (15 notícias de 44 ou 34%)
18/03/15	(C) Comissão geral sobre a segurança pública (21 notícias de 90 ou 23%)
23/04/15	(D) Depoimento na CPI da Petrobrás (16 notícias de 57 ou 28%)
29/05/15	(E) Votação da reforma política (2 notícias de 32 ou 6%)

Fonte: elaborado pelos autores

**Tabela 02** – Segunda seleção de notícias para efeito de análise – 59 notícias

<b>Dia<sup>6</sup></b>	<b>Cobertura de tema com pelo menos três notícias</b>
10/02/15	(F) Votação da PEC do Orçamento impositivo (7 notícias) (G) Instalação de comissão para análise da reforma política (4 notícias)
18/03/15	(H) Comparecimento de Cid Gomes à Câmara (20 notícias) (I) Audiência sobre o cancelamento de refinarias no Nordeste (6 notícias) (J) Debate de proposta que trata de desonerações da folha de pagamento (4 notícias) (L) Retirada de pauta de projeto sobre salário mínimo (3 notícias) (M) Votação de projeto que anistia militares grevistas (3 notícias)
23/04/15	(N) Discussão sobre o pacto federativo (7 notícias) (O) Audição de ministro sobre seguro defeso (5 notícias)

Fonte: elaborado pelos autores

Segundo Bardin (1979), “unidade de registro é a unidade de significação a codificar e corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial” (p. 104). Assim, adotamos como unidades de registro as fontes das notícias, que foram categorizadas em 16 tipos, os quais se referem a correntes, grupos, áreas de atuação ou de origem das fontes. As categorias foram definidas a partir da leitura das matérias, à exceção da categoria dos cidadãos, incluída em virtude da consideração prévia a respeito da importância destes para o veículo que estamos estudando. Assim, seguindo procedimento usual em análises de conteúdo, limitou-se aos conteúdos manifestos nos textos, fazendo-se interpretações a partir dos dados obtidos. Entende-se que esta é uma forma preliminar de se perceber a representatividade dos vários segmentos sociais nos textos, como se fez em Motta e Alencar (2007) e em Guerra et al (2014).

Passou-se, então, à contagem das fontes, com o auxílio de tabelas no Excel, seguindo-se as regras de enumeração citadas por Bardin (1979): presença (ou ausência), intensidade e frequência das categorias de fontes. Fez-se do seguinte modo: no decorrer da leitura das matérias, as fontes foram sendo agrupadas de acordo com os seus segmentos; procedeu-se à contagem da quantidade de fontes por segmento e da quantidade de notícias com cada categoria de fonte.

### **Análises iniciais**

Nas 115 notícias, foram contabilizadas 256 fontes, o que nos leva a uma média de 2,2 fontes por matéria. Se considerarmos que o princípio do contraditório do Jornalismo exige a presença de pelo menos duas fontes com posições distintas, tal média indicaria, num primeiro momento, o atendimento a esse princípio básico. Ao analisarmos as matérias individualmente, no entanto, verificamos:

a) 67% das matérias ficaram abaixo da média: 8,7% (10 matérias) sem nenhuma fonte; 33,1% (38 matérias) com apenas uma fonte; e 25,2% (29 matérias) com 2 fontes;

b) 33% ficaram acima da média: 19,1% (22 matérias) com 3 fontes; 11,3% (13 matérias) com 4 a 6 fontes; e 2,6% (3 matérias) com uma quantidade bem superior (8, 9 e 14 fontes).

**Tabela 03** – Quadro geral de fontes nas 115 notícias analisadas

Categorias	Quantidade de fontes	Quantidade de notícias por tipo de fonte
Presidente da Câmara <sup>7</sup> (01)	-	14
Parlamentares da base aliada ao governo <sup>8</sup> (02)	58	40
Partidos da base ou seus dirigentes (03)	10	6
Parlamentares da oposição ao governo (04)	61	34
Partidos da oposição ou seus dirigentes (05)	2	1
Fontes do Executivo (06)	28	27
Fontes do Judiciário (07)	9	6
Tribunal de Contas (TCU) (08)	2	2
Agência reguladora (09)	2	2
Fontes de órgãos auxiliares à Justiça (MP e DP) (10)	4	4
Autoridade políticas de estados e municípios (11)	10	7
Entidades civis ou seus representantes (12)	7	6
Entidades militares ou policiais ou seus representantes (13)	20	11
Empresas ou seus representantes (14)	24	23
Especialistas ou pesquisadores (15)	5	4
Cidadãos (16)	0	0
Sem fontes (17)	-	10

Fonte: elaborado pelos autores

Pelo que se pode observar da Tabela 03, as fontes que fazem parte da categoria 02 - Parlamentares da base aliada – e as fontes da categoria 04 - Parlamentares da oposição – foram as mais representativas no noticiário estudado: participaram juntas com 46,4% das fontes. Tal verificação apenas confirma a lógica evidente dos veículos da Câmara, ou seja, dar visibilidade às atividades legislativas, das quais os parlamentares são os principais agentes. Comparativamente, o número de deputados da oposição ficou um pouco acima do número da base: enquanto os primeiros tiveram 61 fontes (23,7% do total), os últimos contaram com 58 fontes (22,7% do total). As posições se invertem com relação ao número de notícias: a base aparece em 40 notícias (34,6%), e a oposição em 34 (29,6%).

Assim, esta primeira relação revela um equilíbrio entre parlamentares da base e parlamentares de oposição, coadunando-se com o que projetam os profissionais. Segundo falas das editoras-chefes, segue-se a seguinte regra: ouvir os parlamentares envolvidos no assunto (autores dos projetos, relatores, deputados que participam da discussão), e, em caso de “repercussão”, ouvir os dois lados, os quais seriam, segundo elas, o governo e a oposição. Em outros casos, os dois lados também podem ser buscados quanto ao posicionamento divergente sobre o assunto. Vê-se, assim, que os profissionais se guiam por procedimentos comuns da prática jornalística.

Outro dado relevante da Tabela 03 é a constatação de que o presidente da Câmara apareceu num número reduzido do corpus analisado: em 14 matérias (ou 12,2%). Assim, apesar de os veículos se subordinarem, em último caso, à figura do presidente da Câmara, a análise quantitativa não revela tendência de que este se utilize do veículo que estudamos para benefício da própria imagem. Ademais, as fontes do Executivo estiveram mais presentes que o próprio Presidente da Câmara.

Este artigo nos oferece ainda outra evidência: a baixa participação da sociedade civil, representada pelas categorias 12, 14, 15 e 16. Vê-se, além disso, que a categoria 13 – Entidades militares ou policiais ou seus representantes – esteve à frente de quase todos os grupos da sociedade civil, por influência de um dos temas das notícias analisadas. A esse respeito, podemos nos indagar acerca da ausência de entidades civis que debatem o tema da segurança pública ou o da biodiversidade. Mais à frente, tratamos mais detalhadamente

desses dois casos. É válido ainda destacar a ínfima participação de especialistas, que são menos de 2% das fontes, e, mais grave, a ausência de participação dos cidadãos.

Uma das editoras-chefes explica que a participação de fontes externas não é prática comum nas matérias da Agência. Segundo ela, como o material é originário principalmente dos eventos realizados na Câmara, as fontes externas são os participantes das audiências públicas.

Percebe-se que a questão da inserção do público na Agência Câmara é mais problemática do que dizem Bernardes e Macedo (2014) para o conjunto dos veículos:

Representantes da sociedade civil organizada, especialistas, técnicos dos poderes Executivo e Judiciário, autoridades dos diferentes níveis de governo e o próprio cidadão aparecem na produção desses veículos, porém com menor frequência, algo que também ocorre no noticiário da imprensa convencional sobre o Legislativo (BERNARDES e MACEDO, 2014, p. 143).

As autoras justificam essa característica pelo fato de o “oficialismo” ser algo típico do Jornalismo (BERNARDES e MACEDO, 2014). Em depoimentos coletados por Bernardes (2010) com profissionais dos veículos, fica claro que esse é um ponto bastante discutido entre eles. Enquanto alguns acreditam que os cidadãos devem participar de modo mais efetivo do noticiário, a fim de se realizar um produto diferenciado do que é feito no mercado, outros consideram que somente os parlamentares devem ser ouvidos de fato, em virtude de eles representarem os cidadãos. Além disso, muitos apontam a rotina de produção como inviabilizadora para que essa prática aconteça.

Fica evidente que o número de fontes é um primeiro indício relevante para uma possível pluralidade, a ser verificada por outros critérios. Vale ressaltar que os autores que tratam da pluralidade não especificam uma medida mínima para se atingi-la, o que revela que o assunto é complexo e que não pode ser reduzido a um número. Ademais, como dissemos acima, temos consciência de que, em função do tema a ser tratado nas notícias, a variedade de fontes pode ser maior ou menor. Ou ainda, a depender do tema, os tipos de fontes implicadas ou esperadas são diferentes. Por esse motivo, entendemos que se faz necessário estudar as notícias referentes a um tema específico, pois a partir deste é possível fazer uma melhor projeção a respeito da pluralidade esperada. O

que não é possível nesse momento, frente à exiguidade do espaço desse artigo.

Tal resultado nos leva, ademais, a outras ponderações: seria possível esperar a pluralidade nas matérias se não houve pluralidade no próprio debate ocorrido na Câmara? Ou, necessariamente, a cobertura deve refletir o balanceamento de vozes do debate havido? Além disso, como esperar que a pluralidade aconteça se o interesse em dar visibilidade aos discursos políticos predominar? É legítimo que as vozes dos parlamentares ganhem destaque, em detrimento de outras vozes sociais? Os embates entre discursos políticos, que se refletem nas notícias, são capazes de contribuir para a formação de uma opinião pública bem informada? Ou podem acabar confundindo os cidadãos?

Ademais, a amostra analisada proporciona visualizar que, além dos parlamentares, fontes preferenciais do noticiário da Agência, apenas fontes respaldadas pela Instituição Câmara são admitidas como fonte, uma vez que somente são ouvidas pessoas que estejam participando dos eventos (reuniões, comissões etc.) como convidados. Este fato foi confirmado por uma das editoras da Agência. Pode-se dizer que isto ocorra simplesmente em decorrência da escassez de recursos dos veículos, como explicam as editoras?

### **Considerações finais**

Neste artigo, foram analisadas 115 notícias da Agência Câmara Notícias, publicadas em cinco dias aleatórios, selecionados de janeiro a maio de 2015. O objetivo da análise foi verificar a possibilidade de haver pluralidade no noticiário da Agência. Nas sociedades democráticas, a pluralidade, entendida como diversidade de opiniões ou pontos de vista, é um requisito esperado em notícias jornalísticas (ALDÉ, 2004; BUCCI, 2008; GENTILLI, 2002; MELO, 2006; ODUGBEMI e NORRIS, 2009; SERRANO, 2011).

Apesar de permanecer a discussão sobre a identificação dos veículos legislativos como jornalísticos, viu-se que eles se propõem a cumprir um papel que os situaria nessa classificação, além de adotar seu formato e sua linguagem (BERNARDES, 2010; MALAVAZI, 2004; QUEIROZ, 2007; SANT'ANNA, 2009). Segundo Bernardes (2010), em parte, a produção dos veículos da Câmara poderia ser chamada de

Jornalismo Público, em virtude da ênfase no interesse público e do fato de a informação não ser tratada como mercadoria.

Do total das notícias analisadas, percebeu-se uma ausência de pluralidade: as fontes parlamentares são predominantes, havendo um espaço exíguo para a participação da sociedade. Além disso, verificou-se uma ausência de cidadãos no noticiário, o que mostra que o ideal de realizar um produto diferenciado do que é ofertado pelo mercado jornalístico fica distante de se concretizar.

Revelou-se, contudo, um equilíbrio entre base e oposição, o que aponta para dois aspectos: 1) Não há um privilégio ao grupo que dirige os veículos; 2) As fontes das notícias são escolhidas a partir dos personagens dos eventos realizados no Parlamento, critério que se aproxima do jornalístico. Uma ressalva pode ser feita, porém, em relação à limitação das fontes às que protagonizam o dia-a-dia da Câmara, ou seja, as notícias ficam restritas a uma descrição do que ocorre nesta instituição, sem se buscar aprofundar os temas que são debatidos com especialistas e com a participação dos cidadãos.

Por conta disso, os grupos interessados ficam de fora do debate e diversos pontos de vista são omitidos, não contribuindo de modo satisfatório para contemplar a diversidade da sociedade e para a formação da opinião pública. A superexposição dos parlamentares, ademais, sugere que motivações políticas podem ter subjugado outros objetivos apregoados pela Secretaria de Comunicação da Câmara, como o de contribuir para a formação política dos cidadãos.

Percebe-se que, ao se atribuir preponderância ao critério “dos dois lados” de uma questão, falha-se em considerar a demanda por uma representação plural de ideias sobre os diversos assuntos. Se o objetivo da Agência ficar restrito àquele fim, esta análise evidencia que as notícias o alcançam. Neste caso, talvez deva ser considerada a necessidade de se modificar a rotina produtiva e a cultura profissional, o que parece pouco provável em virtude da estrutura e da falta de autonomia dos veículos.

## NOTAS

- 1 Para mais informações, ver: <<http://goo.gl/G9AvuQ>> e <<http://goo.gl/dc9alu>>. Acesso em 03 mai. 2015.
- 2 Segundo informação da Coordenação de Participação Popular da Câmara dos Deputados, obtida por email, o Manual de Redação da Secom “subsiste como referência para a normatização dos procedimentos que orientam a cobertura jornalística e a divulgação institucional da Câmara dos Deputados. No entanto, a publicação não contempla as mudanças ocorridas na estrutura organizacional da Secom e será atualizada em momento oportuno” (22/05/2015).
- 3 Disponível em: <<http://goo.gl/mOQixs>> Acesso em 20 ago. 2015.
- 4 Disponível em: <<http://goo.gl/490jwT>> Acesso em 15 Abr. 2015.
- 5 Informações coletadas por meio de entrevistas realizadas por email com o diretor e as editoras-chefes da Agência Câmara.
- 6 Os dias 05/01 e 29/05 não tiveram tema com no mínimo três notícias.
- 7 Outra possibilidade de apresentação da análise seria em termos de grupos aliados ou não ao próprio Presidente da Câmara, uma vez que é a este que se subordinam os veículos da Câmara.
- 8 As categorias dos grupos políticos foram definidas em função de uma divisão usual das bancadas na Câmara, como se vê em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/10/desafios-dilma-tera-de-recompor-base-no-congresso-para-governar.html>> Acesso em 08 Jan. 2016. Contudo, sabe-se que há vários outros grupos possíveis, especialmente com relação a temas específicos. Assim, considera-se que a separação entre base aliada ou não aliada não tem em vista necessariamente o posicionamento ideológico dos integrantes, pois estes não constituem grupos monolíticos.

## REFERÊNCIAS

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BARROS, Antônio Teixeira de; BERNARDES, Cristiane Brum; LEMOS, Cláudia Regina Fonseca. As mídias legislativas e a redefinição da noticiabilidade política no Brasil. **Em Questão**, Porto Alegre, v.14, n.1, p.11-24, jan/jun. 2008.

BERNARDES, Cristiane Brum. **Política, institucional ou pública? Uma reflexão sobre a mídia legislativa da Câmara dos deputados**. 2010. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor) da Câmara dos Deputados, Brasília, 2010.

BERNARDES, Cristiane Brum. As fontes de informação nas mídias legislativas: oficialismo e diversidade na produção noticiosa sobre a Câmara dos Deputados. **Brazilian Journalism Research**. Volume 7, Número 1, p. 32-49, 2011.

BERNARDES, Cristiane Brum. Visibilidade política e controle da produção jornalística nos veículos de comunicação da Câmara dos Deputados. **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº 6. Brasília, p. 151-182, jul/dez. 2011.

BERNARDES, Cristiane Brum; MACEDO, Sílvia Mugnatto. Mudanças nas rotinas de produção do Jornalismo da Câmara dos Deputados: o processo de integração das mídias legislativas. **Contemporânea: Comunicação e Cultura**, v. 12, n° 1. Salvador, p. 125-146, jan/abr. 2014.

BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapabrancas e o direito à informação no primeiro governo Lula**. Rio de Janeiro: Record, 2008b.

FARIA, Armando Medeiros. Imprensa e interesse público. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 174-179.

FAUSTINO, Paulo (Coordenação) **Pluralismo, Concentração e Regulação dos Media**. Lisboa: Media XXI, 2011. 2. ed.

GENTILLI, Victor. O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação. **Revista Famecos**, Porto

Alegre, nº 19, p. 36-48, dezembro de 2002.

GOMES, Wilson. Informação, ética e democracia. Comunicação apresentada na **46a. Reunião Anual da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência**. Vitória: 1994.

GOMES, Wilson.. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GUERRA, Josenildo Luiz; CHRISTOFOLETTI, Rogério; BALDESSAR, Maria José; LIMA, Samuel Pantoja. A qualidade do conteúdo da Agência Brasil/EBC: avaliação dos requisitos “diversidade”, “pluralidade” e “cobertura de políticas públicas”. **Revista Eptic online**. Vol. 15, n.2, p. p. 153-173, mai-ago2013.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010, p. 123-142.

KOVACH, Bill; ROSESNTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

MALAVAZI, Ademir (Org). **Manual de Redação da Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados**. Brasília: Câmara dos Deputados, Secretaria de Comunicação Social, 2004.

MELO, José Marques de. **Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MELO, José Marques de. Jornalismo político: Democracia, Cidadania, Anomia. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 35, p. 90-94, abril de 2008.

MOTTA, Luiz Gonzaga; ALENCAR, RailssaPeluti. Eleições de 2006: pluralismo e representação social na mídia brasileira. **Logos 27: Mídia e democracia**. Rio de Janeiro, 14(2), p. 108-126, 2007.

ODUGBEMI, Sina; NORRIS, Pippa. Do the news media act as watchdog, agenda-setters and gate-keepers? In: **Public Sentinel: News Media & Governance Reform**. Washington DC: The World Bank, 2009, 17 p. Disponível em: <https://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/WorldBankReport/Chapter%2015%20Odugbemi%20and%20Norris.pdf>. Acesso em: 10 Jul. 2016.

QUEIROZ, Dulce. **Jornalismo institucional nas TVs legislativas. Os casos do Brasil e do México**. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília (UnB), 2007.

RODRIGUES, Malena Rehbein. O papel da imprensa na qualidade democrática: um estudo de notícias nos principais jornais nacionais. In: GUIMARÃES, André Sathler; VIEIRA, Fernando Sabóia (Orgs.). **Legislativo e democracia** - Reflexões sobre a Câmara dos Deputados. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2013, p. 249-277.

SANT'ANNA, Francisco. **Mídia das fontes: um nono ator no cenário jornalístico brasileiro**. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009.

SILVA, Luiz Martins da. Imprensa e cidadania: possibilidades e contradições. *In*:

MOTTA, Luiz Gonzaga (Org.). **Imprensa e poder**. Brasília/São Paulo: Editora da UNB/Imprensa Oficial SP, 2002. p. 47-74.

SERRANO, Estrela. Sobre pluralismo nos media. *In*: FAUSTINO, Paulo (Coordenação) **Pluralismo, Concentração e Regulação dos Media**. 2. ed. Lisboa: Media XXI, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **O Estudo do Jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Unisinos, 2005.

TRAQUINA, Nelson..**Teorias do Jornalismo: Por que as notícias são como são**. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2012.

UNESCO. **Indicadores de desenvolvimento da mídia: marco para a avaliação do desenvolvimento dos meios de comunicação**. Brasília : UNESCO, 2010.

**Edgard Patrício**. Jornalista. Professor do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Participante do grupo de pesquisa Mídia, Política e Cultura.

**Leidyenne Viana Nogueira**. Jornalista. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará.

RECEBIDO EM: 05/03/2016 | ACEITO EM: 12/06/2016