



**SENADO FEDERAL
UNIVERSIDADE DO LEGISLATIVO BRASILEIRO
UNILEGIS**

LUÍS CLÁUDIO DA SILVA ALVES

**COMO A MÍDIA COMERCIAL APROVEITA O MATERIAL OFERTADO
PELAS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS LEGISLATIVAS:
O caso da Câmara Legislativa do Distrito Federal**

Brasília - DF

2008



LUÍS CLÁUDIO DA SILVA ALVES

**COMO A MÍDIA COMERCIAL APROVEITA O MATERIAL OFERTADO
PELAS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS LEGISLATIVAS:
O caso da Câmara Legislativa do Distrito Federal**

Trabalho final apresentado para aprovação no curso de pós-graduação *lato sensu* em Comunicação Legislativa realizado pela Universidade do Legislativo Brasileiro (UNILEGIS) e a Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS) como requisito para obtenção do título de Especialista em Comunicação Legislativa.

Orientador: Luiz Carlos Santana de Freitas

Brasília - DF

2008

COMO A MÍDIA COMERCIAL APROVEITA O MATERIAL OFERTADO
PELAS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS LEGISLATIVAS:
O caso da Câmara Legislativa do Distrito Federal

Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização em Comunicação Legislativa realizado pela Universidade do Legislativo Brasileiro (UNILEGIS) e a Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS) no 2º semestre de 2008.

Aluno: Luís Cláudio da Silva Alves

Banca Examinadora:

Orientador: Luiz Carlos Santana de Freitas

Professor convidado: Rafael Silveira

Brasília, 26 de novembro de 2008.

Aos meus três filhos, Tatiana, Lucas e Rafaela, razão de tudo que faço e incentivo para minha caminhada, e à Luz que me ilumina e me dá forças para enfrentar os obstáculos e seguir adiante.

AGRADECIMENTOS

Aos companheiros do CAEC - Centro Avançado dos Estudos da Comunicação, que tornaram este desafio divertido e inesquecível.

Aos professores, pelo compromisso e interesse em compartilhar seus conhecimentos.

Ao meu orientador, professor Luiz Carlos Santana de Freitas, pelo incentivo, dedicação e contribuições.

À equipe administrativa da UNILEGIS, pela simpatia e profissionalismo.

E aos jornalistas legislativos da Câmara Legislativa do Distrito Federal, pelo apoio e parceria.

“O pior analfabeto é o analfabeto político. Ele não ouve, não fala, nem participa dos acontecimentos políticos. Ele não sabe que o custo da vida, o preço do feijão, do peixe, da farinha, do aluguel, do sapato e do remédio dependem das decisões políticas”.

Bertold Brecht

RESUMO

Este trabalho analisa como a mídia comercial aproveita o material disponibilizado pelos serviços de agências de notícias do Poder Legislativo. Como estudo de caso foi analisado o aproveitamento dado aos dois principais jornais de Brasília, capital brasileira, ao noticiário oferecido pela Câmara Legislativa do Distrito Federal. Para comprovar a hipótese de que a mídia comercial aproveita pouco o material oferecido, foi realizado um levantamento do noticiário publicado no portal da Câmara Legislativa, no Correio Braziliense e no Jornal de Brasília, em um período determinado. Os dados foram analisados quantitativamente e qualitativamente e revelam o pouco interesse da mídia comercial no material oferecido e ainda pela cobertura das atividades do Poder Legislativo Local, além da preferência pelas temáticas consideradas mais sensacionalistas.

Palavras-chave: Câmara Legislativa do Distrito Federal; Comunicação Legislativa; Jornalismo Legislativo; Mídia das Fontes; Mídiação do Parlamento.

LISTA DE TABELAS

Tabela nº 1 – Dias escolhidos para amostragem

Tabela nº 2 - Notícias disponibilizadas pela Agência CLDF, em maio e junho de 2008

Tabela nº 3 – Notícias publicadas pelo jornal Correio Braziliense sobre a CLDF, em maio e junho de 2008

Tabela nº 4 – Notícias publicadas pelo Jornal de Brasília sobre a CLDF, em maio e junho de 2008

Tabela nº 5 – Quadro-resumo comparativo I

Tabela nº 6 – Quadro-resumo comparativo II

Tabela nº 7 – Quadro-resumo comparativo III

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO GERAL	10
1.1 Introdução	10
1.2 Delimitação do objeto	10
1.3 Justificativa	11
1.4 Problema	12
1.5 Hipóteses	13
1.5.1 Hipótese principal	13
1.5.2 Hipótese derivada	13
1.6 Objetivos	13
1.6.1 Objetivo geral	13
1.6.2 Objetivos específicos	13
1.7 Metodologia	14
2. DISCUSSÃO TEÓRICA	15
2.1 Direito à informação	15
2.2 Transparência do Poder Legislativo.....	18
2.3 Relação Mídia e Parlamento – agendamento, espetacularização.....	20
2.4 Midiatização do Parlamento – Mídia das Fontes e Jornalismo Legislativo	23
3. COMO A CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL DIVULGA SUAS NOTÍCIAS	28
3.1 Histórico da CLDF	28
3.2 Evolução da Comunicação Social na CLDF	31
3.3 O trabalho da Seção de Divulgação	34
3.3.1 Inexistência de manual de redação	36
3.3.2 Plano de Comunicação Social da Câmara Legislativa	37
4. APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS	39
4.1 O que foi ofertado pela CLDF e o que foi publicado na mídia comercial local	39
4.1.1 Notícias disponibilizadas pela Agência CLDF	40

4.1.2 Análise dos dados levantados relativos à Agência CLDF	41
4.1.3 Notícias publicadas no jornal Correio Braziliense sobre a CLDF	43
4.1.4 Análise dos dados levantados sobre a cobertura do jornal Correio Braziliense	44
4.1.5 Notícias publicadas no Jornal de Brasília sobre a CLDF	45
4.1.6 Análise dos dados levantados sobre a cobertura do Jornal de Brasília	46
4.1.6.1 Análise da Coluna “Do Alto da Torre”	46
4.2 Comparação dos dados analisados	47
5. CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	57
7. ANEXOS	61

1. INTRODUÇÃO GERAL

1.1 Introdução; 1.2 Delimitação do objeto; 1.3 Justificativa; 1.4 Problema; 1.5 Hipóteses; 1.6 Objetivos; 1.7 Metodologia.

1.1 Introdução

O conteúdo deste trabalho foi distribuído em sete capítulos, sendo o primeiro dedicado a introduzir o tema - como a mídia comercial aproveita o material disponibilizado pelos serviços de agências de notícias do Poder Legislativo - e a maneira como foi estudado.

No segundo capítulo, é feita uma discussão a respeito dos pressupostos teóricos que nortearam a pesquisa: a transparência do Parlamento, a relação entre mídia e Parlamento e a midiaticização do Parlamento.

Em seguida, analisa-se como a Câmara Legislativa do Distrito Federal divulga suas notícias, apresentando a história desta casa legislativa, a evolução do seu aparelho comunicacional, até a implantação de veículos próprios de comunicação de massa.

Na parte seguinte, são apresentados os resultados de investigação documental e as análises comparativas.

Por fim, as conclusões gerais da pesquisa, bibliografia e os *fac-símiles* dos documentos mais relevantes utilizados.

1.2 Delimitação do objeto

Há pouco mais de uma década, as casas legislativas brasileiras começaram a investir na implantação de serviços de divulgação jornalística de fatos relacionados à atividade político-parlamentar no seu campo de atuação. Entre estes serviços está a disponibilização nos seus portais na de material produzido nas suas próprias redações por profissionais especializados, seguindo os padrões jornalísticos consagrados, nos moldes de uma agência de notícias. Tal material é formatado

para consumo direto pelo público-alvo da mídia legislativa, ou seja: a sociedade, como um todo.

Porém, os demais veículos de comunicação de massa também podem usufruir das informações produzidas pelas agências legislativas de notícias, para municiarem as suas próprias matérias que envolvam a atividade legislativa.

Este trabalho é resultado da análise sobre o aproveitamento pelos principais jornais impressos comerciais do Distrito Federal brasileiro das notícias produzidas pela seção de divulgação da Coordenadoria de Comunicação da Câmara Legislativa, chamada a partir daqui de Agência CLDF.

1.3 Justificativa

Durante 26 anos, os habitantes do Distrito Federal brasileiro, onde fica a capital do país, Brasília, não puderam eleger seus representantes locais. Em 1986 este direito básico da cidadania foi exercido pela primeira vez com a eleição dos primeiros deputados federais e senadores para representar essa unidade da Federação no Congresso Nacional.

Em 1990, o DF teve seu primeiro governador eleito e também seus primeiros deputados distritais. A autonomia política tornou-se realidade em 1991, com a instalação da Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF).

Este breve histórico sobre a CLDF demonstra que o parlamento local é uma instituição relativamente recente e, em decorrência disso, vem construindo rotinas próprias, seguindo, conforme suas características, experiências de sucesso consagradas de outras casas legislativas brasileiras. Isto acontece, também, em relação às ações de comunicação empregadas para ampliar a transparência das suas atividades perante a sociedade.

Entre essas ações, ressalta-se a criação de veículos de comunicação de massa instalados nas estruturas físicas e administrativas das casas legislativas. Por se tratarem de ferramentas poderosas no sentido de propiciar à sociedade informações relevantes sobre as atividades político-parlamentares, sem a interferência da mídia tradicional, eles são essenciais para ajudar o cidadão a construir a sua própria visão sobre a realidade que envolve o trabalho legislativo,

otimizando a sua capacidade de avaliar a atuação do seu representante e da instituição Parlamento.

A consecução do presente trabalho é plenamente justificada, uma vez que nota-se escassez no mundo acadêmico em relação a pesquisas a respeito do tema apresentado. Poucas são as produções científicas que tiveram como objeto as questões que afetam os veículos de comunicação de massa mantidos pelas casas legislativas.

Neste, caso faz-se uma comparação com a cobertura feita por órgãos da mídia comercial. Ao fazê-la, de forma científica, amplia-se a visão objetiva da maneira como a cobertura jornalística destes veículos leva ou não em conta o material produzido pela mídia legislativa.

Trata-se de uma análise oportuna, tanto do ponto de vista científico quanto no sentido de desvendar aspectos importantes sobre os critérios jornalísticos utilizados pela mídia legislativa e pela mídia comercial, no trato dos fatos relacionados à atividade político-parlamentar, na esfera distrital (que, na organização política brasileira, está localizada na esfera estadual).

Portanto, pode-se afirmar que, dispendo de estudos como este, a sociedade tende a se torna capaz de entender melhor a importância estratégica da existência da mídia legislativa para a afirmação dos valores democráticos e para a formação de cidadãos cada vez mais participantes da vida política do país.

1.4 Problema

Tendo em vista o objeto apresentado, a pergunta que norteia este estudo é:

Qual o nível de aproveitamento pelos jornais locais do material produzido por uma agência de notícias, nos moldes da mantida pela Câmara Legislativa do Distrito Federal brasileiro?

1.5 Hipóteses

1.5.1 Hipótese principal

Parte-se da suposição de que a mídia comercial aproveita pouco o material produzido e disponibilizado pelas agências de notícias do Poder Legislativo, em todas as suas esferas.

1.5.2 Hipótese derivada

A cobertura oferecida pelos jornais comerciais não retrata com fidelidade o trabalho legislativo, optando por dar mais destaque para assuntos negativos, como escândalos e denúncias, muitas vezes deixando de informar à sociedade assuntos relevantes de interesse público.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo geral

Esta pesquisa procurou analisar a cobertura do trabalho da Câmara Legislativa do DF feita pelo Correio Braziliense e Jornal de Brasília, num período definido, comparando-a com a cobertura oficial realizada pela Agência CLDF e disponibilizada na *Internet*.

1.6.2 Objetivos específicos

- Examinar qual a imagem da Câmara Legislativa que os dois principais jornais locais passam para a sociedade brasiliense;
- Avaliar se a imprensa local retrata com fidelidade o trabalho desenvolvido pelos deputados distritais;
- Analisar, do ponto de vista teórico, questões como transparência do Poder Legislativo, a relação entre mídia e Parlamento e o processo de midiatização do Parlamento;

- Apresentar um breve histórico da Câmara Legislativa do Distrito Federal, a evolução da comunicação social no Legislativo local e como é desenvolvido atualmente o serviço da Agência de notícias da CLDF;
- Demonstrar, ainda, que o noticiário oferecido pelo portal da CLDF apresenta os critérios básicos que podem classificá-lo como “comunicação pública”, ou seja, aquela que atende aos interesses do público de maneira geral e não apenas aos interesses da instituição ou das forças políticas majoritárias da Casa.

1.7 Metodologia

- Revisão bibliográfica sobre conceitos aplicáveis ao tema;
- Pesquisa documental nos arquivos físicos sobre as matérias jornalísticas publicadas no Correio Braziliense e Jornal de Brasília, relacionadas à Câmara Legislativa do Distrito Federal;
- Levantamento no arquivo virtual do portal da Câmara Legislativa do Distrito Federal (www.cl.df.gov.br) sobre o noticiário produzido no mesmo período pela Agência CLDF, que acompanha e retrata todas as atividades do Legislativo local.
- Como amostragem foram escolhidos os dias do meio das semanas (terças, quartas e quintas-feiras), que concentram a maior parte da atividade legislativa, por causa da realização das sessões ordinárias no Plenário da CLDF. O período pesquisado compreende os meses de maio e junho de 2008, num universo de análise e comparação composto de 24 dias;
- Aplicação de questionários aos repórteres setoristas e editores, da mídia comercial analisada, que acompanham as atividades da Câmara Legislativa;
- Análise comparativa dos dados levantados.

2. DISCUSSÃO TEÓRICA

2.1 Direito à informação; 2.2 Transparência do Poder Legislativo; 2.3 Relação Mídia e Parlamento – agendamento, espetacularização; 2.4 Mídia e Parlamento – Mídia das Fontes e Jornalismo Legislativo.

Este capítulo apresenta uma breve revisão das teorias que embasaram o presente trabalho. Para analisar como a mídia comercial aproveita o material ofertado pelas agências de notícias legislativas, utilizou-se como base teórica os conceitos e definições sobre o direito à informação, transparência, relação da mídia com o Parlamento e mídiatização do Parlamento.

2.1 Direito à informação

Para entender melhor a função das agências de notícias legislativas e até mesmo o papel desempenhado pela mídia comercial é necessário contextualizar de que maneira a comunicação e a informação se tornaram direitos para o homem moderno. Fomos encontrar em outros estudos a base para o desenvolvimento deste trabalho.

Segundo os levantamentos da pesquisadora Valéria Almeida (2005), a consagração do direito à informação veio na esteira das discussões sobre os direitos do homem. Ela defende que,

Ainda que a comunicação sempre tenha estado atrelada à existência do homem, a consciência social sobre a relevância dessa relação e sua conceituação parece haver permanecido latente nas antigas culturas registradas pela História. Apenas depois do início dos debates sobre os direitos do homem, o tema do direito à informação, decorrente do exercício da comunicação, começou a ganhar forma e características próprias. (ALMEIDA, 2005, p. 349)

Para Norberto Bobbio (1992), os direitos do homem começaram a ser definidos a partir da segunda metade do século XVIII, na formação do Estado Moderno, com a modificação da relação entre o indivíduo e o Estado. A partir desta fase, o Estado passa a ter obrigações com o indivíduo. Uma mudança de paradigma que, para Bobbio, tem como resultado o indivíduo assumindo o papel principal nesta relação.

À luz da trajetória do Direito não é fácil enquadrar o direito à informação. A percepção de Almeida é no sentido de que o Direito sempre esteve presente quando se falou de Direitos Humanos, "pois a humanidade nunca abdicou do ato de comunicar-se". (ALMEIDA, 2005, p. 352)

Comunicação e informação são comumente utilizadas como sinônimos. Mas apesar das semelhanças nos significados de ambas as palavras, há diferenças importantes. Almeida cita Alberto Dines¹, segundo o qual comunicação vem do latim *communis*, tornar comum, compartilhar, o que determina a existência de mais de um ator no processo.

Dines define informação (*do latim in formatio*) como dar forma, organizar. Assim, simplificada, "a comunicação é o processo pelo qual o homem, como emissor, utilizando um meio, atinge um receptor, para expressar alguma idéia, a mensagem ou informação". (ALMEIDA, 2005, p. 352)

É notório que a comunicação é fundamental para realizar mudanças no tecido social e garantir a democracia e o desenvolvimento dos povos. Na Revolução Francesa, o direito de ser informado e de falar (comunicação) já estava presente como característica do novo Estado proposto. Esta tese é firmemente defendida por Norberto Bobbio, para quem "o cidadão deve saber, ou pelo menos, deve ser colocado em condição de saber". (2000, p. 392)

Já para Desantes Guanter, "a comunicação é um dos meios de que deve dispor o homem, a título de direito, para realizar sua essência humana" (apud ALMEIDA, 2005, p. 353). Para ele, a informação é premissa básica para que o homem participe da vida pública. "*La relación directa entre información y democracia es tan evidente como la razón inversa existente entre totalitarismo e información*". (GUANTER, 1974, p. 29)

Na mesma corrente navega Aluizio Ferreira, que considera a informação "a mais básica das necessidades humanas, constituindo-se um direito *fundamentalíssimo*, pressuposto de todos os demais". (FERREIRA, 1997, p. 80)

Já Sánchez Ferriz classifica o direito à informação como o pré-requisito para que o homem tenha consciência e opinião sobre todos os seus outros direitos (FERRIZ, 1974, p. 80 a 82).

¹ Extraído do texto "A comunicação do Senado e o direito à informação", trabalho final apresentado ao Curso de Especialização em Direito Legislativo realizado pela Universidade do Legislativo Brasileiro – UNILEGIS e Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – UFMS como requisito para obtenção do título de Especialista em Direito Legislativo.

Posto que o direito à informação seja prioritário, também parece evidente que é dever do Estado fornecer informações ao cidadão e dar publicidade de seus atos à sociedade. “Essa obrigação deve ser cumprida, a princípio pelo reconhecimento do direito, depois por sua afirmação no ordenamento jurídico e, finalmente, pela geração das condições e meios de garantia para sua efetivação”. (ALMEIDA, 2005, p. 354)

A Constituição Brasileira (CF 1988), conhecida como Constituição Cidadã, deu destaque à questão do direito à informação. Seus artigos garantem não só a livre manifestação do pensamento, a liberdade de expressão, como o direito do cidadão de ser informado. Isto está particularmente expresso no Título dos Direitos e Garantias Fundamentais, Capítulo I, artigo 5º, inciso XIV: “É assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”.

Valéria Almeida afirma que o exercício da comunicação institucional responde ao dever do Estado de cumprir o direito à informação. Para tanto, começa definindo o que é comunicação institucional, a partir de conceito defendido por Aluizio Ferreira. E é esta definição que vamos adotar também neste trabalho: “toda informação cuja fonte ou proveniência seja uma entidade ou órgão estatal, ou um ente privado que realize atividade que tenha caráter público”. Ainda para Ferreira, o amadurecimento da idéia de transparência e a exigência de um Estado comunicante e não apenas comunicador de seus atos é um desafio dos modernos Estados democráticos. (FERREIRA, 1997, p. 237)

Pode-se entender que os veículos de informação institucional têm ainda uma outra potencialidade que é a de contribuir para o pluralismo das fontes de informação, combatendo assim, de alguma forma, os monopólios e oligopólios privados de comunicação. Ao se colocar como alternativa para que o cidadão acesse informação, estes veículos institucionais cumprem mais do que o seu papel de dar publicidade aos atos dos agentes públicos. Asseguram também a possibilidade do cidadão acessar a mesma informação de fontes variadas e formar a sua própria opinião a respeito de determinada questão.

Pelo mesmo raciocínio, esta potencialidade está ainda mais presente quando analisamos os conteúdos disponibilizados na *Internet*. Mesmo com a evidente exclusão digital, não há como deixar de considerar o caráter democrático da rede mundial de computadores.

Pierre Lévy, quando cunhou a expressão “ciberespaço”, analisou de que forma o surgimento da *Internet* poderia interferir na participação dos indivíduos nos espaços de decisão. Para ele, o ciberespaço abre possibilidades reais de acesso das pessoas ao conhecimento e às arenas de decisão. “Ele vislumbra um cenário em que o eleitor não apenas terá condição de se expressar, mas também de acessar informações, em um quadro de transparência e universalidade das esferas públicas”, conforme resumiu bem Valéria Almeida. (ALMEIDA, 2005, p. 361)

Em sua dissertação de Mestrado, Francilaine Munhoz de Moraes, chama a atenção para o fato de que “na prática comunicativa, a *Internet* como mídia nasce dentro da lógica da segmentação, cujo público é formado por sujeitos ativos e heterogêneos”. (MORAES, 2004, p. 136)

Desta forma, pode-se concluir que os conteúdos disponibilizados na *Internet* pelas agências de notícias legislativas atendem às demandas de diversos segmentos da população e estão ao alcance de qualquer cidadão interessado neste tipo de informação.

2.2 Transparência do Poder Legislativo

A transparência dos atos do Estado está fortemente ligada ao conceito que analisamos anteriormente do direito à informação. Uma sociedade democrática pressupõe transparência. No caso específico do Poder Legislativo, esta transparência historicamente sempre esteve mais presente e se intensificou nos últimos anos a mudança na forma de produção de sua comunicação institucional.

Para compreender melhor esta modificação, podemos aplicar a análise feita por Francisco Sant’Anna sobre os canais de televisão legislativos também às agências de notícias legislativas, objeto deste estudo. Para Sant’Anna, “além de permitir uma maior transparência do Poder Legislativo, são mecanismos de interferência na agenda temática rotineiramente pautada de forma hegemônica pela mídia privada. Como dizem os acadêmicos, permitem interferir no *agenda setting* dos *newsmakers*”. (SANT’ANNA, 2003, p. 03)

Por outro lado, pode-se afirmar que o perfil do profissional tem interferência neste processo de mudança de maior valorização da transparência. O profissional jornalista que trabalha nos veículos de comunicação legislativos se diferencia de

seus colegas da mídia privada, especialmente na forma de seleção e no regime de trabalho. Esta diferenciação tende a proporcionar uma maior independência profissional. “Os jornalistas estáveis demonstram maior comprometimento com os objetivos centrais do veículo, voltados para favorecer a transparência da atividade legislativa e não para os projetos pessoais dos senadores” (Freitas, 2004, p. 26)

Em pesquisa realizada por Francisco Sant’Anna para traçar o perfil sócio-profissional dos profissionais que atuam como jornalistas na estrutura comunicacional do Senado Federal, os dados indicam que este segmento atribui maior importância ao papel social da imprensa e acredita em seu poder de influenciar a opinião pública. (SANT’ANNA, 2006, p. 108) Esta realidade parece ser a mesma em todas as casas legislativas.

Na opinião de Sant’Anna, “a imprensa tradicional, sob inspiração mercadológica, busca o *furo de notícia* e maiores audiências e, por isso, nem sempre adota limites socialmente aceitáveis”. Em contrapartida, segundo ele, os jornalistas legislativos, trabalham com fatos reais, evitando especulações e sem dar importância a fatos alheios ao Parlamento.

A pesquisa de Sant’Anna apresenta ainda outra importante revelação sobre a questão da *transparência dos feitos públicos*. Somente 10% dos setoristas que cobrem o Senado Federal declararam seguir este referencial. Por outro lado, entre os jornalistas legislativos, este preceito é quase um dogma e faz parte inclusive do estatuto da Associação dos Profissionais de Comunicação do Senado Federal (Comsefe), criada para defender os interesses do grupo, além de estar presente em vários outros documentos relacionados com a regulamentação da atuação dos veículos legislativos.

Em resumo, Sant’Anna conclui com seu trabalho que “a notícia perfeita para o jornalista do Senado é a que *interpreta* e *analisa* os feitos públicos com *imparcialidade* e que propicia *transparência*. Ele se vê, contudo, compelido a produzir uma informação de *rápida divulgação*, *precisa*, *imparcial* e *objetiva*”. (SANT’ANNA, 2006, p. 111, grifos do autor) Enquanto que o profissional da mídia comercial estaria pessoal e empresarialmente orientado a produzir uma informação que *analise* igualmente os feitos públicos e que seja *plural* e *precisa* (grifos do autor).

De acordo com Sant’Anna, a imprensa deposita grande credibilidade no trabalho desenvolvido pelas chamadas mídias das fontes, no caso deste trabalho, a

mídia produzida pelas casas legislativas. “...90% deles admitem a possibilidade de acompanhar e de se informar à distância sobre os fatos que irão cobrir por meio de transmissão da Rádio ou da TV Senado. É uma confiança superior à depositada nas emissoras comerciais (80%)”. (SANT’ANNA, 2006, p. 114)

Sant’Anna vai mais além em seu raciocínio e opina sobre como estas duas mídias podem se complementar. “O jornalismo das mídias do Senado contribui para a transparência, a *accountability*, sendo complementar ao modelo investigativo da imprensa tradicional”.

No entanto, algumas características da mídia convencional também estão presentes na produção das mídias das fontes. Uma delas é a questão da velocidade e agilidade para produção e veiculação da informação. A professora Zélia Leal Adghirni define como esta característica influencia todo o processo de produção da notícia: “a obsessão da velocidade na produção e distribuição de notícias alterou os critérios de noticiabilidade na produção jornalística contemporânea. O valor da notícia reside mais em sua instantaneidade do que em sua credibilidade” (ADGHIRNI, 2004)

Assim, é possível afirmar que o trabalho desenvolvido pelas mídias das fontes mantidas pelo Poder Legislativo pode ser considerado um instrumento da sociedade para acessar novas fontes de informação, dar transparência ao trabalho desenvolvido pelo Parlamento e ainda complementar os conteúdos veiculados pela mídia comercial.

2.3 Relação Mídia e Parlamento – agendamento, espetacularização

Estudos e pesquisas já buscaram analisar como se dá a relação entre mídia e parlamento. Aqui, enfatiza-se algumas das características desta relação, que dizem respeito a este trabalho.

O sociólogo Davys Sleman de Negreiros chama a atenção para a “centralidade da mídia e sua influência no cenário da política que passaram a caracterizar as novas democracias latino-americanas a partir da década de oitenta”. Para ele, a mídia não age mais apenas como mediadora entre os poderes e passa a atuar fortemente na própria esfera política:

Assim, parece estar havendo um consenso de que a antiga fórmula da centralidade política das comunicações foi substituída por uma proposta de centralização das comunicações na atividade política. Dessa forma, tanto no nível do intercâmbio político como no do simbólico, o funcionamento do sistema político nas democracias da sociedade moderna está sendo cada vez mais determinado pela mídia. (NEGREIROS, p. 13)

A disputa pelo espaço na esfera pública passa necessariamente pelos meios e os conteúdos das mensagens. Ocupa mais espaço quem tem mais capacidade de interferir neste processo, que o acadêmico português Nelson Traquina conceituou como agendamento. (TRAQUINA, 2000)

Luiz Carlos Santana de Freitas também destaca os estudos sobre as relações mídia-parlamento. Ele cita, por exemplo, o estudo do cientista político norte-americano Timothy Cook:

Para Cook, os repórteres precisam das notícias e os parlamentares podem fornecê-las. Por seu lado, os parlamentares precisam da cobertura para favorecer suas estratégias legislativas e eleitorais. O autor concluiu que fazer notícias tem-se tornado parte do trabalho de se fazer leis ou, como um assessor de imprensa comentou: "o trabalho da imprensa é uma extensão da política. (COOK, *apud* FREITAS, 2004, pg. 32)

Malena Rodrigues também pesquisou o assunto e concluiu que há grande reciprocidade entre mídia e política no Brasil. "...a imprensa agenda o Congresso, porque agenda a opinião pública, que agenda a imprensa, que agenda a opinião pública..."(RODRIGUES, *apud* FREITAS, 2004, p. 32)

Esta forma de relação está presente em todos os legislativos do país. "Parlamentares e jornalistas procuram influenciar-se mutuamente, no sentido de atingir seus objetivos: os primeiros de buscar visibilidade; e os últimos, de apurar informações". (FREITAS, 2004, p. 33)

Apesar desta reciprocidade, a imagem que a mídia difunde do Parlamento não é nada positiva. "Não importa o quanto as casas legislativas trabalham, a imagem na grande mídia é a de lentidão e de ausências no plenário, mesmo que isso não corresponda à realidade das atuações parlamentares em sua ampla maioria". (FREITAS, 2004, p. 33)

A conclusão a que chega Mauro Porto explica bem este comportamento da mídia comercial:

A antipolítica dos meios de comunicação tem uma face particular importante: a atitude antiinstitucional. Esta atitude se reflete diretamente na forma através da qual jornais, rádios e televisões cobrem o funcionamento das principais instituições políticas. Entre essas instituições, destaca-se o Poder Legislativo, alvo predileto do criticismo da imprensa. (PORTO, 1996, p. 55)

Ana Lúcia Novelli (1999) constatou que o Congresso Nacional atua de maneira passiva na arena política da esfera pública. Para ela, o Parlamento não consegue construir ativamente sua imagem pública.

Venício Lima (2000) diagnosticou características sobre os equívocos da mídia na cobertura do Congresso Nacional. Entre elas uma se destaca para o enfoque deste trabalho: a extensão da lógica de mercado, da luta pela audiência em detrimento da agenda pública e a valorização do drama, do conflito e do “sensacional”.

A super valorização da mídia nos dias de hoje acabou provocando mudanças no campo político, entre elas o que alguns especialistas estão chamando de “espetacularização da política”. Para Mário Sérgio Conti, “os próprios políticos, os marqueteiros e os jornalistas, tratam a política, cada vez mais, como espetáculo”. (CONTI, *apud* FREITAS, 2004, p. 36)

Esta avaliação encontra algumas resistências. Freitas argumenta que, “apesar do seu uso freqüente, o termo espetacularização tem sido criticado por estudiosos que se mostram preocupados, entre outros aspectos, com a possível simplificação do estudo das relações entre Comunicação e Política” (FREITAS, 2004, p. 36)

De acordo com estas interpretações, as duas formas de avaliação encontram respaldo, mas há que se reconhecer que, pelo menos em parte, a mídia comercial tem optado normalmente pelo “espetáculo”. Talvez o termo possa ser substituído por “sensacionalismo”, que também se aplica adequadamente a algumas coberturas da mídia comercial no campo da política.

Ultrapassada esta questão, é importante assinalar que os veículos legislativos fogem a esta lógica do espetáculo e do sensacional. “A *priori*, o valor da comunicação legislativa está mais no seu objetivo de criar e estimular espaços de contato direto entre o parlamento e o cidadão/eleitor e menos na oferta de um produto ou bem de consumo”. (FREITAS, 2004, p. 38) Assim, o autor distingue os objetivos de uma e de outra mídia.

Esta nova mídia também tem papel fundamental na publicidade das atividades legislativas, condição essencial para o pleno exercício da democracia. Conforme afirma Norberto Bobbio (2000), um dos eixos de um governo democrático é o pressuposto de que todos os atos e decisões dos governantes devem ser

conhecidos pelo povo soberano. “O caráter público do poder, é a regra, o segredo, a exceção” (BOBBIO, *apud* FREITAS, 2004, p. 40)

Para Freitas, com o fortalecimento dos veículos legislativos, o Parlamento está cada vez mais exposto ao controle do cidadão. “Apesar de não ter como participar diretamente das tomadas de decisões – como os gregos antigos – continua com o poder de escolher, periodicamente, através do voto, aquele que, conforme acredita, vai representar os seus interesses”. (FREITAS, 2004, p. 47)

No entanto, conforme assinalou Francisco Sant’Anna, “a existência de interesses obscuros no processo de formulação da agenda midiática e notória e já foi alvo de confirmação por Horkheimer e Adorno”. (SANT’ANNA, 2005, p. 8) Sant’Anna afirma que “estar inserido na agenda é uma tentativa de garantir um referencial ideológico dentro de uma sociedade”. (SANT’ANNA, 2005, p. 10) Na opinião dele, a função estratégica das mídias das fontes cresce ainda mais com as dificuldades verificadas pelas instituições de interferirem na mídia tradicional.

Esta discussão nos remete ao debate que vem sendo travado por vários setores da sociedade brasileira sobre o papel dos meios de comunicação social na construção da cidadania e a importância da democratização dos veículos de comunicação. Sant’Anna afirma que “informar e se informar livremente, falar e ser ouvido passaram a ser direitos necessários à construção da cidadania e da democracia no Brasil, nem que para isso fosse necessário construir sua própria mídia”. (SANT’ANNA, 2005, p. 12)

2.4 Midiatização do Parlamento – Mídia das Fontes e Jornalismo Legislativo

Analisadas algumas questões de fundo importantes, é necessário abordar porque o Legislativo construiu sua própria mídia e o que significa o nascimento do que já vem sendo chamado de Jornalismo Legislativo.

Valéria Almeida (2007) explica como o trabalho de jornalistas do quadro de servidores do Senado Federal, sem vínculos com a mídia privada, e oriundos de concursos públicos mudou a lógica do funcionamento do serviço de comunicação do Parlamento. A reprodução de sua análise é importante para a compreensão da mudança de rumos que isto provocou. A autora explica que,

Apoiado pela redemocratização do país, simbolizada pela Constituição de 1988, e também pelo início das ações de moralização do serviço público, com a realização de concursos públicos, esse repórter pôde se desprejar da figura individual do parlamentar, e começar a produzir um verdadeiro material jornalístico, e agora sobre a instituição Senado. Além dos ventos democráticos que impulsionaram a natural cobrança da sociedade por informação, teremos agora, outro componente, tanto ou mais relevante para o desenvolvimento dessa estrutura comunicacional: os novos aparatos tecnológicos. O advento de um novo meio de comunicação, a *Internet*, tido como expoente dentre os catalisadores da consolidação da sociedade da informação, destaca-se nesse contexto. (ALMEIDA, 2007, p. 221)

Para Almeida, é quase impossível imaginar os efeitos que uma mensagem veiculada pela *Internet*² pode causar na relação entre o Senado, a imprensa e a sociedade. “Pois a *Internet* agregou outros predicativos àqueles já praticados pelo rádio e pela TV como: facilidade de uso, simplicidade, instantaneidade, diversificação das fontes e autonomia para o usuário que passou a ter maior variedade de fontes para escolher”. (ALMEIDA, 2007, p. 222).

Os estudos sobre a midiatização do Parlamento revelam que quem ganhou com esta transformação foram os cidadãos que passaram a contar com novas fontes de informação, especialmente no meio *Internet*. Almeida conclui que,

A comunicação mediada por computadores está alterando a forma como o leitor recebe e percebe as notícias, no caso estudado, especificamente o material de cunho político. Alguns dos elementos para tal conclusão são os que demonstram a autonomia do leitor perante o novo meio. Pela *Internet*, com recursos como *chats*, fóruns, e-mails, comentários e a simples liberdade de escolha do *site* que se pretende visitar, o cidadão tem condições, senão de interferir, ao menos de pressionar, timidamente ou não, as decisões de seus parlamentares. (ALMEIDA, 2007, p. 224).

Como o foco principal deste trabalho é a utilização pela mídia comercial do material disponibilizado pelas agências de notícias legislativas na *Internet*, é importante compreender um pouco mais sobre alguns pontos positivos deste meio. Valéria Almeida considera que a utilização da *Internet* pela Agência Senado responde a algumas qualidades que a sociedade espera do Parlamento: transparência, moralidade e ação.

Segundo ela, “o noticiário elaborado por esse órgão de imprensa não visa à construção de uma imagem positiva dos parlamentares, mas sim a informar, de maneira objetiva e imparcial os fatos que ocorrem no Senado”. Almeida também destaca a capacidade do meio, “que consegue levar com instantaneidade e por uma multiplicidade de canais de comunicação a notícia de interesse do leitor – o

² Apesar da *Internet* ainda ser, no Brasil, pouco acessível à maior parcela da população (apenas 20% da população), trata-se de um suporte importante para a veiculação de notícias por atingir um público heterogêneo e de grande potencialidade de gerar opinião pública.

que pode ameaçar, ainda que timidamente – a hegemonia dos tradicionais conglomerados de comunicação.” (ALMEIDA, 2007, p. 224).

Uma das conseqüências da midiática do Parlamento, segundo Francisco Sant’Anna, é a perda do monopólio informativo pela imprensa. “...a sociedade se vê consumindo informações produzidas e veiculadas pelos próprios atores do fato, ou seja a fonte”. (SANT’ANNA, 2005, p. 2)

O autor conclui que o Poder Legislativo ao profissionalizar suas estruturas de comunicação tem como objetivo obter visibilidade pública, inserindo-se assim na agenda midiática. Esta é uma das características da mídia das fontes apontada por Sant’Anna. “Um veículo que permite trazer à sociedade em geral, mediante a difusão de informações, a perspectiva do segmento sócio político que o mantém e que permite igualmente interferir na moldagem da esfera pública”. (SANT’ANNA, 2005, p. 3) Para ele, esta nova mídia interfere no processo de construção da notícia e na formação do imaginário coletivo, especialmente entre os formadores da opinião pública.

Sabe-se que os críticos deste tipo de serviço de informação institucional argumentam que os conteúdos produzidos estão atrelados a propósitos políticos, econômico e outras naturezas. Mas, pode-se afirmar que, na prática, observa-se que não há muita diferença entre os conteúdos difundidos institucionalmente ou pela mídia convencional.

Os estudos de San’Anna também analisam o novo profissional que atua neste campo. Inicialmente, ele classifica este segmento de Jornalismo de Influência. Mas no caso específico do objeto deste estudo, podemos denominar mais especificamente este campo de Jornalismo Legislativo.

Vale a pena ressaltar que os estudos nesta área apontam para algumas semelhanças entre os valores e as técnicas utilizadas no Jornalismo Legislativo e na imprensa tradicional. No entanto, é importante frisar que estas mesmas semelhanças contribuíram para que este tipo de comunicação institucional fosse pautada pela transparência e pelo papel social, distante, portanto, de técnicas anteriores de divulgação da imagem institucional.

Não se pode deixar de mencionar também que o crescimento deste segmento também se deve à crescente diminuição das redações dos veículos tradicionais. Ao mesmo tempo, que as instituições passaram a abrigar jornalistas

para entrar com maior profissionalismo na luta por espaço na esfera pública, conforme conceito consagrado por Habermas (1987).

O surgimento das mídias das fontes inverteu papéis tradicionais e as fontes assumiram também papel de difusores. “Estes atores sociais atuam com critérios editoriais próprios para definir seus parâmetros de noticiabilidade e para selecionar os temas a serem divulgados (*framing*). Eventualmente, esses critérios divergem daqueles utilizados pela imprensa tradicional, propiciando assim uma diversidade maior de informações na esfera pública” (SANT`ANNA, 2005, p. 25)

A conclusão anterior de Francisco Sant`Anna é um ponto chave para exemplificar como o trabalho desenvolvido pelas mídias das fontes é fundamental para ampliar o acesso à informação dos cidadãos e para a transparência dos atores políticos.

Este fenômeno é ainda recente e estudos sobre suas características e conseqüências ainda são raros. No entanto, algumas correntes já tentam situar esta nova categoria de mídia num espaço entre o privado e o estatal: as mídias públicas. Mas há muitas controvérsias sobre este enquadramento, especialmente quanto ao controle efetuado por representantes da sociedade civil e à forma de financiamento (público ou privado).

É fato, no entanto, que o Jornalismo Legislativo tem características típicas de Jornalismo Público, como o pluralismo ideológico e o tratamento racional das notícias. Freitas conclui que

o Jornalismo Legislativo e o Jornalismo Público compartilham vários pontos, na prática e conceitualmente, que os colocam no mesmo campo, ou seja, o do interesse público. Ambos têm características peculiares e paradigmas diversos dos praticados pelo jornalismo de mercado; busca-se menos a idéia do espetáculo, do sensacionalismo, do que a compreensão dos conteúdos, para oferecer ao público uma gama diversa e plural de informações que possam ser usadas para a prática da cidadania. (FREITAS, 2008, p. 36)

O caráter diferenciado dos veículos legislativos pode ser exemplificado pela principal bandeira da Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL), que reúne as casas legislativas quem têm emissoras ou estão instalando seus veículos: a universalização do acesso do cidadão ao sinal dos canais de televisão e rádio legislativos.

Freitas também defende que o Jornalismo Legislativo é muito mais do que uma forma de comunicação institucional. Para ele, este tipo de atividade poderia ser enquadrado como uma nova especialização do Jornalismo, que tem como

público toda a sociedade. “...os veículos geridos pelas casas legislativas fazem, sim, comunicação de massa para um público heterogêneo e difuso.” (FREITAS, 2007, p. 32)

Ele aponta como fatores que contribuem para configuração desta especialização a qualificação específica dos profissionais que atuam nesta área e a criação de rotinas próprias, principalmente quanto à natureza dos temas abordados, necessariamente vinculados à atividade político-parlamentar. Segundo Freitas, os veículos legislativos colaboram para a construção da realidade social e oferecem ao cidadão, da forma mais ampla possível, os fatos que acontecem no Parlamento.

Portanto, é possível concluir que este campo de estudo é novo e ainda merece muitas outras pesquisas para que seja possível construir com maior clareza um olhar sobre os reflexos da midiatização do Parlamento e o surgimento do Jornalismo Legislativo. Este trabalho está longe de esgotar ou mesmo de aprofundar esta discussão, mas busca assinalar alguns pontos dos estudos já realizados sobre esta temática, no entendimento de que estes conhecimentos devem ser compartilhados.

3. COMO A CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL DIVULGA SUAS NOTÍCIAS

3.1 Histórico da CLDF; 3.2 Evolução da Comunicação Social na CLDF; 3.3 O trabalho da Seção de Divulgação.

Este capítulo apresenta o foco de estudo deste trabalho, a Câmara Legislativa do Distrito Federal e suas estratégias de divulgação de notícias. Serão apresentados nesta parte as peculiaridades do Poder Legislativo do Distrito Federal, sua história e como se desenvolveu a área de comunicação social desta instituição.

3.1 Histórico da CLDF

O Poder Legislativo Federal brasileiro transferiu-se da cidade do Rio de Janeiro para Brasília no dia da inauguração da cidade, 21 de abril de 1960, numa sessão solene do Congresso Nacional, presidida pelo vice-presidente da República João Goulart³, e que contou com a presença do presidente da República, Juscelino Kubitschek.

No mesmo ano, os senadores Paulo Lauro e Acioly filho apresentaram no Congresso Nacional proposta instituindo a representação política de Brasília. Mas a proposta não foi adiante. Segundo Aya Maria Iwamoto de Thuin, “na época, muitos congressistas acreditavam que Brasília⁴ jamais seria uma cidade e sim um acampamento”. (THUIN, 2000, p. 8)

A Emenda Constitucional nº 3, de 1961, estabelecia a criação de uma representação política para Brasília na Câmara dos Deputados e no Senado Federal e permitia ainda a criação de uma Câmara Municipal. Com o golpe militar de 1964, a lei não saiu do papel.

Em 1969, foi criado o cargo de governador biônico e instituída a Comissão do Distrito Federal no Senado. Conforme o levantamento coordenado por Thuin “essa Comissão, formada por senadores, funcionava como um Legislativo, mas apenas

³ Pela Constituição brasileira em vigor na época, o vice-presidente da República acumulava a função de Presidente do Congresso Nacional.

⁴ Neste trabalho, Brasília e Distrito Federal são usados como sinônimo, embora oficialmente Brasília seja apenas uma parte do Distrito Federal.

para homologar as decisões do Executivo. Eventualmente, apreciava algum projeto de lei". (THUIN, 2000, p. 8)

Nesse período, partidos políticos, associações populares e diversos movimentos organizados realizaram várias manifestações cobrando representação política e autonomia do Distrito Federal, com eleições em todos os níveis.

Mesmo com a pressão popular, muitos anos se passaram até que a população de Brasília começasse a conquistar sua autonomia política. Em meados dos anos 80, próximo do fim do regime militar, o então governador de Minas Gerais, Tancredo Neves, que depois viria a ser eleito o primeiro presidente civil após a ditadura, dizia que Brasília era uma "cidade cassada". Somente em 1986, os brasilienses elegeram pela primeira vez oito deputados federais e três senadores, compondo assim a primeira representação política da capital federal.

Com a Constituição de 1988, Brasília, finalmente, alcançou sua autonomia política. Em seu artigo 32, a Constituição estabeleceu que:

Art. 32. O Distrito Federal, vedada sua divisão em Municípios, reger-se-á por lei orgânica, votada em dois turnos com interstício mínimo de dez dias, e aprovada por dois terços da Câmara Legislativa, que a promulgará, atendidos os princípios estabelecidos nesta Constituição.

§ 1º Ao Distrito Federal são atribuídas as competências legislativas reservadas aos Estados e Municípios.

§ 2º A eleição do Governador e do Vice-Governador, observadas as regras do art. 77, e dos Deputados Distritais coincidirá com a dos Governadores e Deputados Estaduais, para mandato de igual duração.

§ 3º Aos Deputados Distritais e à Câmara Legislativa aplica-se o disposto no art. 27.

§ 4º Lei federal disporá sobre a utilização, pelo Governo do Distrito Federal, das polícias civil e militar e do corpo de bombeiros militar.

A população do Distrito Federal elegeu pela primeira vez seu governador e 24 deputados distritais em 1990. Em primeiro de janeiro de 1991, com a instalação da Câmara Legislativa do Distrito Federal, concretizou-se a autonomia política desta unidade da Federação. Para Thuin,

Dos três Poderes, por sua própria característica, o Legislativo é o que está mais próximo da sociedade por representá-la em seus vários segmentos. Nesse sentido, ele se mantém permanentemente aberto à influência dos grupos sociais, de entidades representativas e de lideranças comunitárias. É no Legislativo que as minorias se fazem ouvir e é também pelo seu intermédio que os cidadãos podem acompanhar as decisões que têm maior impacto sobre a população. (THUIN, 2000, p. 13)

Conforme se verifica, a Câmara Legislativa, além de ser a mais nova casa legislativa do País, é a única com duplo papel: tem as atribuições de estado (típicas de uma Assembléia Legislativa) e de município (como as Câmaras Municipais). Ela é

composta por 24 deputados distritais, número que corresponde ao triplo da representação do DF na Câmara dos Deputados (oito), eleitos a cada quatro anos.

Como nas demais casas legislativas, a atividade mais conhecida do deputado é sua atuação no Plenário, onde são discutidas e votadas as proposições legislativas. Mas o trabalho parlamentar também acontece nas comissões permanentes ou temporárias, nas audiências públicas e “no debate político com segmentos da sociedade interessados nos diversos temas em apreciação pelo Poder Legislativo”. (THUIN, 2000, p. 14)

A primeira Lei Orgânica do Distrito Federal foi promulgada em 8 de junho de 1993, depois de elaborada pela primeira legislatura de deputados distritais. A Lei Orgânica é um misto de lei municipal e constituição estadual e estabelece desde a organização dos poderes constituídos no Distrito Federal à política urbana, organização administrativa, atividades econômicas e diretrizes sociais. A partir da Lei Orgânica, o Distrito Federal, passou a funcionar politicamente como os demais municípios e estados brasileiros.

A Câmara Legislativa abriga representantes dos mais diversos partidos e ideologias, refletindo assim a composição da própria sociedade. Pode-se afirmar que quanto mais organizada, consciente e exigente for a sociedade, mais a composição e atuação do Legislativo serão capazes de corresponder a suas expectativas.

Norberto Bobbio (2000) utiliza as idéias de Carl Schmidt para explicar a relação entre os princípios de representação e o caráter público do poder. Para Schmidt, não existe nenhuma representação política que se desenvolva em segredo: “um parlamento tem um caráter representativo, apenas enquanto se acredita que sua atividade própria seja pública” (SCHIMIDT, *apud* BOBBIO, 2000, p. 87).

Neste sentido, é de fundamental importância uma análise de como vem sendo feita a cobertura jornalística da Câmara Legislativa pela imprensa comercial e como a Casa vem disponibilizando à sociedade informações sobre suas atividades, que são alguns dos objetivos deste trabalho. A comparação destes dois cenários possibilitará algumas conclusões sobre a relação entre o Legislativo local e a mídia comercial.

3.2 Evolução da Comunicação Social na CLDF

O artigo 19 da Lei Orgânica diz que os Poderes do Distrito Federal deverão obedecer aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, razoabilidade, motivação e interesse público. Para nossa análise, o princípio da publicidade é o que se destaca.

Todas as atribuições da Câmara Legislativa estão apontadas no Capítulo II do Título III, da Organização dos Poderes da Lei Orgânica. Nenhum destes artigos faz qualquer referência às atividades de divulgação dos trabalhos da Casa.

A Lei Orgânica tem um capítulo dedicado exclusivamente à Comunicação Social. O capítulo tem cinco artigos. O parágrafo único do artigo 258 diz que “todo cidadão tem direito à liberdade de opinião e de expressão, incluída a liberdade de procurar, receber e transmitir informações e idéias pelos meios disponíveis, observado o disposto na Constituição Federal”.

O artigo 259 é o que está mais diretamente ligado à natureza deste estudo. Diz o texto que “a atuação dos meios de comunicação estatais e daqueles direta ou indiretamente vinculados ao Poder Público caracterizar-se-á pela independência editorial dos poderes constituídos, assegurada a possibilidade de expressão e confronto de correntes de opinião”.

Em princípio, a linha apontada pela Lei Orgânica, especialmente no artigo 259, asseguraria aos meios de comunicação da Câmara Legislativa independência e pluralidade.

O Regimento Interno da Câmara Legislativa praticamente não trata dos veículos de comunicação da Casa. Somente um inciso do artigo 39, que trata das atribuições da Mesa Diretora, diz que cabe a este órgão interno a aprovação do “Plano de Comunicação Social da Câmara Legislativa”. O Regimento não define nenhuma orientação sobre as características que o Plano deva conter, não fixa prazo e não fornece nenhuma outra informação sobre a finalidade do documento.

O histórico do serviço de comunicação social da Câmara Legislativa começou em 1991 de forma improvisada. Para iniciar a divulgação das atividades do legislativo local, dois jornalistas de órgãos do Governo do Distrito Federal foram cedidos à Câmara Legislativa.

Diariamente eram produzidos *releases* sobre as atividades da casa. Segundo relatos de José Coury Neto, um dos jornalistas cedidos à casa e que

desde 1993 é jornalista concursado do quadro da Câmara, muitas vezes os próprios jornalistas levavam os *releases* para as redações dos órgãos de imprensa da cidade⁵.

Nesses primeiros momentos da Câmara, a pequena equipe chegou a editar um jornal tablóide que se chamava Folha Distrital, mas que teve poucas edições e logo foi extinto. Praticamente não há registros ou arquivos destes primeiros anos da comunicação social da Câmara Legislativa.

Em 1992, foi realizado um concurso público para selecionar servidores para a CLDF e os primeiros classificados começaram a tomar posse em 1993. A improvisação era a regra em toda a Câmara e também na Coordenadoria de Comunicação Social da Casa, setor responsável pelas atividades da área. No início, o trabalho era feito em máquinas de datilografia manuais, que alguns meses depois foram substituídas por máquinas elétricas.

Coury Neto conta também que, além da cobertura das atividades legislativas, os primeiros jornalistas concursados da Casa também tinham que atender à demanda dos gabinetes dos deputados distritais, numa mistura de comunicação institucional com comunicação pessoal do parlamentar. A falta de profissionais para atender a esta demanda e as próprias condições precárias de trabalho levaram os deputados a abandonar esta prática e a contratar seus próprios assessores de comunicação.

Em 1994, o quadro de jornalistas concursados foi complementado com a convocação de todos os aprovados, 16 no total, sendo que alguns foram designados para outros setores da Casa ou cedidos a outros órgãos. A partir dessa época estes profissionais começaram a reivindicar melhores condições de trabalho e a propor estratégias de comunicação social para a instituição.

A legislatura de 1995 a 1998 é amplamente reconhecida como o período mais produtivo da comunicação social da Casa. Foi neste período que a Câmara Legislativa colocou no ar pela primeira vez a sua TV Legislativa, em parceria com a Universidade de Brasília. Na legislatura seguinte, o convênio com a UnB não foi renovado e a TV saiu do ar, retornando anos depois por meio da terceirização de uma produtora.

⁵ Entrevista ao autor em 16 de outubro de 2008.

A produtora Canal 1 foi contratada em março de 2006, em caráter emergencial, para manter a TV no ar, enquanto se desenvolvia processo licitatório. A mesma empresa venceu a licitação e assinou contrato em outubro de 2006, em vigor atualmente.

Ainda nesse período, a Câmara chegou a contar com um programa de rádio na Rádio Cultura (emissora ligada ao Governo do Distrito Federal); um jornal mensal: o Jornal Distrital (em formato tablóide encartado todos os meses no Correio Braziliense e Jornal de Brasília); uma coluna semanal com notícias sobre a Casa, publicada nos jornais locais; um boletim informativo diário distribuído para a imprensa e formadores de opinião, e um boletim semanal denominado “Agora é Lei”, que divulgava as leis aprovadas pelos distritais.

No final dessa legislatura, em 1998, a Casa colocou no ar o seu primeiro portal na rede mundial de computadores. E já de início, as notícias produzidas pelo serviço de comunicação social ganharam destaque no novo veículo, apesar dos problemas verificados com a rede de informática e com os equipamentos disponíveis. Anos depois de sua instalação, as condições de trabalho ainda continuavam precárias e improvisadas, situação que verifica-se perdurar até os dias atuais.

O portal que está no ar atualmente é fruto de um projeto conjunto do serviço de comunicação social da Casa com a área de informática. O projeto original não foi totalmente implementado até o momento de elaboração deste trabalho, pois depende de um servidor exclusivo para a comunicação. Mesmo assim, tornou possível a publicação de notícias quase que em tempo real.

A Resolução nº 034, de 27 de outubro de 1991, norma interna da Câmara Legislativa, que estabeleceu a estrutura administrativa da casa inclui a Coordenadoria de Comunicação Social como órgão de assessoramento da Mesa Diretora, além de definir as competências das seções de Divulgação, Relações com a Imprensa e Relações Públicas⁶.

Recentemente, a Ouvidoria foi incorporada à Coordenadoria de Comunicação Social. Este setor, no entanto, não conta, atualmente, com jornalistas concursados.

A principal atividade dos jornalistas lotados na comunicação social da Câmara Legislativa está restrita ao serviço de cobertura jornalística do trabalho legislativo e

⁶ Ver no Anexo A.

disponibilização no portal da CLDF (www.cl.df.gov.br). O serviço é de responsabilidade da Seção de Divulgação da Coordenadoria de Comunicação Social e é executado por profissionais jornalistas concursados.

O serviço assemelha-se ao desenvolvido por uma agência de notícias gerida por uma casa legislativa, especialmente os verificados no Senado Federal e Câmara dos Deputados.

O Ato da Mesa Diretora nº 15, de 2007, que trata da informatização da Câmara e do Portal, traz algumas definições importantes para a compreensão do trabalho desenvolvido pela Agência de notícias da CLDF:

IV – **informação**: o conteúdo de cada espécie de gênero discursivo de natureza legislativa, administrativa ou de comunicação social, tratados e disponibilizados na intranet ou internet;

IX – **portal da CLDF**: a via de acesso às informações estruturadas, por meio de uma interface com a internet, correspondendo ao endereço www.cl.df.gov.br;

XVI – **site**: o conjunto de páginas *web* acessíveis na internet;

O Ato também determina que a comunicação social da CLDF deverá disponibilizar no portal as notícias sobre os trabalhos da Casa, agendas e matérias de interesse da sociedade em debate na CLDF. Este trabalho, segundo o Ato, deverá levar em consideração os princípios e regras que norteiam as atividades dos profissionais de comunicação social e o Plano de Comunicação Social da Câmara Legislativa, previsto no Regimento Interno.

3.3 O trabalho da Seção de Divulgação

O trabalho jornalístico da Seção de Divulgação é desenvolvido por profissionais que ocupam o cargo de consultor técnico legislativo/técnico de comunicação social/jornalista. Este é o nome dado aos jornalistas que atuam no legislativo local do Distrito Federal.

De acordo com documento da Diretoria de Recursos Humanos (DRH) da Câmara Legislativa do Distrito Federal, o profissional concursado para a função de Jornalista Legislativo tem as seguintes atribuições, entre outras:

Planejar, coordenar e executar ações relativas à área de jornalismo, coletando, divulgando e redigindo notícias, informações e mensagens de interesse da Câmara Legislativa; cobrir diariamente as sessões plenárias, as reuniões das Comissões, as sessões solenes e outros eventos de relevância para a Câmara Legislativa; elaborar matérias de interesse da Câmara Legislativa, para divulgação nos órgãos de imprensa;

captar e elaborar matérias no âmbito legislativo e administrativo, de interesse do público interno, para o informativo da Câmara Legislativa; redigir, editar e revisar o boletim diário da Câmara Legislativa e outras publicações; contatar os meios de comunicação locais e nacionais, sempre que necessário; acompanhar, diariamente, as notícias sobre a Câmara Legislativa veiculadas pela mídia, elaborando resposta quando necessária; redigir matérias especiais, artigos e pronunciamentos; editar revistas, jornais e outras publicações periódicas da Câmara Legislativa; fazer a pauta, realizar entrevistas, redigir e editar a Revista DF Letras e o Jornal Distrital; prestar assistência à Mesa Diretora, Comissões, Lideranças e Deputados, em matéria de sua área de atuação.⁷

Apesar da Coordenadoria de Comunicação Social estar dividida formalmente em três seções, na prática os jornalistas legislativos atuam todos como numa agência de notícias. O quadro de servidores possui 10 vagas para jornalistas concursados lotados na Comunicação Social.

Mas deste total, somente seis estão efetivamente atuando nesta função. Dos outros quatro jornalistas, um está cedido ao Governo Federal, outro se aposentou, um terceiro foi designado chefe da Seção de Relações Públicas e o último está licenciado.

Na Câmara Legislativa, o horário para os profissionais de comunicação é de cinco horas diárias. Assim, três profissionais trabalham no período matutino, das 9h às 14h, e os outros três no período vespertino, das 14h às 19h.

Os trabalhos legislativos realizados fora destes horários são acompanhados pelos profissionais, mediante combinação prévia, e recompensados geralmente com folgas. A Câmara Legislativa não paga serviço adicional ou hora extra aos seus servidores.

Conforme se verificou, a Agência CLDF não conta com reuniões de pauta ou de avaliação do trabalho realizado. Os profissionais chegam para trabalhar em seus horários, checam a agenda de atividades programada para aquele período e dividem as tarefas entre si, sem a participação ou acompanhamento das chefias imediatas. Chefias estas que são designadas pelos deputados distritais, conforme distribuição de cargos feita no início de cada legislatura.

As chefias são ocupadas por jornalistas de livre provimento, não concursados, e que também continuam respondendo pela assessoria de comunicação dos respectivos parlamentares que os indicaram. A única exceção, atualmente, é a chefia da Seção de Relações Públicas, que está sendo exercida por um concursado, por força de recente modificação na Lei Orgânica, que estabeleceu um percentual

⁷ Ver no Anexo B.

mínimo de ocupação dos cargos comissionados por integrantes da carreira legislativa.

Esta espécie de “dupla jornada” das chefias gera dois problemas. O primeiro deles é o conflito ético, pois os profissionais que, ao mesmo tempo deveriam atuar para que a Comunicação Social cumprisse seu papel institucional, devem obediência ao deputado distrital que o indicou para o cargo e estão diretamente vinculados à construção da imagem e divulgação do mesmo. O outro problema é a falta de disponibilidade para o trabalho institucional e o nível de comprometimento e envolvimento com o trabalho.

Por causa deste contexto, os jornalistas legislativos concursados trabalham quase que autonomamente e acordam entre si a divisão de tarefas e os enfoques usados na produção das notícias. Segundo Marco Túlio Alencar, um destes profissionais, o lado bom desta realidade é uma relativa autonomia e a possibilidade de executar um serviço voltado exclusivamente aos interesses da população do Distrito Federal⁸.

3.3.1 Inexistência de manual de redação

A Agência CLDF não possui nenhum manual de redação ou qualquer outro documento que oriente ou padronize a produção jornalística da Casa. O mesmo se verifica nos demais veículos da Câmara Legislativa: Extrapauta (jornal interno) e TV Legislativa.

De acordo com os arquivos da Coordenadoria de Comunicação Social, no período de 1995 a 1998, a redação da Câmara adotou um minimanual de redação com algumas definições básicas e dicas para realização da cobertura das atividades legislativas. A publicação foi feita pela própria equipe de jornalistas concursados da casa. A utilização do minimanual contava com o respaldo das chefias e da equipe. Após o final desta legislatura, no entanto, o documento caiu em desuso.

⁸ Entrevista ao autor em 23 de outubro de 2008.

3.3.2 Plano de Comunicação Social da Câmara Legislativa

Previsto na regulamentação que deveria nortear toda a estratégia de atuação da área, o Plano de Comunicação Social da CLDF foi reduzido nos últimos anos a um plano de mídia. Marco Túlio Alencar, um dos jornalistas legislativos concursados, entende que o plano deveria cumprir o papel de uma política de comunicação institucional do legislativo local, mas está longe desta finalidade⁹.

O Plano de Mídia de 2007 foi fixado pelo Ato da Mesa Diretora nº 30, de 11 de abril de 2007, e trata quase que exclusivamente da comunicação publicitária. O foco do documento é “aproximar a identidade pretendida e a imagem percebida” da Câmara. A peça fixa a previsão orçamentária para os serviços de publicidade em R\$ 8.643.000,00, para aquele ano.

Uma pequena parte do Plano aborda o trabalho desenvolvido pela Agência CLDF:

As matérias de comunicação social serão inseridas no *site* da Câmara Legislativa na forma estruturada no Projeto do Portal, elaborado de forma conjunta pela Coordenadoria de Comunicação Social e Coordenadoria de Modernização e Informática. Elas são dedicadas aos formadores de opinião – jornalistas principalmente – e com material de consumo imediato – textos, fotos e gravações em áudio e vídeo dos parlamentares –, ao passo que o *site* institucional deve conter material mais perene, como os perfis dos deputados e o histórico do legislativo local.¹⁰

O documento ressalta alguns problemas na execução do serviço, como a necessidade de contratação de um provedor externo; inexistência de mecanismo de busca para as matérias já feitas, dificuldades operacionais e falta de espaço no *site*, entre outras coisas.

A solução, segundo o Plano, seria a criação de um novo portal da Câmara Legislativa, integrando todos os serviços que a Casa pode prestar pela *Internet*, incluindo os três serviços distintos:

- O *site* institucional da CLDF, com a apresentação dos deputados, da Casa e íntegra de projetos de Lei (incluindo tramitação) – o melhor exemplo é o da Câmara Federal.
- O *site* da comunicação social, com textos, fotos e gravações para divulgação das ações diárias dos parlamentares.
- O *site* interno, com assuntos exclusivos dos servidores.

⁹ Entrevista ao autor em 23 de outubro de 2008.

¹⁰ Ver Anexo C.

Até o término deste trabalho, estas soluções ainda não tinham sido implementadas.

Já o Plano referente a 2008, até o dia 15 de outubro não havia sido oficialmente fixado, mas uma proposta em análise pela Mesa Diretora da Casa segue a linha do Plano anterior de priorizar a publicidade. Pela proposta, a previsão orçamentária para os serviços de publicidade e propaganda no ano de 2008 seria de R\$ 20,5 milhões de reais. O documento mantém a apresentação dos problemas e soluções referentes ao portal da casa.

A situação atual do trabalho desenvolvido pela Coordenadoria de Comunicação Social consiste no serviço de Agência de Notícias, com a disponibilização de matérias no portal e envio diário de boletim eletrônico; na produção e distribuição bimestral do Extrapauta (jornal interno); e na produção da coluna informativa (espaço publicitário redigido por um jornalista comissionado da casa e veiculado na imprensa comercial).

4. APRESENTAÇÃO DOS DADOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 O que foi ofertado pela CLDF e o que foi publicado na mídia comercial local; 4.2 Comparação dos dados analisados.

Este capítulo apresenta os dados sobre as informações pesquisadas no período da amostra junto ao portal da Câmara Legislativa do Distrito Federal e nos arquivos do Correio Braziliense e Jornal de Brasília. Os dados são comparados e analisados de acordo com o objeto desta pesquisa. Esta seção também é complementada com as respostas de questionários aplicados aos repórteres setoristas e editores dos dois jornais diários analisados neste trabalho.

4.1 O que foi ofertado pela CLDF e o que foi publicado na mídia comercial local

Para analisar como os veículos da chamada mídia comercial utilizam o material oferecido pelos serviços das agências de notícias das Casas Legislativas, este estudo tomou como base o caso da Câmara Legislativa do Distrito Federal (CLDF). Esta pesquisa analisa como os periódicos Correio Braziliense e Jornal de Brasília, os dois principais jornais impressos do Distrito Federal, retratam em suas páginas os acontecimentos da CLDF, a partir da comparação com o trabalho ofertado pela seção de divulgação da Coordenadoria de Comunicação da Câmara Legislativa do Distrito Federal, que funciona como um serviço de agência de notícias do Legislativo local, cobrindo todas as atividades deste Parlamento. O conteúdo produzido pela Seção de Divulgação é disponibilizado integralmente no portal na da CLDF (www.cl.df.gov.br).

Para tanto, foi definida como amostragem os dias do meio da semana (terças, quartas e quintas-feiras), que concentram a maior parte da atividade legislativa, por causa da realização das sessões ordinárias no Plenário da CLDF. O período pesquisado compreende estes dias nos meses de maio e junho de 2008. Portanto, o universo de análise e comparação é composto de 24 dias, conforme tabela abaixo:

Tabela nº 1 – Dias escolhidos para amostragem

Maio/2008	Junho/2008
Dias 6, 7, 8	Dias 3, 4, 5
Dias 13, 14, 15	Dias 10, 11, 12
Dias 20, 21, 22	Dias 17, 18, 19
Dias 27, 28, 29	Dias 24, 25, 26

O primeiro passo foi a coleta de informações junto ao portal da CLDF, referente ao material disponibilizado nos dias da amostra. Em seguida, as informações foram analisadas de acordo com critérios como quantidade de matérias jornalísticas, temas abordados, assuntos mais abordados e assuntos menos abordados, entre outros. O mesmo procedimento foi adotado nos conteúdos do Correio Braziliense e Jornal de Brasília.

As reportagens publicadas pelos dois veículos nos dias analisados foram obtidas nos respectivos arquivos de cada jornal e compõem um clipping disponível nos anexos deste trabalho (Anexos E e F). A relação das matérias produzidas pela Agência da CLDF está disponível no Anexo D, sendo que as íntegras das mesmas podem ser acessadas no portal da Câmara Legislativa (www.cl.df.gov.br).

4.1.1 Notícias disponibilizadas pela Agência CLDF

Neste trabalho, a Seção de Divulgação da Coordenadoria de Comunicação Social da CLDF será denominada de Agência CLDF. No período analisado, a Agência CLDF produziu e disponibilizou em seu portal **207 notícias** sobre os mais diversos assuntos, atividades e acontecimentos do Legislativo local.

Este conteúdo foi analisado e classificado em oito diferentes temas, a saber: votações em Plenário, pronunciamentos em Plenário, Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) dos Cemitérios (criada para investigar irregularidades na administração terceirizada dos cemitérios do Distrito Federal), CPI da Gautama (criada para investigar o envolvimento de integrantes do Governo do Distrito Federal em desvios de recursos e recebimento de propina em obras da construtora Gautama), trabalho das comissões permanentes, projeto de regularização dos “puxadinhos” (ocupação de área pública pelo comércio), Plano Diretor de Ordenamento Territorial – PDOT (principal legislação distrital sobre uso e ocupação

do solo rural e urbano) e outros (inclui audiências públicas, sessões solenes, manifestações nas galerias do Plenário, seminários, debates e diversos).

A tabela a seguir distribui as 207 notícias ofertadas pela agência CLDF nestes oito temas:

Tabela nº 2 - Notícias disponibilizadas pela Agência CLDF, em maio e junho de 2008:

TEMAS	QUANTIDADE DE MATÉRIAS
1 - Votações em Plenário	75
2 – Pronunciamentos	35
3 - CPI dos Cemitérios	33
4 - Trabalhos das Comissões	17
5 – PDOT	12
6 - CPI da Gautama	06
7 - “Puxadinhos”	02
8 – Outros	27
TOTAL GERAL:	207

Fonte: Arquivos eletrônicos da Agência CLDF.

4.1.2 Análise dos dados levantados relativos à Agência CLDF

O dia 22 de maio foi feriado de *Corpus Christi* e neste dia não houve atividade na CLDF e tampouco produção da Agência. Considerando este fato, a **média diária** de produção de notícias no período analisado ($207 \div 23$) foi de **9 reportagens**.

As votações em Plenário foram objeto do maior número de matérias, 75, o que representa 36,23% de todo o conteúdo produzido pela Agência CLDF no período. E isto pode ser explicado em parte pelo período definido como amostra para este trabalho. Maio e junho são meses que encerram o primeiro semestre legislativo e, tradicionalmente, apresentam um maior volume de apreciação de projetos. Estas notícias abordam a aprovação de projetos pelos deputados distritais. Os dois últimos dias pesquisados, 25 e 26 de junho, apresentaram as maiores

concentrações de notícias de todo o período analisado, 15 e 19 notícias, respectivamente.

Depois das votações, o outro tema que mais resultou em matérias na Agência CLDF foi o pronunciamento dos deputados distritais, com 35 registros. As sessões ordinárias da Câmara Legislativa são iniciadas às 15h, de terça a quinta-feira, com os horários de lideranças, seguido dos comunicados de parlamentares. Estes espaços costumam ser ocupados pelos deputados distritais, especialmente nos dias em que não há na Ordem do Dia (pauta de votações) projetos de grande repercussão. Nos dias em que a Ordem do Dia conta com propostas que mobilizam a sociedade ou com um volume maior de projetos, o espaço tende a ser cancelado ou pouco utilizado pelos distritais, que preferem fazer uso da palavra diretamente na discussão das propostas.

A CPI dos Cemitérios foi o outro assunto que registrou um número considerável de notícias, com 33 registros. Os trabalhos da CPI, inclusive com diligências externas e vários depoimentos, foram acompanhados de perto pelos jornalistas legislativos da Agência CLDF.

O Plano Diretor de Ordenamento Territorial – PDOT mereceu 12 matérias no período analisado, menos da metade da quantidade de notícias sobre a CPI dos Cemitérios. O assunto é objeto de análise de três comissões permanentes da Câmara – Comissões do Meio Ambiente, de Assuntos Fundiários e de Constituição de Justiça – e também foi debatido em várias audiências públicas nas cidades do Distrito Federal.

O trabalho das comissões permanentes da CLDF gerou 17 matérias jornalísticas, um número que pode ser considerado baixo uma vez que, regimentalmente elas se reúnem semanalmente e existem atualmente nove instaladas na Casa. O fato pode ser explicado pelo “esforço concentrado” que se realiza nos finais de semestre para votação de projetos em Plenário, o que dificulta a realização de reuniões das comissões permanentes.

Em um único dia, 26 de junho, foram registradas 19 matérias. Este foi o último dia de funcionamento da Câmara Legislativa no primeiro semestre, antes do recesso parlamentar. Já no dia 8 de maio, apenas uma notícia foi produzida pela agência CLDF.

4.1.3 Notícias publicadas no jornal Correio Braziliense sobre a CLDF

O Correio Braziliense¹¹ entrou em circulação, em Brasília, em 21 de abril de 1960, no dia da inauguração da cidade, e integra a rede dos Diários Associados, criada por Assis Chateaubriand¹². É o jornal comercial mais vendido e lido na capital federal, com média aproximada de 100 mil exemplares, segundo dados do próprio veículo. Dados de um levantamento feito pelo jornal em 2000 revelaram que cerca de 640 mil pessoas lêem o Correio Braziliense diariamente.

O jornal Correio Braziliense publicou **69 reportagens** sobre assuntos relacionados com a Câmara Legislativa nos 24 dias analisados neste trabalho. Assim, a **média diária** de veiculação de notícias sobre a CLDF no Correio Braziliense, no período analisado, foi de **2,8 registros**. As reportagens do Correio Braziliense também foram classificadas nos mesmos oito temas anteriormente utilizados na análise das notícias da agência CLDF, conforme se observa na tabela a seguir:

Tabela nº 3 – Notícias publicadas pelo jornal Correio Braziliense sobre a CLDF, em maio e junho de 2008:

TEMAS	QUANTIDADE DE MATÉRIAS
1 - Votações em Plenário	08
2 – Pronunciamentos	00
3 - CPI dos Cemitérios	41
4 - Trabalhos das Comissões	00
5 – PDOT	02

¹¹ O nome é uma alusão ao mensário publicado por Hippolyto José da Costa Pereira Furtado de Mendonça em Londres, considerado o primeiro jornal brasileiro, que circulou de 1 de junho de 1808 a 1 de dezembro de 1822, contando 175 números, agrupados em 29 volumes, editados durante 14 anos e 7 meses, ininterruptamente, com marcante pontualidade, conforme extraído de http://pt.wikipedia.org/wiki/Correio_Braziliense.

¹² O paraibano Assis Chateaubriand, jornalista e empresário, criou e dirigiu a maior cadeia de imprensa do país entre a década de 50 e 70 no Brasil, os Diários Associados: 34 jornais, 36 emissoras de rádio, 18 estações de televisão, uma agência de notícias, uma revista semanal (O Cruzeiro), uma mensal (*A Cigarra*), várias revistas infantis e uma editora, conforme extraído de http://pt.wikipedia.org/wiki/Assis_Chateaubriand.

6 - CPI da Gautama	04
7 - "Puxadinhos"	06
8 – Outros	08
TOTAL GERAL:	69

Fonte: Arquivos físicos do Correio Braziliense.

4.1.4 Análise dos dados levantados sobre a cobertura do jornal Correio Braziliense

Na análise do Correio Braziliense, o tema "outros" difere do estabelecido para a Agência CLDF e inclui notícias sobre lei contra o nepotismo, recomendações do Ministério Público, reuniões e articulações políticas e relação entre executivo e Câmara Legislativa.

Para efeito da contagem acima, as matérias com mais de uma retranca (box) foram contadas separadamente.

O tema mais abordado pelo Correio Braziliense no período analisado foi a atuação da CPI dos Cemitérios, com 41 notícias. As reportagens sobre o assunto mereceram um selo do jornal, "Mercado da Morte", presente em todas as edições. O total de notícias sobre este tema representa 59,42% de todo o conteúdo sobre Câmara Legislativa publicado pelo Correio Braziliense nos 24 dias analisados.

Descontadas as 41 notícias sobre a CPI dos Cemitérios, o Correio publicou outras 28 matérias sobre a CLDF, distribuídas no restante dos sete temas analisados neste trabalho.

Os temas "votações em Plenário" e "outros" mereceram oito notícias cada um. Observe-se que as matérias sobre votações muitas vezes abordaram a apreciação de várias proposições.

O projeto de regularização dos chamados "puxadinhos" gerou seis reportagens do Correio Braziliense. A maior parte destas matérias repercutiu com comerciantes, Ministério Público, Instituto do Patrimônio Histórico e Cultural Nacional - IPHAN e Governo do Distrito Federal a aprovação do projeto pela Câmara Legislativa.

A CPI da Gautama gerou quatro reportagens no período. E a apreciação do PDOT foi objeto de duas notícias no Correio Braziliense.

Em todo o período analisado, o jornal dos Diários Associados não veiculou nenhuma notícia sobre o trabalho das comissões permanentes da Câmara Legislativas e nem sobre os pronunciamentos dos deputados distritais.

4.1.5 Notícias publicadas no Jornal de Brasília sobre a CLDF

Inaugurado em 10 de dezembro de 1972, o Jornal de Brasília pertencia ao empresário goiano Jaime Câmara, que tinha seus principais negócios de comunicação em Goiânia. De acordo com o seu departamento comercial, sua tiragem diária é de aproximadamente 15 mil exemplares, com cerca de 50 mil leitores. O veículo atualmente está nas mãos de empresários do Distrito Federal, novatos no ramo.

Dos veículos analisados, o Jornal de Brasília foi o que registrou o menor número de notícias sobre a Câmara Legislativa: **39**. Considerando os 24 dias da amostra, o jornal registrou uma **média diária de 1,6 notícias** sobre o Legislativo local. Mesmo levando em consideração no cálculo a coluna diária “Do Alto da Torre”, que apresenta muitas notas sobre a Câmara Legislativa, e que será analisada a seguir, portanto somando mais 24 registros, o total de notícias seria 63.

As notícias veiculadas pelo Jornal de Brasília também foram distribuídas nos oito temas já utilizados. Neste caso, o tema “outros” inclui matérias sobre assuntos como recomendações do Ministério Público, articulação política e uma mobilização para criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) sobre violência no Distrito Federal. Veja na tabela a seguir a distribuição das notícias por tema:

Tabela nº 4 – Notícias publicadas pelo Jornal de Brasília sobre a CLDF, em maio e junho de 2008:

TEMAS	QUANTIDADE DE MATÉRIAS
1 - Votações em Plenário	04
2 – Pronunciamentos	00
3 - CPI dos Cemitérios	10
4 - Trabalhos das Comissões	01
5 – PDOT	13

6 - CPI da Gautama	04
7 - “Puxadinhos”	04
8 – Outros	03
TOTAL GERAL:	39

Fonte: Arquivos físicos do Jornal de Brasília

4.1.6 Análise dos dados levantados sobre a cobertura do Jornal de Brasília

No Jornal de Brasília, o tema que mais ocupou suas páginas foi o “Plano Diretor de Ordenamento Territorial – PDOT”, que mereceu 13 notícias. Esta quantidade representa um terço, 33,33%, de todas as matérias sobre a Câmara Legislativa no veículo, no período analisado. A cobertura deste tema ganhou um caráter especial no Jornal de Brasília, que utilizou um selo denominado “De olho no PDOT”.

O segundo tema com maior número de registros foi a “CPI dos Cemitérios”, com 10 reportagens.

As “votações em Plenário”, o projeto dos “puxadinhos” e a “CPI da Gautama” aparecem em seguida com quatro inserções cada.

O tema “outros” somou três registros e o “trabalho das Comissões” mereceu uma notícia no Jornal de Brasília. Não houve, no período, nenhuma notícia sobre “pronunciamento” de parlamentares.

4.1.6.1 Análise da Coluna “Do Alto da Torre”

Este estudo considerou ainda a coluna sobre política local veiculada diariamente no Jornal de Brasília, denominada “Do Alto da Torre”, assinada pela jornalista Paola Lima, que já atuou como repórter setorista cobrindo as atividades da Câmara Legislativa.

A coluna ocupa meia página, tamanho *standard*, e apresenta notas de conteúdo político, especialmente assuntos relacionados com a Câmara Legislativa do DF, Governo do Distrito Federal e representantes do DF no Congresso Nacional (Câmara dos Deputados e Senado Federal).

A coluna veicula uma média diária de 10 notas, sendo que normalmente metade delas está associada à CLDF. Este espaço acaba suprimindo a inexistência de um maior número de matérias sobre o Legislativo local no restante do jornal.

Na amostra de 24 edições da coluna, em anexo, a coluna aborda alguns dos temas utilizados para analisar e comparar as coberturas dos veículos comerciais, entre eles “CPI dos Cemitérios”, “CPI da Gautama”, “PDOT” e “pronunciamentos de parlamentares”. A coluna também traz uma agenda das atividades previstas para acontecer ao longo do dia na Câmara Legislativa.

4.2 – Comparação dos dados analisados

A discrepância entre os números dos dados analisados pode ser explicada em parte pela diferença de finalidades e objetivos dos veículos analisados. O fato de a agência CLDF ter apresentado três vezes mais notícias (207) do que o jornal de maior prestígio da capital federal (69), o Correio Braziliense, está diretamente ligado ao princípio constitucional da publicidade - que visa dar transparência aos atos do Estado -, ao direito à informação e ao papel dos veículos de informação institucional, conforme analisamos no Capítulo 2 deste estudo.

Neste contexto, a Agência CLDF se coloca como uma alternativa para que o cidadão tenha acesso, diretamente, a informações sobre os trabalhos do Legislativo local e também como fonte de consulta para os veículos comerciais. Como cada veículo comercial possui uma linha editorial própria, o material disponibilizado pela Agência CLDF abre a possibilidade para que o cidadão acesse a informação sobre um mesmo assunto em fontes variadas e, a partir daí, forme a sua própria opinião a respeito de determinada questão.

Os dados analisados também evidenciam uma espécie de relação “bola de neve” entre a mídia comercial e a Câmara Legislativa. Quanto mais um assunto ocupa espaço nos veículos de comunicação comerciais, mais ele ganha fôlego no trabalho dos deputados distritais. E o mesmo se pode dizer dos temas que não ocupam espaço nos jornais locais, que tendem a sair também da agenda legislativa.

É o caso, por exemplo, dos trabalhos das comissões permanentes, que não interessam à mídia comercial, conforme os dados pesquisados, e que, por conta disso, passam a não interessar, também, aos deputados distritais, dificultando a realização das reuniões ordinárias das mesmas. A falta de reuniões das comissões

acaba gerando desinteresse por este espaço político na mídia convencional, completando assim um círculo vicioso e um efeito “bola de neve”.

A análise de um projeto em uma comissão permanente deveria ser o ponto alto do processo legislativo, mas esta etapa acaba sendo esvaziada por causa desta relação estabelecida com a mídia. E este tipo de relação está presente em todas as esferas do Legislativo, como observou Malena Rodrigues. Segundo ela, “...a imprensa agenda o Congresso, porque agenda a opinião pública, que agenda a imprensa, que agenda a opinião pública...”(RODRIGUES, *apud* FREITAS, 2004, p. 32).

A tabela a seguir compara os resultados dos dados analisados de cada um dos veículos e ajudará em uma reflexão.

Tabela nº 5 – Quadro-resumo comparativo I

TEMAS	AGÊNCIA CLDF	CORREIO BRAZILIENSE	JORNAL DE BRASÍLIA
1 - Votações em Plenário	75	08	04
2 - Pronunciamentos	35	00	00
3 - CPI dos Cemitérios	33	41	10
4 - Trabalhos das Comissões	17	00	01
5 - PDOT	12	02	13
6 - CPI da Gautama	06	04	04
7 - “Puxadinhos”	02	06	04
8 - Outros	27	08	03
TOTAL GERAL:	207	69	39

A primeira constatação é a de que cada um dos veículos analisados apresentou um comportamento muito diferente do outro. O total geral de matérias de cada um dos veículos é representativo sobre a importância que a cobertura da CLDF tem para os jornais locais.

Há grande diferença também na forma de apresentação das notícias. No caso do material produzido pela Agência CLDF, os textos são mais objetivos e concisos, o que pode ser explicado, em parte, pela natureza do veículo em que os mesmos são difundidos, no caso o portal da Câmara Legislativa, e também pela natureza institucional da atividade jornalística, ou seja: estatal, já que tem lugar num órgão pertencente a um dos poderes do Estado; mas voltada ao interesse público, de caráter impessoal e apartidário.

Já os jornais comerciais dão mais destaque aos temas ou assuntos considerados mais sensacionais e os textos são redigidos com adjetivos e juízos de valor e ainda destacando as disputas políticas. A CPI dos Cemitérios, por exemplo, foi batizada no Correio Braziliense de “CPI dos Ossos”, além disso, as matérias sobre este tema receberam o selo de “Mercado da Morte”.

Enquanto as matérias sobre a “CPI dos Ossos” representaram quase 60% do noticiário do Correio Braziliense, a entrada em vigor de uma lei aprovada na Câmara Legislativa proibindo o nepotismo, a primeira legislação neste sentido em todo o País, mereceu um pequeno registro de dez linhas na edição de 6 de maio de 2008.

Em relação ao enfoque das matérias publicadas no Correio Braziliense, a análise apontou que os textos valorizam os embates entre as correntes políticas, as divergências, as crises e as denúncias.

Das oito matérias publicadas no Correio sobre votações de projetos, por exemplo, apenas uma foi manchete de página e ganhou destaque na primeira página da edição de 26 de junho de 2008: a aprovação de um projeto de lei que assegurava aos parceiros do mesmo sexo o direito à pensão, em caso de morte de um deles. As demais matérias sobre votações não receberam destaque. No mesmo período, a Agência de notícias da CLDF produziu 75 notícias sobre a aprovação de propostas.

Das 69 matérias publicadas pelo Correio Braziliense, seis ganharam chamadas na primeira página do jornal. Foram quatro chamadas para reportagens sobre a CPI dos Cemitérios (edições de 22/5, 27/5, 28/5 e 4/6) e duas para o projeto da pensão para parceiros do mesmo sexo (edições de 25/6 e 26/6).

Os dados do Jornal de Brasília revelam que a cobertura da Câmara Legislativa não é uma das prioridades da linha editorial da publicação. O assunto que mais foi abordado, o PDOT, é oriundo de um projeto de lei encaminhado pelo

Governo do Distrito Federal, que tem grande interesse na aprovação rápida da matéria.

A pequena quantidade de matérias sobre a Câmara Legislativa veiculada pelo Jornal de Brasília merece uma análise posterior e mais aprofundada, especialmente uma comparação com o volume de reportagens sobre o Executivo local.

O jornal também apelidou a CPI dos Cemitérios de “CPI dos Ossos”. Este tema foi registrado em 10 notícias, contra 33 produções da Agência CLDF e 41 do Correio Braziliense.

Somente quatro reportagens do Jornal de Brasília abordaram a votação de projetos pelos deputados distritais. O enfoque utilizado na redação destes textos destacava a aprovação de muitas propostas: “votaram tudo a toque de caixa”.

A cobertura da Câmara Legislativa gerou sete chamadas na primeira página do Jornal de Brasília no período estudado. As matérias sobre o PDOT ganharam cinco chamadas (edições de 3/6, 4/6, 5/6, 10/6 e 17/6). O pedido de criação de uma CPI sobre a violência no DF ganhou atenção na primeira página da edição de 11 de junho. E a CPI da Gautama foi mencionada na edição de 25 de junho. O segundo tema com maior número de matérias neste jornal, a CPI dos Cemitérios, com 10 registros, não teve nenhuma chamada na primeira página.

Vejamos a seguir um comparativo entre as médias diárias de publicação de notícias em cada veículo.

Tabela nº 6 – Quadro-resumo comparativo II

VEÍCULO	MÉDIA DIÁRIA DE MATÉRIAS
Agência CLDF	9
Correio Braziliense	2,8
Jornal de Brasília	1,6

A tabela abaixo aponta, pela ordem, os três temas que receberam maior destaque em cada veículo.

Tabela nº 7 – Quadro-resumo comparativo III

	Agência CLDF	Correio Braziliense	Jornal de Brasília
Destaque 1	Votações (75)	CPI dos Cemitérios (41)	PDOT (13)
Destaque 2	Pronunciamentos (35)	Votações (8) e Outros (8)	CPI dos Cemitérios (10)
Destaque 3	CPI dos Cemitérios (33)	Puxadinhos (6)	Votações (4), CPI da Gautama (4) e Puxadinhos (4)

A fim de complementar a análise dos dados apurados, um questionário¹³ foi elaborado e encaminhado para cinco jornalistas que trabalham no Correio Braziliense e no Jornal de Brasília. Estes profissionais atuam em editorias diretamente envolvidas com o noticiário da Câmara Legislativa. Três questionários foram preenchidos e devolvidos.

Os questionários que integram esta análise foram respondidos pela setorista do Jornal de Brasília na CLDF, Ana Paula Siqueira, pela colunista política também do Jornal de Brasília, Paola Lima, e pelo editor do portal do Correio Braziliense, Paulo Barros.

A jornalista Ana Paula Siqueira informou que costuma acompanhar o conteúdo noticioso do portal da Câmara Legislativa mais de três vezes por semana. Na opinião dela, “as notícias veiculadas no portal diariamente não retratam fielmente as atividades da Câmara Legislativa”. Ela ressalta, no entanto, que as notícias disponibilizadas pela Comunicação Social da Câmara Legislativa auxiliam em seu trabalho.

Ana Paula Siqueira disse que as notícias do portal, às vezes, são aproveitadas como pauta para outras matérias: “além disso, são um termômetro para saber as atividades que estão em curso na CLDF”.

A setorista considera que o material jornalístico disponibilizado pela Câmara Legislativa não é isento. Para ela, a isenção é prejudicada porque “não deixa de ser jornalismo institucional, o que implica muitas vezes em amenizar o que de fato

¹³ Ver íntegra no Anexo G.

ocorre. Entretanto, é uma característica presente em todos os meios de comunicação institucional”.

Ana Paula Siqueira também reconhece que a cobertura realizada pela imprensa comercial não é adequada. Para ela, “há muitos assuntos a serem abordados e que têm impacto direto na vida da população. Entretanto, na maioria das vezes, apenas os assuntos mais polêmicos permanecem na pauta da imprensa comercial”.

A repórter do Jornal de Brasília considera que as diferenças na cobertura jornalística realizada pela Comunicação Social da Câmara Legislativa e a efetuada pelo veículo onde trabalha “está no fato de um ser jornalismo institucional e o outro comercial. O foco das notícias é, geralmente, diferente. Contudo, ambos têm sua importância”.

A colunista Paola Lima também costuma acompanhar o noticiário da Agência CLDF mais de três vezes por semana. E, embora ache que estas notícias auxiliam o seu trabalho, ela também não considera o conteúdo fiel às atividades da Câmara Legislativa.

Paola Lima argumenta que:

toda a parte técnica do processo legislativo pode ser acompanhada pelas notícias do portal da Câmara. Discussões sobre projetos, propostas, aprovação, andamento, votações. A cobertura de eventos e debates na Casa, quando se tratam de proposições legislativas, é muito eficiente. E não apenas as matérias jornalísticas, como o banco de dados e as informações institucionais. Acredito que apenas a parte política fica a desejar, já que nem sempre os acalorados debates nem as negociações do chamado “cafezinho” são noticiadas.

A jornalista considera o material jornalístico disponibilizado pela Câmara Legislativa isento, “talvez exatamente por não fazer a cobertura ‘política’ da Câmara, dando prioridade à parte técnica, não se encontram deputados mais ou menos bajulados, ou mais ênfase em um projeto que outro. Além disso, os textos são bem jornalísticos, sem adjetivos ou a tendência de supervalorizar as propostas”.

Ela considera que alguns veículos comerciais cobrem adequadamente os trabalhos do Legislativo Local, mas a regra geral é uma cobertura inadequada:

A prática tem sido acompanhar o que acontece no Legislativo apenas em situações e temas pontuais. Seja para denunciar os abusos dos distritais, seja para noticiar um debate em que já houve envolvimento da sociedade ou é indiscutivelmente relevante. O dia-a-dia na Casa, as pequenas propostas e os debates anteriores às decisões finais são deixados de fora da pauta. Apesar das críticas que todos temos ao desempenho dos distritais, a falta de cobertura da imprensa contribui também para que a população tenha uma idéia errada da Casa.

Paola Lima aponta como um diferencial na cobertura realizada pelos veículos comerciais o aprofundamento das temáticas, com as opiniões da população, especialistas e interpretações sobre a utilidade prática daquela lei ou proposição.

O editor Paulo Barros acompanha o noticiário do site da Câmara mais de três vezes por semana e considera o conteúdo oferecido importante para seu trabalho. Para ele, as notícias veiculadas no portal retratam fielmente as atividades da Câmara Legislativa. Barros considera ainda que o material jornalístico da CLDF “reflete o pensamento da Casa enquanto instituição, não dos parlamentares”.

Em seu entendimento a cobertura realizada pela imprensa comercial é “satisfatória”. Ele acredita que as diferenças estão na “preocupação dos veículos pela questão investigativa, de serviço ou informativa”. Segundo Barros, “no caso da Câmara, notícias seguem os moldes da assessoria parlamentar, destacando o desempenho dos parlamentares ou da própria Casa nas questões relacionadas ao ato de legislar”.

5. Conclusões e considerações finais

Ao longo de todo este trabalho, buscou-se analisar o aproveitamento da cobertura jornalística disponibilizada pela Câmara Legislativa do Distrito Federal na imprensa comercial e, ainda, comparar os conteúdos publicados pelos dois principais jornais da cidade com o noticiário do portal do Legislativo local. A pesquisa também discutiu conceitos teóricos dos campos da comunicação e da política e fez a comparação de dados quantitativos e qualitativos, além da análise de aspectos da cobertura jornalística dos temas e fatos relativos à atividade político-parlamentar no parlamento local do Distrito Federal brasileiro.

Ficou evidenciado neste estudo que a comunicação é ferramenta fundamental para promover o fortalecimento da democracia e a conscientização dos cidadãos sobre os seus direitos na vida em sociedade. Assim como o direito à informação está consolidado na sociedade atual, também é cada vez mais imprescindível que o Estado preste conta de seus atos, dando publicidade de suas ações, conforme claramente apontado na Constituição Federal Brasileira (Art. 37, *caput*).

Mais amplo do que a publicidade dos atos, o conceito de transparência ganha espaço nos dias atuais, especialmente em instituições como o Poder Legislativo. A busca de mecanismos e estratégias para oferecer à população esta transparência ajudou a promover profundas modificações no modo de produção e divulgação da comunicação institucional no Legislativo, realidade esta presente na Câmara Legislativa do Distrito Federal.

Uma das conclusões relevantes deste estudo é que, enquanto a imprensa comercial adota linhas editoriais variadas, o trabalho produzido pela agência de notícias da CLDF busca a retratação objetiva dos acontecimentos, com imparcialidade e isenção, evitando as especulações, polêmicas e fatos alheios ao Parlamento.

A questão da imparcialidade na imprensa comercial é objeto de muita discussão. Pode-se afirmar que imparcial é quem julga sem paixão; reto, justo. O noticiário oferecido pela Agência da CLDF parece mais próximo desta definição do que os conteúdos publicados pelos dois jornais locais.

Não é cabível neste trabalho uma classificação sobre quem cobriu melhor ou não as atividades da Câmara Legislativa no período analisado. Mas é possível afirmar que a Agência da CLDF oferece mais uma fonte de informação aos

cidadãos, o que possibilita uma maior transparência do trabalho desenvolvido pelo Legislativo e ainda complementa os conteúdos veiculados pela mídia comercial.

É ponto pacífico na pesquisa no campo das relações entre a Comunicação Social - especialmente o Jornalismo - e a Política que a mídia desempenha papel fundamental nos sistemas políticos da atualidade. As mensagens e os meios têm destaque na disputa pelo espaço na esfera pública, onde, tendo em vista o conceito de agendamento, aqueles que têm mais capacidade de interferir neste processo, ocupam mais espaço.

Este estudo também comprovou que não interessa à imprensa comercial o trabalho desenvolvido no Legislativo, mas sim a controvérsia, o espetáculo e a polêmica. Os dados analisados revelam claramente esta opção da mídia comercial, que ignora a votação de projetos e a discussão de temas de interesse de toda a sociedade, para ressaltar uma imagem negativa da Câmara Legislativa.

É possível inferir que o comportamento dos jornais pesquisados influencia a construção de uma imagem negativa da Câmara Legislativa junto aos brasilienses. A cobertura proporcionada e disponibilizada por estes veículos acaba amplificada em outros meios, especialmente em emissoras de rádio e de televisão e portais na , que utilizam este noticiário como fonte de pauta. O noticiário dos jornais comerciais também tem grande impacto entre os atores sociais considerados formadores de opinião.

Esta amplificação acaba pautando o comportamento dos deputados distritais e a agenda legislativa. Assuntos com maior repercussão na mídia tendem a ganhar maior atenção dos parlamentares, independentemente de sua importância para a sociedade.

Os dados quantitativos das produções da agência da Câmara Legislativa, do Correio Braziliense e do Jornal de Brasília parecem referir-se a ambientes e objetos diferentes, no que diz respeito ao seu campo de atuação, tal a grande discrepância da cobertura jornalística efetuada sobre a atividade e fatos relativos à Câmara Distrital do Distrito Federal. O cidadão leitor que tem acesso a apenas uma destas fontes de informação terá uma visão distorcida do trabalho desenvolvido pelo Legislativo local.

Conclui-se, assim, que a cobertura oferecida pelos jornais comerciais não retrata com fidelidade o trabalho desenvolvido no Legislativo local. A opção dos veículos é claramente pelos temas que despertem polêmica ou tendam para o

sensacionalismo. Com raras exceções, assuntos importantes acabam ficando fora das páginas dos jornais locais.

O noticiário oferecido pela Câmara Legislativa tem o mérito de proporcionar ao cidadão brasiliense o acompanhamento das atividades de seu legislativo local, com transparência, isenção e presteza. Funciona, ainda, como instrumento de pauta para jornalistas e veículos de comunicação.

Por outro lado, este estudo também verificou algumas carências que precisam ser sanadas, para se aperfeiçoar no cumprimento do seu papel. A criação formal de uma Agência de Notícias da Câmara Legislativa daria maior agilidade ao setor responsável pela produção e desburocratizaria procedimentos. Também é necessária uma atualização do portal, com a classificação das matérias de acordo com os tipos de cobertura, como por exemplo: tempo real, notícia consolidada, pauta, especial e saiba mais. Outra sugestão é a adoção imediata de um Manual de Redação para padronizar a produção e a linguagem.

Além de fonte alternativa para a população, o noticiário disponibilizado no portal da Câmara Legislativa tem sido útil para *blogs*, outros portais, estudantes e segmentos da sociedade. Porém, é estratégico que a Câmara Legislativa intensifique a divulgação do seu portal em outros meios, para que parcelas cada vez maiores da população possam acessar as informações disponibilizadas.

Por fim, é importante reconhecer que a forma como os cidadãos recebem as informações difundidas pela mídia comercial e também pelos portais das Casas Legislativas, em geral, é tema que merece uma pesquisa mais aprofundada. O presente trabalho está longe de esgotar as temáticas aqui analisadas, ao contrário, vem contribuir para que novas investigações neste campo sejam desenvolvidas e divulgadas com profundidade, para uma melhor compreensão desses fenômenos, no campo da Comunicação Social.

6. Referências Bibliográficas:

ADGHIRNI, Zélia Leal. *Valores-notícia e credibilidade no jornalismo online*. Comunicação científica feita no Congresso da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Brasília, 2004.

ALMEIDA, Valeira Ribeiro da Silva Franklin. *A comunicação do Senado e o Direito à informação*. Brasília: Revista de Informação Legislativa, 2005.

_____. *A tecnologia na comunicação do Senado: do Papiro à .* Dissertação de Mestrado, UnB, Brasília, 2007.

ALVES, Luís Cláudio Alves (responsável técnico). *Câmara Legislativa: o que é, para que serve e como funciona nossa casa de leis*. Brasília: Gráfica da CLDF, 1997.

BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

_____. *Teoria geral da política*. Michelangelo Bovero (Org.) Rio de Janeiro: Campus, 2000.

_____. "O Futuro da Democracia: uma Defesa das Regras do Jogo", Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 2000.

BRASIL. *Constituição da República Federal do Brasil*. Brasília: 1988.

CONTI, Mário Sérgio. *A Despolitização da Política*. Folha de S. Paulo, p. 13, 29/12/2001.

DINES, Alberto. *O papel do jornal*. São Paulo: Summus, 1986.

DISTRITO FEDERAL. *Lei Orgânica do Distrito Federal*. Brasília: 1993.

DUARTE, Jorge Antonio Menna (Org.); VERAS Luciara (Org.). *Glossário de Comunicação Pública*. V. 1. Brasília: Casa das Musas, 2006.

FERREIRA, Aluízio. *Direito à informação / direito à comunicação*. São Paulo: Celso Bastos Editor, Instituto Brasileiro de Direito Constitucional, 1997.

FERRIZ, Remédios Sánchez. *El derecho a la información*. Valencia (Espanha): Valencia Cultural, 1974.

FREITAS, Luiz Carlos Santana de. *A midiatização do parlamento: a TV Senado e as transformações na atividade político Parlamentar no Senado brasileiro*. Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

_____ *Introdução ao Jornalismo Legislativo*. Unilegis: Brasília, 2008.

GINDRE, Gustavo. *A sociedade civil brasileira e a luta pela democratização das comunicações*. Apostila. 2004.

GUANTER, José Maria Desantes. *La información como derecho*. Madrid (Espanha). Editora Nacional, 1974.

HABERMAS, Jürgen. *La Teoría de la Acción Comunicativa*. Taurus: Madrid, 1987.

LAGO, Gustavo Ponce de Leon Soriano. *Análise do poder de agenda do Poder Executivo na Câmara Legislativa do Distrito Federal durante a terceira legislatura (1999 – 2002)*. Brasília: Senado Federal – UNILEGIS, 2005.

LÉVY, Pierre. *Pela ciberdemocracia*. In: Por uma outra comunicação. Record. Rio de Janeiro. São Paulo: 2003.

LIMA, Venício A. de. *Pesquisa sobre a mídia eletrônica: velhas e novas questões*. In: Mídia e Democracia. V.III n 2, maio – agosto. Revista Comunicação & Política. Rio de Janeiro: 1996. PP 198 – 204.

_____ *Parlamento Brasileiro: História e Perspectivas: Mídia, Democracia e Parlamento Brasileiro.* www.camara.gov.br/internet/camara500/seminarios/PB_VenicioAdeLima.htm, 2000.

_____ *Mídia: Teoria e Política.* São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

MARTINO, Luiz C. *De qual comunicação estamos falando?* Petrópolis: Vozes, 2001.

MATTELART, Armand e MICHELE. *História das Teorias da Comunicação.* São Paulo: Loyola, 1999.

MORAES, Francilaine M. *Discurso jornalístico on line: a perspectiva crítica da narrativa.* Brasília: Universidade de Brasília, 2004.

NEGREIROS, Davys Sleman. *Mídia e Política: A Metamorfose do Poder.* Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar. Apostila.

NOVELLI, Ana Lucia C. R. *Imagens Cruzadas: a Opinião Pública e o Congresso Nacional.* São Paulo. Tese (Doutorado em Comunicação) – ECA-USP, 1999.

SANT'ANNA, Francisco. *Quem faz a notícia no parlamento brasileiro? As rotinas dos newsmakers do Senado Federal.* Artigo. 2006.

_____ *Transparência e show de realidade.* Observatório da Imprensa. Artigo. 2003.

_____ *Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo.* Brasília: Casa das Musas. 2005.

SARAIVA, Joaquim Lopes. *A cobertura jornalística da Câmara Legislativa do Distrito Federal feita pelo Jornal de Brasília e Correio Braziliense*. Brasília: Universidade Católica de Brasília, 2000.

SODRÉ, Bruno. *Public Broadcasting Service – Um modelo de TV pública*. Brasília: Casa das Musas, 2007.

TRAQUINA, Nelson. *O Poder do Jornalismo – Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Coimbra: Minerva, 2000.

THUIN, Aya Maria Iwamoto de (coordenadora). *Memória da Câmara Legislativa do DF: 1ª, 2ª, 3ª legislaturas*. Brasília: Gráfica da CLDF, 2000.

VOLPE, Ana Paula Sampaio. *A Construção do Legislativo: o caso da Câmara Legislativa do Distrito Federal*. Brasília: Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília, 2006

7. ANEXOS

ANEXO A - RESOLUÇÃO Nº 34, de 1991, que institui a Estrutura Administrativa da Câmara Legislativa do Distrito Federal e dá outras providências

ANEXO B - DESCRIÇÃO DOS CARGOS DE CARREIRA

ANEXO C - ATO DA MESA DIRETORA 30, de 2007, que aprova o Plano de Mídia para o exercício de 2007

ANEXO D - RELAÇÃO DE NOTÍCIAS PRODUZIDAS PELA CLDF

ANEXO E - MATÉRIAS PUBLICADAS PELO CORREIO BRAZILIENSE

ANEXO F - MATÉRIAS PUBLICADAS PELO JORNAL DE BRASÍLIA

ANEXO G - QUESTIONÁRIO PARA SUBSIDIAR TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO

ANEXO A

“RESOLUÇÃO Nº 34, de 1991

Institui a Estrutura Administrativa da Câmara Legislativa do Distrito Federal e dá outras providências.

Faço saber que a Câmara Legislativa do Distrito Federal aprovou e eu promulgo a seguinte resolução:

TÍTULO I

ESTRUTURA E ATRIBUIÇÕES DOS ÓRGÃOS

CAPÍTULO I

ESTRUTURA ADMINISTRATIVA

III – ÓRGÃOS DE ASSESSORAMENTO À MESA DIRETORA:

- 1 – Gabinete da Mesa Diretora;
- 2 – Consultoria Jurídica;
- 3 – Coordenadoria de Segurança;
- 4 – Coordenadoria de Comunicação Social;
- 4.1 – Seção de Divulgação e Relações Públicas;
- 4.2 – Seção de Relações com a Imprensa;

Art. 10. À Coordenadoria de Comunicação Social é atribuído coordenar, supervisionar e assessorar a Câmara em assuntos relacionados com o cerimonial, a divulgação das atividades legislativas, relações públicas e contatos com a imprensa.

Art. 11. À Seção de Divulgação e Relações Públicas é atribuído:

- I – desenvolver ações voltadas à preservação e divulgação da imagem institucional da Câmara;
- II – supervisionar a execução do processo de divulgação e relações públicas junto ao público interno e externo;
- III – manter cadastro atualizado das autoridades dos três Poderes, tanto no nível local como no federal, para atendimento aos Parlamentares;
- IV – manter cadastro detalhado e atualizado dos Parlamentares, para atendimento ao público;
- V – acompanhar, selecionar e classificar o noticiário referente a assuntos de interesse dos Parlamentares e da Câmara;
- VI – elaborar e implementar veículos e instrumentos de comunicação da Câmara direcionados ao público interno e externo.

Art. 12. À Seção de Relações com a Imprensa é atribuído:

- I – facilitar e articular o acesso dos Parlamentares à imprensa em geral;
- II – organizar e prestar assessoramento às entrevistas concedidas à imprensa por integrantes da Mesa e demais Parlamentares;

III – manter contatos com jornalistas credenciados junto à Câmara e imprensa em geral visando a maior difusão das atividades da Câmara;

IV – manter cadastro atualizado dos órgãos de divulgação do Distrito Federal e dos profissionais de imprensa”.

ANEXO B

CLDF/1ª SEC/DRH/DDRH/SAD

DESCRIÇÃO DOS CARGOS DE CARREIRA

CARGO: **CONSULTOR TÉCNICO LEGISLATIVO**

CATEGORIA: **TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (JORNALISTA)**

DESCRIÇÃO SUMÁRIA DAS ATRIBUIÇÕES:

Planejar, coordenar e executar ações relativas à área de jornalismo, coletando, divulgando e redigindo notícias, informações e mensagens de interesse da Câmara Legislativa.

DESCRIÇÃO ESPECÍFICA DAS ATRIBUIÇÕES:

- Planejar, supervisionar, controlar e executar atividades relacionadas à sua área de atuação.
- Cobrir diariamente as sessões plenárias, as reuniões das Comissões, as sessões solenes e outros eventos de relevância para a Câmara Legislativa.
- Elaborar matérias de interesse da Câmara Legislativa, para divulgação nos órgãos de imprensa.
- Captar e elaborar matérias no âmbito legislativo e administrativo, de interesse do público interno, para o informativo da Câmara Legislativa.
- Redigir, editar e revisar o boletim diário da Câmara Legislativa e outras publicações.
- Contatar os meios de comunicação locais e nacionais, sempre que necessário.
- Acompanhar, diariamente, as notícias sobre a Câmara Legislativa veiculadas pela mídia, elaborando resposta quando necessária.
- Redigir matérias especiais, artigos e pronunciamentos.
- Participar da elaboração de campanhas publicitárias para divulgação de eventos ou matérias de interesse da Câmara Legislativa.
- Promover entrevistas, sempre que necessário.
- Editar o *Diário da Câmara Legislativa*.
- Providenciar a edição e publicação dos Anais da Câmara Legislativa.
- Supervisionar o serviço de diagramação das publicações da Câmara Legislativa.
- Editar revistas, jornais e outras publicações periódicas da Câmara Legislativa.
- Selecionar os informes publicitários da Casa, especificamente para publicação no DCL.

- Fazer a pauta, realizar entrevistas, redigir e editar a Revista DF Letras e o Jornal Distrital.
- Responder *e-mail*.
- Supervisionar e manter atualizado o cadastro dos principais veículos de comunicação de interesse para a Câmara Legislativa.
- Participar da rádio e TV legislativa.
- Participar de comissões e grupos de trabalho relativos a assuntos técnicos de sua área de atuação.
- Elaborar, em equipe multidisciplinar, propostas de políticas, diretrizes, planos de ação e projetos relativos à unidade organizacional.
- Elaborar relatório de trabalho para informar sobre desempenho das atividades e subsidiar posteriores ações de planejamento.
- Prestar assistência à Mesa Diretora, Comissões, Lideranças e Deputados, em matéria de sua área de atuação.
- Elaborar pareceres técnicos por solicitação de Parlamentares, Comissões ou Chefias da Câmara Legislativa do Distrito Federal, oferecendo soluções técnicas que fundamentem as atividades legislativas ou administrativas.
- Executar outras tarefas de mesma natureza e de igual nível de complexidade.

REQUISITOS:

- **ESCOLARIDADE:** Curso Superior completo em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

ANEXO C

ATO DA MESA DIRETORA 30, DE 2007

Aprova o Plano de Mídia para o exercício de 2007.

A MESA DIRETORA DA CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL, no uso de suas atribuições regimentais,

RESOLVE:

Art. 1º Aprovar o Plano de Mídia para o exercício de 2007, apresentado pela Coordenadoria de Comunicação Social da CLDF, em anexo, conforme decisão da Mesa Diretora em sua 4ª reunião de 2007, item 2.

Art. 2º Este Ato entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º Revogam-se as disposições em contrário.

Sala de Reuniões, 11 de abril de 2007.

Deputado ALÍRIO NETO

Presidente

Deputado PAULO TADEU

Vice-Presidente

Deputado AGUINALDO DE JESUS

Primeiro Secretário

Deputado BRUNELLI

Segundo Secretário

Deputado Dr. CHARLES

Terceiro Secretário

Este texto não substitui o publicado no *Diário da Câmara Legislativa*, de 12/4/2007.

ANEXO

(Art. 1º do Ato da Mesa Diretora nº 30/2007.)

Câmara Legislativa do Distrito Federal
Coordenadoria de Comunicação Social
Brasília, 12 de fevereiro de 2007

Plano de Mídia 2007

A identidade institucional ou mercadológica de uma organização ou empresa são os atributos e os valores com os quais essa organização ou empresa pretende se posicionar perante seus públicos relevantes. A imagem é como essa organização ou empresa realmente é percebida por esses públicos. Quando há proximidade entre identidade e imagem, a organização ou empresa tem posicionamento e resultados geralmente positivos. Quanto mais distantes são a identidade e a imagem, piores o posicionamento e os resultados da comunicação e dos negócios.

Trazendo esse conceito para a esfera do setor público e especialmente para o caso da Câmara Legislativa do Distrito Federal, percebe-se um distanciamento entre a identidade pretendida - da qual são provas os diversos projetos, ações e estratégias da instituição - e a imagem percebida. A equação da comunicação publicitária da Câmara Legislativa do Distrito Federal, portanto, é clara. É preciso aproximar a identidade pretendida e a imagem percebida.

No entanto, nenhuma mudança radical acontece do dia para a noite. Certamente, o caminho da moralização e da recuperação da credibilidade das instituições públicas começa a ser construído pelo questionamento de atos fraudulentos ou morosos, pela instauração e boa condução de CPIs e por ações de fiscalização efetiva.

A Câmara Legislativa do Distrito Federal tem lutado arduamente para fixar sua imagem de instituição crível e séria, que respeita e procura atender aos anseios da sociedade.

No entanto, para que a Câmara Legislativa – representante mais legítima do povo – realmente possa levar a cabo esse processo de moralização e venha atender aos desejos e interesses coletivos, há de se mobilizar o brasiliense em torno do ideal da cidadania.

É fundamental que a população seja informada sobre os trabalhos e convocada a participar do processo democrático. É necessário que a imagem da Casa seja trabalhada, para que o cidadão nela confie e sinta-se parte integrante de sua produção e atuação legislativa, do acompanhamento, controle e avaliação das políticas públicas.

E isto se reflete diretamente na imagem das instituições. Pesquisa sobre credibilidade das instituições realizada pelo Datafolha dá conta de que os partidos políticos estão no último lugar, com nenhuma pontuação (zero), e que instituições como o Congresso Nacional também não vão nada bem.

A imagem da democracia e dos políticos no Brasil

A democracia é o exercício do permanente questionamento e da convivência da multiplicidade de idéias, visões, conceitos, ideologias, propostas e projetos. Ou seja, ela garante a liberdade do discurso, mas não a sua veracidade. Tudo depende de quem o articula, de sua imagem e atitudes.

O alto índice de escolaridade da população do DF influi diretamente em seu potencial crítico. Neste momento, apesar do otimismo pelo momento que vive o país, pelo próprio fato do aumento da visibilidade da Câmara na mídia, a sociedade permanece alerta e um tanto quanto cética em confiar no poder público. No entanto, ela certamente estará aberta a participar dos trabalhos em defesa de seus interesses e a avaliar o desempenho dos deputados distritais.

Essa breve análise referencia, em parte, o posicionamento do cidadão brasileiro, especialmente o brasiliense, em relação ao poder público e, no nosso caso, ao Legislativo. Expressões como "isso é problema do governo", "político não serve para nada", "a Justiça não resolve nada" são recorrentes na fala cotidiana dos brasileiros e revelam um profundo distanciamento em relação a essas instituições. Revelam uma atitude passiva e de inoperância em assumir responsabilidades e papéis cidadãos.

A importância e os rendimentos da comunicação para a Câmara Legislativa pelo raciocínio desenvolvido até aqui, a estratégia de integração da Câmara Legislativa do Distrito Federal com o cidadão e a sociedade do DF pressupõe, fundamentalmente, debates, presença, reuniões, encontros. Do ponto de vista da

comunicação humana, nada é mais poderoso do que o contato entre pessoas. Entretanto, isso é impossível de ser realizado pela Câmara Legislativa do Distrito Federal com todos os cidadãos do DF.

É preciso utilizar as estratégias e as ferramentas da comunicação social, de forma intencionada, de acordo com a estratégia de aproximação e integração da Instituição com os cidadãos. Assim, cada segmento de público-alvo saberá o que faz a Câmara Legislativa do Distrito Federal, pelos meios mais eficazes de mídia e os melhores rendimentos em comunicação.

Etimologicamente, comunicação significa “tornar comum”. A segmentação de públicos-alvo e respectiva estratégia de mídia propostas neste plano e expostas adiante irão assegurar à Instituição a comunicação eficaz junto aos cidadãos do DF, “tornando comum” sua estratégia, seus projetos, suas ações, sua função e seus benefícios para os brasilienses e para a democracia.

Numa realidade em que os recursos de comunicação são limitados, a integração de todas as ações é absolutamente mandatória. Cada esforço publicitário ou promocional deve ser capaz de contribuir para a consolidação de uma mensagem consistente. Um conceito forte, um tema bem definido facilitará o processo. Presente em todas as peças, este tema permeará, e ao mesmo tempo reforçará, cada diferente mensagem, que, por sua vez, deverá estar de alguma forma subordinada à idéia-chave contida no conceito gerado.

O conteúdo da comunicação publicitária da Câmara Legislativa do Distrito Federal será focado nos conceitos de democracia, representação política, cidadania, inserção social, participação e desenvolvimento social e econômico. A Câmara será mostrada como um organismo comprometido com o destino do cidadão, da comunidade e do Estado; uma Casa ética no trato do interesse e dos recursos públicos; inovadora em sua forma de atuar e se relacionar com o cidadão, já que é uma instituição nova em relação aos demais organismos nacionais de mesma função – as assembleias legislativas estaduais – e, portanto, da qual se esperam atitudes mais arrojadas, transparentes e sintonizadas com as tendências sociais, econômicas, culturais e tecnológicas contemporâneas.

Sintonia com as aspirações da população

Conforme enfatizado, nosso público “tem alto padrão de escolaridade e discernimento político” e tem necessidade de participar da vida da Câmara de forma a assegurar que suas aspirações estão sendo atendidas, como forma, inclusive, de avaliar se as promessas eleitorais são cumpridas.

Quando um deputado distrital assume suas atribuições, ele trabalha não somente para atender os interesses de um ou outro, mas de uma coletividade.

No entanto, devido à incompatibilidade entre a falta de consciência coletiva e de mobilização da própria sociedade em torno de interesses comuns e o papel de representante do coletivo que o deputado tem, pode ser desencadeado um desinteresse da comunidade pelo trabalho da Câmara.

Sabemos que, quando há o envolvimento em torno de um determinado assunto ou projeto, as chances de que ele seja aceito e bem avaliado por todos é maior. Neste ponto é que a nossa comunicação deve atuar: resgatando o interesse e a atenção, afinando a sintonia, promovendo o envolvimento e a mobilização do cidadão nas questões públicas. Dessa forma, as atividades e a atuação da Câmara certamente serão melhor percebidas, os brasilienses participarão mais do processo legislativo, exercerão melhor sua cidadania e fortalecerão a democracia.

Outras ações

Imagem e comunicação

Casas políticas historicamente enfrentam problemas de imagem. Na Câmara Legislativa do Distrito Federal o problema é ainda mais agudo pela ausência de um mínimo de comprometimento corporativo de alguns deputados, que transformam embates políticos em casos pessoais. O resultado é que a Câmara Legislativa muitas vezes recebe dos meios de comunicação tratamento de cobertura policial ou como mau exemplo do funcionamento do sistema político como um todo.

- Novo papel da Corregedoria – Reverter esta imagem negativa que se formou nos poucos anos de funcionamento da casa não é exclusivamente tarefa de uma equipe de profissionais em comunicação social. Antes de tudo, é preciso haver comprometimento, real interesse de cada um dos deputados que formam a Câmara Legislativa. E esta pode ser uma nova – e talvez a mais importante – tarefa da Corregedoria, que nos moldes de hoje serve apenas para apurar fatos e denúncias, mas que pode vir a ser a área de aglutinação dos objetivos comuns dos parlamentares, incluindo a proteção ao nome e importância da Casa. A Corregedoria passaria a trabalhar preventivamente, filtrando crises ao invés de ter unicamente uma função investigativa a posteriori.

A Corregedoria teria como função prioritária acabar com a autofagia do legislativo.

- Ação institucional direta – Uma pesquisa feita pelo instituto Vox Populi em fevereiro de 2004 aponta problemas e expectativas da sociedade em relação à Câmara, ainda muito fechada para a sociedade, na opinião dos entrevistados. Portanto, é preciso dar ênfase a ações que aproximem a Câmara (a instituição, não apenas os deputados) da sociedade.

É preciso aproveitar melhor a mídia espontânea.

- Relações Públicas e eventos – Uma política de aproximação da Câmara Distrital com a cidade pode ser facilmente alcançada a partir da promoção de uma série de eventos que gerem mídia espontânea e sejam trabalhados com a imagem da casa.

Mensalmente podemos convidar palestrantes e debatedores para falar de assuntos próximos às preocupações da cidade – preservação, desenvolvimento econômico, meio ambiente etc – e, com a participação de deputados nos debates e na mediação podemos mostrar o compromisso da Câmara com o presente e o futuro do DF.

Os eventos serão transmitidos ao vivo pela TV Distrital e reprisados em horário noturno. O material poderá ser editado na revista DF Letras, que passaria a ter um perfil mais analítico, mais preocupado com o debate e com a apresentação de idéias inovadoras.

Outro ponto a explorar são os programas de apresentação do trabalho legislativo a crianças e adolescentes, com a retomada da visita à Câmara dos Deputados, monitoradas pela equipe de relações públicas e com distribuição de material exclusivo – incluindo uma revista em quadrinhos sobre o trabalho dos deputados.

Outras considerações

A Câmara Legislativa do Distrito Federal vem sendo duramente atacada por setores da sociedade que têm defendido até mesmo sua extinção. Em parte, isto pode ser explicado por escândalos políticos de várias esferas do poder, em parte pela pouca idade do organismo, que ainda não conseguiu comprovar sua efetiva participação no desenvolvimento social e econômico do Distrito Federal.

Em resumo, a Câmara Legislativa ainda precisa mostrar à sociedade como e por que trabalha, além de apresentar uma imagem de serviço público eficiente.

Este parece ser um bom momento para prestar esses esclarecimentos à sociedade. Com a renovação no quadro de deputados e as primeiras iniciativas em busca de uma Casa mais próxima da população, com redução de despesas e outras medidas de impacto imediato.

É o momento de se aproveitar para se divulgar o que a Casa tem feito pela população do Distrito Federal não apenas neste início de legislatura, mas em toda a sua História.

Diante de tantas denúncias divulgadas durante os últimos meses, é preciso resgatar a imagem do Poder Legislativo para a opinião pública, mostrando a importância dos atos dos deputados distritais de forma direta, desde a luta para conquistar os direitos políticos do eleitor brasileiro até as Leis aprovadas e que fazem do Distrito Federal um lugar cada vez melhor para se viver; o objetivo é deixar claro que a Câmara e os deputados também são responsáveis pela administração da cidade e que atua, inclusive, como fiscais da sociedade.

As ações de publicidade da Câmara Legislativa devem ser realizadas como uma grande prestação de contas ao contribuinte, mostrando o que foi feito pelos deputados eleitos e o que tem sido desenvolvido pela atual legislatura.

Deste modo, o plano de mídia a seguir seguirá uma linha propositiva, com explicações mais detalhadas e profundas sobre os atos dos distritais, além de reforçar a ligação do poder legislativo com a comunidade por meio de ações pró-ativas.

Objetivo

O objetivo é inserir definitivamente a Câmara Legislativa na vida da cidade, fazer com que a Casa e os parlamentares participem de todos os principais eventos da cidade, buscando uma publicidade que apresente os deputados distritais como protagonistas dos atos legislativos e de fiscalização do poder executivo.

É preciso, assim, e respeitando-se a legislação, reforçar a identidade individual dos parlamentares, deixando que cada um deles exponha seus projetos e idéias, para que a comunidade enxergue que o trabalho de cada parlamentar vai muito além da simples presença nos gabinetes e no plenário.

Linhas de atuação

A criação, divulgação e consolidação da imagem da Câmara Legislativa do DF, incluindo uma marca forte que ajude na identificação imediata das ações da Casa. A marca será desenvolvida de acordo com as linhas de atuação descritas a seguir:

Institucional

- Campanhas voltadas para posicionar favoravelmente a imagem da Câmara Legislativa na sociedade do Distrito Federal, reforçando o papel da instituição no processo de desenvolvimento econômico e social do DF e na própria vida das pessoas.
- Patrocínio de eventos e atividades sócio-culturais e esportivas originadas no Distrito Federal ou coerentes com os anseios de sua população.
- Publicação de anúncios com as atividades desenvolvidas na Câmara Legislativa de forma a fazer uma permanente prestação de contas ao eleitor.

Efemérides

- Campanhas e atividades para exaltar ocasiões especiais e para associar-se a manifestações sócio-culturais relevantes para a sociedade brasileira.

Matéria legal

- Publicação obrigatória de atos administrativos em jornais de circulação local e/ou nacional; divulgação de notas de esclarecimento à opinião pública quando a imagem da instituição estiver em risco.

Previsão de despesas

Apesar da previsão orçamentária para os serviços de publicidade no ano de 2007 ser de R\$ 10.762.172, 00 milhões de reais, dentro da atual política de contenção de gastos, pretende-se a princípio, fixa-los no ano corrente em R\$ 8.643.000,00, observando-se porém que, segundo decisão nº 1865/05 do Tribunal de Contas do Distrito Federal (TCDF), os gastos até 19/11/2007 não poderão ultrapassar o valor de R\$ 6.643.000,00, distribuídos segundo os parâmetros abaixo discriminados:

1. Produção de peças publicitárias como filmes, spots, documentários, anúncios para a mídia impressa, painéis, outdoors, busdoors, táxidoors, frontlights, banners, cartazes, folders, folhetos, malas diretas, material de stands e exposições e outros necessários à veiculação de campanhas institucionais. Despesa estimada: R\$ 1.296.450,00 (15%).

2. Veiculação nas mídias televisiva, radiofônica, impressa, mídia web, externa e outras para o desenvolvimento de campanhas institucionais. Despesa estimada: R\$ 4.321.500,00 (50%).

3. Serviços de terceiros: assessoria e consultoria de análises de conjuntura, realização de pesquisas de opinião, relatórios interpretativos e sugestão de correção de rumos ou da adoção de novas posturas e comportamentos, serviços de clipping impresso e eletrônico, produção de notícias para rádio e televisão, patrocínio em eventos e manifestações sócio-culturais e esportivas, participações em seminários, feiras e congressos, exposições etc. Despesa estimada: R\$ 1.728.600,00 (20%).

4. Patrocínios de eventos culturais, esportivos e sociais que permitam a correta exposição da marca da Câmara Legislativa e que gerem benefícios à imagem da instituição. Despesa estimada: R\$ 864.300,00 (10%).

5. Como é sabido a execução do Plano de Mídia é dinâmica, não podendo a mesma ser tratada como ciência exata, sendo de boa técnica prever-se margem de ajuste para os itens acima, a serem procedidos conforme necessidades que surgirem para o regular e exato cumprimento do presente plano, cuja despesa é estimada em R\$ 432.150,00 (5%).

o – o – o

Ações de mídia espontânea

É preciso explorar a cobertura que a imprensa faz regularmente das atividades da Câmara Legislativa de forma a mostrar o trabalho desenvolvido pelos parlamentares.

A repercussão negativa verificada nos meios de comunicação muitas vezes é provocada pela disputa partidária e ideológica que é travada dentro de uma casa legislativa – deve-se ressaltar que a Casa é um local para debates, para a troca de experiências e defesa de pontos de vista.

Para se conseguir isso é preciso abrir mais espaço para os repórteres que cobrem a casa, inclusive liberando estações de computadores ligados à Internet numa Sala de Imprensa que pode ser aberta na sala que era ocupada pela TV Distrital, atualmente cedida às Comissões Temporárias, para que eles possam ter um local de trabalho na Casa, o que não acontece hoje.

É fundamental ainda que a editoria de fotografia da Câmara Legislativa seja integrada fisicamente à Coordenação de Comunicação Social.

- Criação da Sala de Imprensa com dois computadores ligados à Internet.

- Mudança física do Setor de Fotografia.

É fundamental ainda que se conheça bem o que se publica e diz sobre as ações da Câmara Legislativa. Para isso é preciso contratar um clipping dos jornais, incluindo um panorama das principais notícias do dia e os textos sobre a ação parlamentar no DF.

Também deve ser contratado um clipping eletrônico de rádio – incluindo acionamento automático dos assessores no caso de alguma notícia sobre determinado parlamentar estar sendo dada – e um monitoramento dos programas e noticiários das emissoras de televisão.

- Contratação de clipping eletrônico dos jornais

- Contratação de clipping do rádio

- Contratação de clipping de televisão

Ações de propaganda

Imprensa

Para as ações descritas a seguir é preciso melhorar o equipamento da Coordenadoria de Comunicação Social, incluindo a troca de todos os computadores e aumento da capacidade de acesso à Internet.

- Edição diária do boletim “Boletim da Câmara Legislativa” a ser distribuído por e-mail para um grupo selecionado de pessoas – cerca de 5 mil nomes, entre os formadores de opinião da cidade –, com as principais notícias de cada dia ou repercussão de Leis aprovadas pela Câmara.

- Transformação do Jornal Distrital em veículo mensal, com oito páginas, formato tablóide, nas quais seriam impressas notícias do que aconteceu na Câmara, além de artigos dos deputados. Distribuição com um jornal a ser definido e mais dois mil exemplares colocados em pontos estratégicos.

- Reformulação da revista DF Letras, hoje abandonada, fazendo com que ela assuma uma postura de debate de idéias e propostas de interesse da comunidade.

Rádio

É preciso explorar melhor o rádio. Deve-se contratar uma empresa que monte faça a distribuição de depoimentos dos parlamentares e noticiário da CLDF em forma de releases sonoros para as emissoras de rádio do Distrito Federal. Não há custo de veiculação neste caso.

Televisão

É fundamental a instalação de um estúdio para a produção de programas para a TV Distrital, que hoje tem poucos recursos além das transmissões ao vivo – programas só podem ser gravados quando há horário disponível no auditório da Casa.

Ações de publicidade (mídia paga)

Jornais

- Publicação periódica das principais ações da Câmara, no formato de prestação de contas da atuação parlamentar.

Rádios

- Criação de programa diário de um minuto para exibição em emissora a ser definida, com o trabalho realizado pelos parlamentares na Câmara Legislativa.

- Criação de textos a serem lidos nas emissoras mais populares pelos locutores mais conhecidos, exaltando o trabalho da Câmara, reforçando a imagem institucional.

Televisão

- Distribuição de release produzido pela TV Distrital, com os principais assuntos do dia.

Revistas e painéis

- Criação de peças com mensagens da Câmara para veiculação em revistas mensais e painéis sobre a participação dos parlamentares e da Casa nos assuntos que interessam de perto ao cidadão.

Site

As matérias de comunicação social serão inseridas no site da Câmara Legislativa na forma estruturada no Projeto do Portal, elaborado de forma conjunta pela Coordenadoria de Comunicação Social e Coordenadoria de Modernização e Informática. Elas são dedicadas aos formadores de opinião – jornalistas principalmente – e com material de consumo imediato – textos, fotos e gravações em áudio e vídeo dos parlamentares –, ao passo que o site institucional deve conter material mais perene, como os perfis dos deputados e o histórico do legislativo local.

Para funcionar com um mínimo de qualidade precisamos contratar um provedor externo que nos livre da falta de espaço (memória) para trabalhar. Não é caro. Mas há outros problemas:

1. Não há mecanismo de busca para as matérias já feitas.
2. Não há como instalar links internos, por exemplo, dirigindo o leitor ao gabinete dos deputados.
3. Não há como instalar links comunicantes para que uma memória rápida esteja disponível para o leitor.
4. Não há como se fazer uma nova edição ou correção das notícias já liberadas.
5. Precisamos abrir o número de páginas no site. O ideal é manter páginas permanentes com temas específicos, incluindo a História Política do DF, que tem seus textos prontos, faltando apenas a edição.
6. Falta arquivo e indexação de imagens.
7. Precisamos de mais espaço por página para dar acesso inclusive aos textos integrais dos projetos aprovados.
8. Não há como saber o número de pessoas que acessam o site da CL.

Soluções

Ideal – Criação do portal da Câmara Legislativa, integrando todos os serviços que a Casa pode prestar pela Internet, incluindo os três serviços distintos:

1. o site institucional da CLDF, com a apresentação dos deputados, da Casa e íntegra de projetos de Lei (incluindo tramitação) – o melhor exemplo é o da Câmara Federal.
2. o site da comunicação social, com textos, fotos e gravações para divulgação das ações diárias dos parlamentares.
3. o site interno, com assuntos exclusivos dos servidores.

Parcial – Comprar um novo software de notícias que nos possibilite abrigar quatro produtos fundamentais: edição diária da matéria mais importante do dia (com foto), Últimas Notícias, com os fatos em tempo real; páginas especiais, fixas e com temas específicos; e Agenda, com todos os acontecimentos já marcados das próximas horas e dias.

É preciso ainda que seja contratada uma empresa provedora para que não tenhamos problemas de memória.

Classificação dos meios de comunicação

Serão obedecidos critérios para orientar a distribuição da publicidade paga na imprensa alternativa, incluindo um prévio cadastramento, para evitar a dispersão dos recursos e garantir a manutenção dos gastos dentro do orçamento previsto.

Só serão considerados veículos com prova de registro junto a Junta Comercial, no caso de empresa individual, ou prova do ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de empresa comercial e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores e, no caso de sociedades civis, inscrição do ato constitutivo, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

Para habilitação do veículo, exige-se:

- Cópia do contrato social.
- Cópia do cartão de CGC.
- Cópia do documento de identificação fiscal.
- Cópia das três últimas Notas Fiscais de impressão (com carimbo de recibo).
- Original das seis últimas edições distribuídas.
- Cópia da Carteira de Identidade Profissional (atualizada) ou do Registro do Profissional do Ministério do Trabalho do Jornalista responsável.
 - Preenchimento de ficha cadastral.
 - Comprovação de regularidade fiscal junto ao Governo do Distrito Federal, Seguridade Social e Fundo de Garantia por Tempo de Serviço.

São os seguintes os critérios de avaliação:

1. Pré-requisito

Registro ou inscrição do jornalista responsável na entidade profissional competente (Delegacia Regional do Trabalho ou Sindicato dos Jornalistas Profissionais do DF).

2. Tempo de Existência

0,5 ponto para cada ano de constituição da empresa. Pontuação máxima para 4 anos, perfazendo total de 2 pontos.

3. Periodicidade

1 ponto para cada ano de periodicidade contínua comprovada. Pontuação máxima para 5 anos, perfazendo total de 5 pontos.

4. Tiragem

1 ponto para cada 3 mil exemplares distribuídos regularmente e comprovados por meio de nota fiscal da empresa gráfica. Pontuação máxima para 15 mil exemplares, perfazendo total de 5 pontos.

5. Número de páginas

0,5 ponto para edições com no mínimo 8 páginas Standard ou 16 páginas tablóide. Pontuação máxima de 0,5 ponto.









6 Anunciantes da iniciativa privada

1 ponto para cada grupo completo de 5 anunciantes. Pontuação máxima de 2 grupos, perfazendo 2 pontos.





ANEXO D

RELAÇÃO DE NOTÍCIAS PRODUZIDAS PELA CLDF

06/05/2008 ▲

-  18:08 [Ex-deputada distrital receberá título de Cidadã Honorária](#)
-  17:38 [Câmara anula votação de regularização das igrejas](#)
-  17:14 [Veto a passe livre de rodoviários é mantido por distritais](#)
-  17:09 [Paulo Tadeu critica criação da CMT](#)
-  17:00 [Oposição condena "arrocho" ao servidor](#)
-  13:07 [Ônibus podem ser obrigados a rodar com limitadores de velocidade](#)
-  12:43 [Deputado promete entregar relatório da CPI da Gautama em junho](#)
-  10:59 [CPI da Gautama faz acareação a portas fechadas](#)









07/05/2008 ▲

-  18:37 [Detran terá que informar arrecadação com multas](#)
-  18:13 [Aprovado projeto sobre descarte de lâmpadas, pilhas e baterias](#)
-  18:12 [Distritais aprovam projetos sobre uso de embalagens no comércio](#)
-  18:09 [Votação dos "puxadinhos" será amanhã depois de debate com a comunidade](#)











08/05/2008 ▲

-  10:56 [CPI dos cemitérios ouve gerente do cemitério de Taquatinga](#)

13/05/2008 ▲

-  19:29 [Aprovada a legalização dos "puxadinhos"](#)
-  19:09 [Criação do banco de células vai se tornar lei](#)
-  19:01 [Calendário de audiências públicas do PDOT é modificado](#)
-  18:01 [Audiência pública discute rede de saúde mental no DF](#)
-  17:46 [Igrejas só serão regularizadas após fiscalização da Terracap](#)
-  15:25 [Comissão de Direito do Consumidor aprova cinco projetos](#)
-  14:51 [Servidor do Hospital da Ceilândia confirma assédio das funerárias](#)
-  11:37 [Sessão solene comemora aniversário de Sobradinho](#)

14/05/2008 ▲

-  19:49 [Descarte de lâmpadas e baterias terá controle ambiental](#)
-  19:45 [Aprovada criação de Festival de Música Popular](#)
-  19:39 [Câmara aprova projeto que permite adequação de projetos de parcelamentos](#)
-  19:35 [Metrô terá que transportar bicicletas, no último vagão](#)
-  18:17 [Câmara aprova mudança nas licitações do tipo pregão](#)
-  18:14 [Cheque Moradia é aprovado em primeiro turno](#)
-  17:56 [Aprovados critérios para títulos de Cidadão Honorário](#)
-  17:52 [Deputados divergem sobre convocação do diretor dos cemitérios no DF](#)
-  16:38 [Mesa Diretora e Sindical retomam diálogo](#)
-  15:07 [PDOT: Entidades questionam avanço urbano sobre áreas rurais](#)

 14:57 [Comunidade acusa GDF de omissão no atendimento à saúde de portadores de deficiência](#)

 14:45 [Candidatos surdos poderão fazer provas de concurso em LIBRAS](#)

15/05/2008

 17:33 [Política habitacional para policiais e bombeiros é criticada](#)

 14:36 [Depoente poderá ter proteção policial](#)

 13:04 [Ex-presidente do sindicato das funerárias confirma denúncias](#)

 12:37 [Administrador dos cemitérios será convocado a depor em 12 de junho](#)

 10:13 [CPI dos Cemitérios ouve representantes das funerárias](#)


20/05/2008

 19:35 [Câmara Legislativa aprova projeto que beneficia empresários da W3 Sul](#)

 19:20 [Projeto regulariza área do Lago Sul](#)

 19:16 [Aprovada a realização de mais duas audiências públicas](#)

 19:07 [Governo vai terceirizar controle eletrônico de veículos](#)

 19:01 [Aprovado em redação final projeto que transforma precatórios do GDF em créditos para habitação](#)

 18:53 [Distribuição de lotes a policiais é contestada](#)

 18:52 [Deputados fazem minuto de silêncio pelo filho de Arruda](#)

 18:07 [Plenário avalia fechamento de pousadas na W3 Sul](#)

 18:05 [Criada Frente Parlamentar Pró-Defensoria Pública](#)

 17:59 [Deputado protesta contra demora do 190](#)

 17:56 [Comunidade do Gama pede solução definitiva para o trânsito na cidade](#)


 13:30 [Cemitério não é terra de ninguém, avisa deputado](#)

 13:13 [Jardineiros que trabalham nos cemitérios serão cadastrados](#)


 12:49 [Projeto obriga comércio a abrir vagas de estacionamento para bicicletas](#)

21/05/2008

 17:45 [Câmara homenageia o Setor Habitacional Ribeirão](#)

 15:08 [Audiência pública sobre revisão do PDOT atrai moradores e ambientalistas em Ceilândia](#)

 15:00 [Deputado anuncia que governo vai encaminhar projeto sobre poligonais](#)

 13:29 [Denúncias à CPI revelam também sonegação por parte de cemitérios e funerárias](#)

 12:16 [Dia do Militar Pioneiro é comemorado na Câmara](#)

 11:56 [CPI dos Cemitérios ouve vítimas da "máfia do DPVAT"](#)

22/05/2008

Feriado de *Corpus Christi*

27/05/2008

 19:09 [Regularização de área no Lago Sul é aprovada em segundo turno](#)

 19:03 [Criada a Região Administrativa de Vicente Pires](#)

 18:58 [Câmara aprova crédito de R\\$ 4,9 milhões para a polícia e esporte](#)

 18:21 [Câmara discute comércio nas quadras 700 da W3 Sul](#)

 18:11 [Erika defende abertura de CPI para a saúde no DF](#)

 18:02 [Câmara adequa-se à Lei de Responsabilidade Fiscal](#)

 17:40 [Crise da saúde em Sobradinho repercute na Câmara](#)

 17:34 [Benício denuncia descumprimento de gratuidade para deficientes](#)

 13:20 [17 de maio: dia de combate à homofobia no DF](#)

 13:13 [CCJ quer o fim do "cafezinho"](#)

28/05/2008

 17:29 [Reguffe critica proposta de recriação da CPMF](#)

 17:24 [Eurides Brito defende fundo para profissionalização de jovens](#)


 17:20 [Distritais criticam secretário de Transportes e situação do trânsito](#)

 12:09 [Dono de marcenaria desconhece origem dos caixões que ia reformar](#)

29/05/2008

 18:22 [Deputados aprovam desconto para saldo devedor](#)

 17:59 [Escolas ganharão kits de materiais esportivos](#)

 17:40 [Sacolas plásticas poderão ser proibidas no DF](#)

 17:40 [Audiências públicas do PDOT devem se ater ao tema](#)

 16:47 [PDOT: inquilinos de Sobradinho pedem pressa](#)

 15:50 [Novas convocações serão feitas pela CPI dos Cemitérios](#)

 15:44 [Gerente de necrópoles do DF admite que setor é pouco fiscalizado](#)

 14:42 [CEO aprova indicação de Ricardo Vieira para a presidência do BRB](#) 

10:48 [CPI dos Cemitérios ouve gerente de necrópoles do GDF](#)

03/06/2008

 19:25 [Central telefônica receberá denúncias contra pichadores](#)

 19:19 [Projeto fixa data para envio de proposta com aumento dos militares](#)

 19:13 [Aquisição de bens e serviços pode gerar desconto no IPTU](#)

 18:55 [Novo projeto para regularizar igrejas excluirá 1.400 terrenos](#)

 18:09 [Mudança na LDO facilitará GDF a contrair empréstimo](#)

 17:55 [Câmara aprova crédito de R\\$ 1,3 milhão para GDF](#)

 17:21 [Câmara aprova Ricardo Vieira para presidir o BRB](#)

 16:55 [Chico Leite lança campanha pela "paz no trânsito"](#)

 16:48 [Raad defende adoção de medidas contra as pichações](#)

 16:44 [Barbosa manifesta apoio a quiosqueiros do Riacho Fundo](#)

 16:40 [Alunos da rede pública fazem manifestação por reativação de laboratórios](#)

 16:34 [Deputados oposicionistas criticam falta de investimentos na educação](#)

 12:08 [CCJ quer evitar que projetos cheguem a plenário sem passar por comissões](#)

 11:20 [Situação dos quiosques vai ser debatida pela Câmara Legislativa](#)

04/06/2008

 18:05 [Assistentes sociais denunciam desvalorização da categoria](#)

 17:05 [Comissão Geral discute projetos sobre carreira de assistência social](#)

 16:40 [Câmara realizará audiência pública para discutir as áreas rurais no PDOT](#)

 13:49 [Audiência pública discute gratificação que reduz controle às endemias](#)











05/06/2008

 19:52 [Câmara aprova crédito adicional e empréstimo](#)





 19:49 [Projeto que dá desconto no IPTU é aprovado em segundo turno](#)

 19:44 [Rôney Nemer despede-se da Câmara Legislativa](#)









 19:33 [Aprovado projeto que cria programa de captação de água da chuva](#)

- 19:25 [Parecer prévio da LDO 2009 será apreciado nesta sexta](#)
- 19:20 [Deputados aprovam projeto que beneficia atacadistas](#)
- 19:15 [Secretaria de Educação terá comissão de manutenção preventiva](#)
- 19:11 ["Não me importune" vai bloquear ligações de telemarketing](#)
- 17:11 [PDOT movimenta debate entre distritais](#)
- 16:36 [DF não tem o que comemorar no Dia do Meio Ambiente, diz Leite](#)
- 13:06 [Ex-gerente admite remoção de "indigentes" em Taguatinga e Gama](#)
- 12:57 [Seminário resultará em proposta para Sistema Distrital de Unidades de Conservação](#)
- 12:48 [CPI constata irregularidades na licitação do sistema funerário](#)
- 12:38 [Bancada de oposição se reúne com Arruda para discutir PDOT](#)





10/06/2008

- 17:18 [Roberto Lucena toma posse como deputado distrital](#)
- 16:40 [PDOT: mais três audiências públicas programadas](#)
- 15:33 [CDC aprova projeto que disciplina os cadastros de proteção ao crédito](#)
- 13:30 [CCJ é contrária a depósito prévio em clínicas e hospitais](#)










11/06/2008

- 18:20 [Deputados aprovam Sistema Único de Assistência Social](#)
- 18:08 [Câmara regulamenta profissão de bombeiro civil](#)
- 17:47 [Barbosa reclama ser tratado pelo governo como deputado de quinta categoria](#)
- 17:43 [Câmara autoriza empréstimo do BIRD](#)
- 17:30 [Raad defende lei para punir pichações](#)
- 17:27 [CAS ouve reivindicações dos moradores no Riacho Fundo I](#)
- 17:18 [Reguffe critica "disse-me-disse" sobre ameaças à CPI dos Cemitérios](#)
- 17:12 [Distritais trabalham agora com laptops instalados no plenário](#)













12/06/2008

- 16:25 ["Sou o maior vendedor de morte antecipada do Brasil"](#)
- 15:59 [Responsável pelos cemitérios terá que prestar novo depoimento à CPI](#)
- 15:30 [Moacir Pinto Filho se diz ameaçado por jardineiros](#)
- 14:54 [Empresário depõe na CPI dos Cemitérios e avisa que quer esclarecer tudo](#)















17/06/2008

- 17:05 [Roberto Lucena é o novo corregedor da Câmara Legislativa](#)
- 16:52 [Deputado quer que Frente Parlamentar fiscalize hospitais](#)
- 16:13 [Previdência dos servidores pode ser votada nesta quarta](#)
- 14:03 [Deponente diz que Campo da Esperança quer desviar o foco das investigações](#)
- 13:52 [CPI ouvirá amanhã mais um envolvido na remoção irregular de ossadas no Gama](#)
- 13:46 [Aprovada indenização para vítimas de violência na Estrutural e Novacap](#)
- 11:16 [Íris Resende recebe o título de Cidadão Honorário de Brasília](#)
- 10:51 [Ulysses: "a Campo da Esperança quer explicar o inexplicável"](#)
- 10:26 [Subgerente de cemitérios depõe reservadamente na CPI](#)










18/06/2008

-  18:20 [Lotes de expansão em Planaltina terão interesse social](#)
-  18:08 [Câmara aprova utilização de becos na Ceilândia](#)
-  17:52 [Regime Próprio de Previdência Social do DF é unificado](#)
-  17:37 [Aprovada reestruturação da Assistência Social do DF](#)
-  17:10 [Chico Leite comemora aniversário da imigração japonesa e da renovação do contrato da Qualix](#)
-  16:47 [PDOT: Moradores do Paranoá querem crescimento com respeito ao meio ambiente](#)
-  15:56 [Comissão de Assuntos Sociais aprova 55 proposições](#)
-  15:42 [Relatório preliminar da CPI da Gautama sai dia 23](#)
-  14:20 [Depoente sai encapuzado após contradições na CPI dos Cemitérios](#)
-  12:11 [A Campo da Esperança pode ter usado também o depósito de ossadas](#)
-  10:59 [Presidente faz balanço de três meses de trabalho da CPI dos Cemitérios](#)
-  10:49 [Responsável pelo enterro das ossadas está depondo na CPI dos Cemitérios](#)
















19/06/2008

-  18:23 [Aprovada a ocupação de becos em Taguatinga](#)
-  18:13 [Planaltina ganha áreas para programas habitacionais](#)
-  18:07 [Teste do olhinho poderá ser obrigatório](#)
-  18:04 [Câmara discutirá situação do CEAN](#)
-  18:02 [Deficientes visuais deverão receber contas de água, luz e telefone em braile](#)
-  17:58 [Distritais aprovam crédito adicional de R\\$ 15,4 milhões para o GDF](#)
-  17:54 [Imprensa alternativa terá dia especial](#)
-  16:01 [Fibra lança Agenda Legislativa de 2008](#)
-  15:54 [Comissão de Educação e Saúde promove fórum e grafiteagem para combater a pichação](#)
-  13:30 [DVD de hip hop contra tráfico de seres humanos é apresentado na Câmara](#)
-  12:17 [CPI dos Cemitérios terá relatório preliminar na próxima semana](#)
-  11:49 [CPI ouve advogado que atua no recebimento do DPVAT](#)
-  11:13 [CPI dos Cemitérios aprova requerimento para ouvir a secretária Eliana Pedrosa](#)
-  11:10 [Câmara vai realizar audiência pública para discutir áreas rurais na revisão do PDOT](#)




















24/06/2008

-  18:52 [Câmara facilita obtenção de alvarás no comércio](#)
-  18:49 [CPI da Gautama será prorrogada em 90 dias](#)
-  18:42 [Projeto que define LDO para 2009 é aprovado em 1º turno](#)
-  18:28 [Audiência discute Plano de Educação em Direitos Humanos](#)
-  18:27 [Extensão do benefício previdenciário a casais homossexuais é aprovada](#)
-  18:24 [Ex-deputada distrital recebe título de Cidadã Honorária](#)
-  17:24 [Deputados querem votar regularização de trailers e quiosques até sexta-feira](#)
-  13:00 [Adiada para sexta a apresentação do relatório da CPI da Gautama](#)
-  12:45 [Contratos por telefone terão que ser enviados ao consumidor por escrito](#)

25/06/2008

-  20:12 [Taxistas serão isentados de dívidas referentes ao IPVA](#)
-  19:58 [GDF vai monitorar despesas com cartão de crédito de contribuintes](#)
-  19:28 [Aprovada destinação de becos para residências em Ceilândia, Taguatinga e no Gama](#)
-  19:21 [Distritais aprovam projeto que amplia investimentos nas parcerias-público-privadas](#)
-  19:05 [Audiência Pública: a implantação da UnB no Gama](#)
-  19:02 [Câmara agiliza expedição de alvarás no comércio](#)
-  18:40 [Aprovados projetos de lei sobre atuação dos brigadistas](#)
-  18:34 [Erika Kokay denuncia agressão contra servidora da CLDF](#)
-  17:59 [Deputados discutem aumento de tributos](#)
-  17:56 [Parlamentares lamentam falecimento de Ruth Cardoso](#)
-  17:51 [Aniversário de 15 anos de São Sebastião é lembrado em plenário](#)
-  16:23 [Direitos Humanos vê necessidade de diálogo do GDF com chacareiros da Estrutural](#)
-  15:29 [CAF aprova 10 projetos em reunião extraordinária](#)
-  13:06 [Vicky Tavares recebe título de Cidadã Honorária de Brasília](#)
-  11:36 [Comissão de Assuntos Sociais se reúne em Ceilândia Norte](#)

26/06/2008

-  21:25 [Deputados aprovam LDO e entram em recesso a partir de 1º de julho](#)
-  19:51 [Professor Carlos Mota será nome de Centro de Ensino](#)
-  19:26 [Proposições regulamentam transferência de renda](#)
-  19:20 [Deficientes vão ter acesso a banheiros químicos adaptados em eventos públicos](#)
-  19:16 [Aprovadas regras para indenização dos policiais em caso de invalidez](#)
-  19:11 [GDF terá que garantir transporte gratuito de servidores ao local de trabalho](#)
-  19:06 [DF terá tarifa social de água, esgoto e luz](#)
-  19:01 [Câmara aprova área para nova rodoviária](#)
-  18:57 [Botijões de gás deverão ser pesados diante do consumidor](#)
-  18:49 [Empresas que recebem incentivos fiscais terão que investir em ações sociais](#)
-  18:46 [Deputados aprovam 4ª etapa do Riacho Fundo II](#)
-  18:44 [Câmara aprova criação do Fundo de Combate e Erradicação da Pobreza](#)
-  17:36 [Bolsa Universitária é aprovada na Câmara Legislativa](#)
-  17:34 [Câmara assegura direito a teste do pezinho](#)
-  17:27 [Integrantes do Squema Seis recebem título de Cidadão Honorário](#)
-  17:14 [Audiência pública debaterá problemas no CEAN](#)
-  12:49 [Câmara comemora o Dia Nacional de Combate às Drogas](#)
-  12:32 [CPI dos Cemitérios levou o GDF a tomar providências](#)
-  11:58 [CPI dos Cemitérios faz balanço de suas atividades](#)

ANEXO E

MATÉRIAS PUBLICADAS PELO CORREIO BRAZILIENSE