

# Quem faz a notícia no parlamento brasileiro?

Análise comparativa das rotinas dos *newsmakers* do Senado Federal

Francisco Sant'Anna

## Sumário

1. Introdução. 2. Perfil social. 3. Preferências culturais e vocação profissional. 4. Valores deontológicos e rotinas profissionais. 5. Rotinas informativas. 6. Interlocutores dos jornalistas. 7. Nível de satisfação. 8. Conclusão.

### 1. Introdução

Diariamente, dois pelotões de jornalistas, cada um com pouco mais de uma centena de profissionais, percorrem as instalações do Senado Federal – SF para cobrir os trabalhos parlamentares. Um pelotão é composto pelos repórteres setoristas contratados pela imprensa tradicional. No outro, estão os jornalistas contratados pelas mídias do próprio SF, aqui denominadas *Mídias das fontes do Senado Federal – MFSS*. Denominaremos esses profissionais *jornalistas das fontes – JF*. Os dois pelotões têm pela frente o desafio de coletar e difundir informações sobre uma mesma temática e num mesmo espaço físico.

Quem é o profissional que atua na produção de notícias difundidas por essa *Mídia das Fontes*<sup>1</sup>? Que valores jornalísticos norteiam suas rotinas profissionais? Na busca das respostas, realizamos, em 2005,

Francisco Sant'Anna é mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB); doutorando em Ciências da Informação e Comunicação no Centre de Recherches sur l'Action Politique en Europe (Crape) da Université Rennes-1, França; jornalista profissional e documentarista.

<sup>1</sup> O conceito de *Mídias das fontes*, cunhado pelo autor do texto, busca identificar meios de comunicação de massa que são mantidos pelas próprias fontes. Para melhor entendimento do conceito, ver Francisco Sant'Anna (2005).

uma pesquisa com a metodologia utilizada por McMane (1992) para traçar, na década de 80, um perfil do jornalista ocidental<sup>2</sup>. Os setoristas foram igualmente pesquisados e serviram como um grupo de controle. A pesquisa busca evidenciar se jornalistas contratados por estruturas que operam o chamado *jornalismo institucional* possuem perfil e rotinas diferentes dos colegas da imprensa tradicional.

## 2. Perfil social

O sistema sociocultural em que está inserido o jornalista é um elemento importante no processo de fabrico das notícias. *A construção da notícia sofre uma ação enformadora por parte do sistema sociocultural em que se insere* (SOUSA, 2000, p. 85). O perfil sociocultural dos jornalistas das MFSF é semelhante ao dos setoristas. Em tese, ele está sujeito à mesma *ação enformadora* a que seu colega enfrenta. Na média, ele tem pouco mais de 39 anos de idade e está há mais de 17 anos na profissão. É ligeiramente mais jovem, etária e profissionalmente, do que os setoristas. No SF, eles atuam há 5 anos e 2 meses, em média.

Uma diferença entre os dois grupos é a forma de seleção e regime de contrato de trabalho. Todos os jornalistas das MFSF foram contratados mediante concursos públicos. O aprovado assume um *status* de servidor estatutário (Regime Jurídico Único) que lhe garante estabilidade no emprego e um plano de carreira; condições raras no setor privado. Demissão, só em decorrência de faltas graves. Essa condição proporciona, em tese, uma independência profissional ante eventuais abusos editoriais ou pressões dos níveis hierárquicos superiores ou mesmo por parte de parlamentares; condição importante para se trabalhar numa casa política. *Os jornalistas*

<sup>2</sup> Trabalho semelhante também foi realizado em outras nações, como, por exemplo, Heloiza Herscovitz (2000) e Joaquim Negreiros (2004) junto a jornalistas brasileiros e portugueses, respectivamente.

*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). No relacionamento com as fontes, em especial com os senadores, o jornalista não é tecnicamente um subordinado do parlamentar.

No jornalismo tradicional, a trajetória profissional é marcada pela precarização das relações de trabalho e submissão aos interesses empresariais (RIEFFEL, 2001; RUELLAN, 2001). No mercado, pesa significativamente o que no jargão popular representa a capacidade de “vestir a camisa da empresa”.

Ideologicamente, o jornalista da MFSF, a exemplo do seu congênere, se autocalifica de ‘esquerda’, (39% se identificam como de esquerda e 41% de centro-esquerda). Numa escala de 1 a 10 – onde 1 é ‘extrema-esquerda’ e 10 equivale à ‘extrema-direita’ –, com uma média de 3,37, eles se mostram um pouco menos à esquerda do que seus confrades, 3,05. Os reflexos do padrão ideológico são diferenciados quando analisado o grau de vínculos sindicais e partidários. O quantitativo de sindicalizados é maior entre os primeiros, 68%, contra 58%. As exigências patronais do setor privado talvez estejam na raiz dessa realidade. Quanto a vínculos partidários, 8% dos JF são filiados a partidos políticos, contra 2%, dentre os setoristas.

O profissional típico revelou ser um homem branco (80%), casado (58%) e, em termos de religião, quando não é ateu (31%), é cristão (Catolicismo, 37%; e Espiritismo, 15%). Na amostra da MFSF, não foi identificado nenhum jornalista negro. Na imprensa tradicional, os negros representam 10%. Entre os pardos, as proporções se assemelham: 17% e 16%, respectivamente. Uma maior concentração de JF pode decorrer do modelo de seleção do SF. O exercício do jornalismo no Brasil requer formação universitária de quatro anos. O ensino universitário é elitizado e as minorias étnicas

não têm acesso fácil aos bancos universitários<sup>3</sup>. O SF ainda privilegia os titulares de mestrado e doutorado. Em tese, quem tem mais anos de estudos tem mais chance de ser selecionado. Quase a metade do plantel do Senado, 47%, possui um diploma de pós-graduação: (Master<sup>4</sup>, 23%; Mestrado, 20%; e Doutorado, 4%).

### 3. Preferências culturais e vocação profissional

Por interferirem na atividade jornalística, procuramos identificar os elementos culturais, em termos de consumo de literatura e cinema, bem como os anseios pessoais que atuam sobre os jornalistas pesquisados. Revelou-se que o JF aprecia os autores brasileiros, o que revela, eventualmente, a valorização do que é nacional, em detrimento do que é importado. A leitura preferida é essencialmente de lazer, em especial romances, 35%; histórias de aventura e ficção, 14%; e temas históricos e épicos, 14%. Os livros técnico-científicos e de reportagens não se destacaram. Quanto ao cinema, 25% não têm preferência específica. Entre os demais, os dramas, 26%; documentários, 10%; e as comédias, 10%, são os preferidos. Um terço tem predileção clara pelo cinema europeu (Espanha, Itália e França, principalmente), 14% pelo cinema nacional e 18% pelo norte-americano<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Várias universidades públicas passaram a aplicar, neste novo milênio, cotas raciais numa política de discriminação positiva, de forma a reduzir as diferenças de nível educacional entre os grupos étnicos. O Congresso Nacional examina projeto de lei tornando universal tal medida.

<sup>4</sup> Na categoria Máster, agrupamos os cursos de pós-graduação *lato sensu*, voltados principalmente para o aspecto profissionalizante e não à pesquisa acadêmica.

<sup>5</sup> Aqui também há semelhança com os setoristas, em que a preferência é por autores nacionais, 44%. Os livros históricos e épicos representam 26%, romances, 14%; e a ficção-aventura, 12%. Dois entre cada dez setoristas não têm uma preferência específica por filmes. Entre os demais, o drama (14%), os filmes de arte ou de autor (14%) e as obras de ficção (12%) dominam as preferências. Igualmente, 30% não têm preferência

É baixo o interesse pela imprensa internacional. Praticamente, 60% dos profissionais do SF não têm o hábito de ler jornais de outros países – entre os setoristas o quadro é inverso, 56% lêem rotineiramente. A parcela restante de 41% prioriza o noticiário de *política e internacional* difundido pelos jornais e revistas norte-americanos. A imprensa da Argentina, principal parceiro brasileiro no Mercosul, desponta como segunda fonte de leitura jornalística para os dois grupos pesquisados. O interesse pelo noticiário argentino tem igual intensidade ao aferido em relação ao inglês e é superior ao francês (*Le Monde*, principalmente). O veículo preferido é o *El Clarín*. O *Página 12*, jornal tido como mais à esquerda, e, teoricamente, mais próximo do perfil ideológico dos jornalistas, não foi mencionado.

Sete entre cada dez *jornalistas das fontes* – e seis da imprensa – gostariam de fazer um curso de pós-graduação na Europa, que também se mostra como a região preferida, 62%, para um eventual trabalho no exterior. A rejeição aos EUA, destoando do aferido por Herscovitz (2000) junto a jornalistas paulistas, pode refletir temores aos fatos ocorridos em New York, em 11 de setembro 2001, e à política internacional norte-americana adotada desde então.

Nosso *jornalista das fontes* optou pela profissão levado, principalmente, por questões de *vocação pessoal*.<sup>6</sup> A atração de 51% do grupo pela atividade redacional, em si mesma, pode ser vista como uma preferência pela dimensão do jornalismo como atividade expositiva; uma maneira de ver o jornalismo essencialmente como *a descrição dos acontecimentos* (NEGREIROS, 2004, p. 90). Razões ligadas a *fascínio e visibilidade profissional* reúnem uma parcela

por nenhum país; 38% preferem o cinema europeu. O cinema brasileiro é o preferido apenas para 8% dos jornalistas, enquanto o dos EUA atrai 14%.

<sup>6</sup> A enquête agrupou em cinco grupos temáticos as razões que levaram ao ingresso no jornalismo: fascínio e visibilidade profissional; engajamento ideológico; facilidades e benefícios materiais; influências pessoais externas; e perfil vocacional pessoal.

próxima a um quarto (23%) dos JF. Outros 21% elegeram motivos de engajamento ideológico, tais como o desejo de informar as pessoas e de transformar a sociedade.<sup>7</sup> A profissão parece *dar uma licença especial aos seus membros, como um mandato de ordem moral ou intelectual ou até legal* (TRAVANCAS, 1983, p. 108).

Normalmente, o jornalista é visto pela sociedade como uma pessoa que circula pelas altas esferas políticas e financeiras e que gosta de estar perto do poder (TRAVANCAS, 1983, p. 108). A condição de proximidade ao poder seria, inclusive, a principal atração para a profissão (RIBEIRO, 1994, p. 205). Entretanto, os dois grupos pesquisados ignoraram o desejo de estar inserido junto ao poder como razões de ingresso na carreira. Postura igual tiveram em relação às questões mais pragmáticas e materiais, como salário ou ascensão social.

As percepções dos dois grupos quanto ao papel da imprensa na sociedade são semelhantes<sup>8</sup>. Os dados revelam, contudo, que os jornalistas do SF atribuem maior importância ao papel social da imprensa e reconhecem nela uma capacidade de intervenção sobre a opinião pública maior do que acreditam os setoristas. Eles também acreditam ser de significativa importância o papel que as MFSF exercem difundindo informações à sociedade – o que não é reconhecido em igual intensidade pelos demais. Enquanto os primeiros consideram

<sup>7</sup> A vocação pessoal (60%) e o engajamento ideológico (32%) são as principais motivações dos setoristas. A questão de fascínio e visibilidade profissional se relaciona apenas a 6% desses profissionais.

<sup>8</sup> Para a avaliação desse quesito, foi aplicada uma escala de sete níveis “A” a “G”, onde “A” equivale a zero (*sem nenhuma importância*) e “G” equivale a dez (*extremamente importante*). Essa modalidade de abordagem foi construída a partir do princípio da Escala de Likert, que consiste numa metodologia do campo da Psicologia para medir as variáveis relacionadas às atitudes dos indivíduos. É um instrumento que permite identificar a aceitação ou rechaço de um ser humano em relação a um fenômeno verificado no âmbito da natureza ou da sociedade (PASQUALLI, 1996, p. 432).

de importância significativa – 7,04 pontos –, o segundo grupo atribui uma importância mediana – 5,37 pontos.

#### 4. Valores deontológicos e rotinas profissionais

Os jornalistas das MFSF demonstram portar valores ético-profissionais mais rígidos. Numa escala de três pontos (1 = flexível, 2 = regular, 3 = rígida), os *jornalistas das fontes* obtiveram uma média de 2,7, enquanto o grupo de controle registrou 2,43. Para chegar a esse resultado, balizas éticas foram colocadas associadas a oito situações comuns ao cotidiano jornalístico. De maneira geral, eles não estão abertos a qualquer subterfúgio ou estratégia para obter uma informação. O estímulo à ocorrência de fato socialmente condenável apenas para transformá-lo em notícia é a prática mais rejeitada, 2,98, por parte dos *jornalistas das fontes*<sup>9</sup>. A rejeição supera a verificada em relação a um dos dogmas da profissão, guardar o segredo da fonte (2,88). Um em cada dez JF admite em certas condições não respeitar o *off the records*<sup>10</sup>.

Em apenas uma situação os dois grupos apresentam padrão ético de igual intensidade. O pagamento de fontes para obtenção de informações é rejeitado a uma razão de 2,8 pontos. Já a dissimulação da identidade profissional (2,49) bem como a possibilidade de se empregar dentro de uma empresa ou repartição pública, para clandestinamente obter informações (2,75), são métodos condenados no âmbito do SF numa intensidade 12% superior ao apurado entre os setoristas<sup>11</sup>. O setorista está mais

<sup>9</sup> No grupo de controle, esse tópico obteve 2,88 pontos.

<sup>10</sup> Na imprensa tradicional, 2,58 pontos, bem próximo da opção que admite em determinadas situações o rompimento de um acordo e revelar a fonte de informação. Entre os profissionais ouvidos, 22% admitem essa possibilidade.

<sup>11</sup> Os resultados dos setoristas foram: dissimular a identidade profissional (2,49); se empregar dentro de uma empresa, ou numa repartição governamental para clandestinamente obter informações (2,47).

aberto à utilização sem autorização de documentos ou fotos de pessoas físicas ou jurídicas e os *JF* atuam preferencialmente com documentos e imagens autorizados para a divulgação.

A utilização indevida de documentos pessoais e fotos íntimas provoca maior rejeição, 2,85 pontos. Temas que são priorizados pelos critérios de noticiabilidade de alguns veículos privados, como a vida pessoal dos políticos, não são alvo das lentes das *MFSE*, salvo se interferirem no processo político-parlamentar. O uso sem prévia autorização de documentos confidenciais, públicos ou privados, é admitido por apenas um terço dos *jornalistas das fontes*. Os setoristas se mostraram bem mais flexíveis.

A diferenciação de valores entre os dois grupos pode ser consequência direta dos padrões editoriais a que estão submetidos. A imprensa tradicional, sob inspiração mercadológica, busca o *furo de notícia* e maiores audiências e, por isso, nem sempre adota limites socialmente aceitáveis. Ponto de polêmica constante, por exemplo, é o uso de câmeras ou microfones ocultos. Um padrão ético flexível pode ser atribuído ao modelo de jornalismo mais investigativo e especulativo praticado pelo setor. Já as *MFSE* tendem a trabalhar com os fatos visíveis, evitam especulações e colocam num patamar de menor importância fatos alheios ao alvo noticioso principal, o Parlamento.

No cotidiano, todo jornalista precisa administrar o conflito entre os valores editoriais pessoais e os patronais. A informação difundida é construída a partir de uma interação de forças situadas no nível pessoal, social, bem como do meio físico e tecnológico e, é claro, do empregador. É uma tarefa árdua e sujeita a riscos, pois o que estará em jogo, além da fidedignidade jornalística, é a credibilidade profissional, a estabilidade no emprego e o próprio futuro da carreira do jornalista. No SF, a percepção sobre as balizas editoriais implantadas pela Casa não são limpidamente claras na mente dos seus profissionais. Há mesmo

um conflito entre valores editoriais pessoais e da instituição.

Os *JF* afirmam que os dois principais parâmetros editoriais estabelecidos pelo Senado são *rapidez* (37%) e *precisão* (33%). Revela-se que até no jornalismo tido como institucional a competitividade entre as mídias impregnou o *fator tempo* na cultura jornalística e nos valores do *newsmaking*, suplantando o caráter *notícia* dos fatos (SCHLESINGER, 1983). *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* – salienta Adghirni (2004, p. 1).

A velocidade na divulgação gera um choque conceitual. Na cultura jornalística, *divulgação rápida* sempre foi inimiga da *precisão*. Mesmo na cultura popular, os dois não combinam. O provérbio *a pressa é inimiga da perfeição* ilustra o imaginário social brasileiro. Profissionais e veículos trabalham sempre num *front* bastante arriscado, em que a competência e credibilidade estão sendo constantemente colocadas à prova. Os jornalistas dos dois grupos se sentem prejudicados em decorrência dessa exigência editorial. Entretanto, nos manuais de redação das *MFSE*, não consta o quesito *rapidez* entre as exigências editoriais. Esse padrão pode ser justificado pelo fato de o SF possuir duas agências de notícias em “tempo real” (uma de texto e outra de radioreportagens) e de difundir seu noticiário no rádio e na TV, veículos que têm a instantaneidade da notícia como perfil. Já a *precisão* é insistentemente mencionada. *A Rádio Senado*, além de ser categórica em relação ao quesito *precisão* – *não pode haver dúvidas sobre a informação que vai ao ar* –, reforça a necessidade de as reportagens serem produzidas a partir de múltiplas fontes.

O uso de várias fontes e de citações entre aspas é uma técnica que protege o jornalista de cometer imprecisões e se mostra como uma alternativa à exposição de

sua própria opinião (TUCHMAN, 1972, p. 660). Ele pode exprimir uma análise com a qual concorde, sem contudo ter que assinar embaixo, evitando se expor às pressões e cobranças, internas e externas. É o que Charron (2002, p. 1) denomina falar o que pensa incitando os outros a se expressarem – *Parler de soi en faisant parler les autres*. A hierarquia que articula a opinião das fontes contribui para transmitir um ponto de vista, que seria equivalente à opinião que o JF emitiria caso fosse autorizado a fazê-lo.

Entretanto, no imaginário dos *jornalistas das MFSE*, ouvir os diversos lados da história não aparenta estar nas *prioridades patronais*. Outros quesitos, tais como *objetividade/imparcialidade*, 27%; a *análise e interpretação dos temas para o público*, 25%, formam um segundo patamar de parâmetros editoriais aos quais os jornalistas acreditam estarem obrigados a seguir.

Entre os *referenciais pessoais*, destacam-se a *análise e interpretação dos temas para o público*, 47%; *objetividade/imparcialidade*, 37%; e *transparência*, 31%. O resultado evidencia um conflito entre os valores pessoais e as normas superiores a que eles acreditam ter que obedecer, uma clara inversão de prioridades entre padrões e empregados. O quesito *divulgação rápida*, tido como a principal exigência do empregador, aparece como quarta prioridade pessoal, lado a lado com o de *precisão*, 27%.

Os valores pessoais existentes entre JF e setoristas tendem a ser semelhantes<sup>12</sup>. O parâmetro pessoal mais importante é a *análise e interpretação dos temas para o público*,

<sup>12</sup> Entre os setoristas, o item análise e interpretação dos temas para o público foi o mais citado tanto quando se referia aos balizadores empresariais, 60%, quanto quando o referencial era pessoal, 54%. A necessidade de se contar com uma *pluralidade das fontes* é a segunda baliza dos setoristas, seja sob o ponto de vista editorial das empresas, 36%, seja na visão pessoal deles, 40%. No terceiro patamar, constata-se um conflito de valores entre aquilo que os jornalistas desejam – *precisão*, 32% –, e aquilo que seus empregadores exigem – *Divulgação rápida*, 28%. *Objetividade e imparcialidade* aparecem em seguida como quarto parâmetro pessoal, 28%, e empresarial, 24%.

54%. Isso demonstra a preservação do que Bourdieu (1980, p. 91) denominou *habitus* – no caso um *habitus jornalístico* – entre os profissionais das MFSE. Esse *habitus*, segundo o autor, é resultante do condicionamento a práticas individuais e coletivas, que interferem historicamente nas formas de pensar e de agir. É um referencial mais intenso do que eventuais regras e normas internas formais e permite articular conjuntamente as práticas e as representações profissionais. A diferença entre os dois grupos é que o primeiro não se sente autorizado a praticá-lo, enquanto o segundo acredita ser esta a preferência de seus empregadores.

A principal divergência entre os dois grupos profissionais refere-se ao referencial *transparência dos feitos públicos*. Ele só obteve 10% das citações dos setoristas, mas assume quase que um padrão de dogma corporativo entre os JF, que fizeram constar nos estatutos da Associação dos Profissionais de Comunicação do Senado Federal – Comsefe, criada para defender os interesses do grupo profissional. No texto consta que é *dever defender e promover a transparência dos feitos públicos e o acesso democrático e universal às informações de interesse da sociedade* (COMSEFE, 2003).

Ressalte-se que a questão de *transparência*, enquanto referencial editorial, está na origem da criação de toda essa estrutura informativa. *Havia a intenção de garantir transparência à atuação do Senado e de promover a democratização da informação*, registra o *manual de redação da Agência Senado e Jornal do Senado* (SENADO, 2003, p. 7). O cidadão tem direito ao acesso à totalidade dos trabalhos legislativos, *com isenção e transparência*, salienta o manual da *TV Senado* (1999). *Nossa tarefa – complementa o manual de redação da Rádio Senado – é mostrar o Legislativo como instituição viva, com diferentes facções políticas e diferentes correntes de opinião sobre todos os temas* (Rádio Senado). Entretanto, decorrida pouco mais de uma década de criação das MFSE, na percepção dos profissionais esse parâmetro não parece

ser prioridade máxima na política editorial definida pelo Senado.

Resumindo, podemos dizer 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*. O seu concorrente direto está pessoal e empresarialmente orientado a produzir uma informação que *analise* igualmente os feitos públicos e que seja *plural e precisa*.

O padrão editorial repercute na estrutura organizacional de cada segmento. No SF, os profissionais são divididos basicamente entre repórteres e editores<sup>13</sup>. Na imprensa, além dessas duas funções, existe a função de articulista ou colunista, um misto de repórter e de redator que possui autonomia para produzir textos carregados de teor analítico, opinião pessoal, além de um espaço fixo e periódico para divulgá-los. As funções de articulista e comentarista inexistem nas MFSF. O ato disciplinador dos objetivos, da utilização e do funcionamento dos veículos do SF determina a produção e veiculação de notícias *com caráter apartidário, imparcial e não opinativa* (SENADO, 2002). A exigência é bem internalizada no grupo profissional e agrada uma parcela significativa dos JF. Oito entre cada dez jornalistas reconhecem que atuar nas mídias do Senado implica a produção de textos neutros, sem julgamento de valor. Cabe ao público julgar os fatos por si próprio. Quando indagados se os valores jornalísticos patronais coincidem com os pessoais, 45% disseram que sim e que os adotariam voluntariamente nas suas rotinas. Os dados refletem uma realidade nacional, em que o jornalista assalariado deixou de ser emissor

<sup>13</sup> Na categoria repórter, incluímos a função de produtor já que esta tem características de apuração e levantamento de dados, semelhantes a de um repórter. Editor é o profissional com poder de reformatar textos, de cortar, alterar, dar maior ou menor visibilidade a uma notícia, seja ela no rádio, na TV ou na imprensa escrita.

da própria opinião e sua função social se enfraqueceu em detrimento da opinião dos veículos (RIBEIRO, 1994, p. 22).

Entre os profissionais das MFSF, convivem, contudo, duas concepções de se fazer jornalismo. Praticamente outra metade dos jornalistas (49%) afirma que, se pudessem se valer livremente de seus valores pessoais, escreveriam textos críticos e opinativos. Para eles, é dever do jornalista interpretar para a opinião pública os riscos das decisões políticas<sup>14</sup>.

### 5. Rotinas informativas

Os JF estão submetidos a um processo de construção da notícia mais hierarquizado e com o poder de decisão mais centralizado do que seus congêneres. Foram identificados dois tipos de hierarquização. Para 53%, a relação dos temas que deverão ser acompanhados é diariamente definida em instâncias jornalísticas superiores e fornecida arbitrariamente aos jornalistas. Nesse grupo se concentra a maior parte de repórteres, redatores e produtores vinculados aos jornais (telejornal, radiojornal, agência de notícias e jornal impresso). O segundo grupo reúne profissionais envolvidos em programas especiais e documentários que elegem os temas, mas os submetem à aprovação superior.

A confecção da pauta, diária ou semanal, ocorre em reuniões coordenadas pelo chefe de redação às quais acorrem os chefes de reportagens de cada turno e os editores dos produtos jornalísticos. Sugestões de repórteres são analisadas, mas dificilmente eles participam do processo deliberatório. A pauta considera a agenda dos trabalhos previstos para as diversas instâncias inter-

<sup>14</sup> Da mesma forma pensam majoritariamente os integrantes do grupo de controle: 88% adotariam esse comportamento a partir de seu modo pessoal de fazer jornalismo. No grupo de controle, o conflito entre padrões pessoais e patronais aparenta ser menor, pois 74% dos jornalistas informaram que seus superiores esperam um texto crítico e analítico capaz de alertar a opinião pública.

nas do Parlamento, tais como análises e votação de projetos, entre outros.

No critério de distribuição dos jornalistas, o espaço físico institucional prevalece sobre o referencial temático. Assim, um repórter que cobre a Comissão de Assuntos Sociais – CAS, por exemplo, redigirá sobre todos os temas ali tratados. Num mesmo dia, a CAS poderá analisar assuntos tão distintos quanto saúde, educação, cultura, minorias, telerrádiodifusão, etc. Uma proposta aprovada na CAS seguirá para a análise de outra comissão ou votação final em Plenário, mas o repórter das MFSF não continuará com a mesma pauta. O tema será herdado pelo profissional escalado para cobrir o espaço institucional seguinte.

As MFSF também sofrem uma ação externa de sensibilização dos seus *gatekeepers*. Elas estão submetidas às mesmas técnicas de *contra-agendamento* exercidas pelas fontes. A prioridade editorial é o trabalho legislativo, mas as assessorias de imprensa dos parlamentares enviam sugestões de pautas relativas à ação de cada um deles. Entidades externas ao Parlamento também buscam influir no conteúdo a ser difundido. Rotineiramente, são sugestões sobre temas em análise no SF.

Na *TV Senado*, as pautas aprovadas nas reuniões são consolidadas num documento denominado *Jornal da Pauta – JP*. O *JP* conta com um levantamento preliminar de informações sobre cada tema selecionado, dados complementares (estatísticas, biografias, opiniões de grupos de interesse, etc.), bem como possíveis fontes a serem ouvidas. Tudo é previamente elaborado por uma equipe denominada *Produção*, formada por jornalistas que atuam a maior parte de seu tempo dentro da redação, agendando entrevistas, acompanhando noticiários e informações na Internet, coletando dados junto a todas as fontes possíveis (documentais e humanas).

O *JP* busca otimizar o trabalho do repórter de campo, permitindo mais rapidez à tarefa diária, que, em muitos casos, repre-

senta mais de uma reportagem no mesmo dia. Além do tema, o documento define também o profissional que irá executá-lo. O *JP* delimita também a forma como os chefes de reportagens de cada turno administram suas equipes de reportagem. A margem de manobra desses profissionais é restrita, uma vez que as prioridades editoriais já foram previamente definidas para atender tanto às expectativas dos editores dos produtos jornalísticos quanto às prioridades político-editoriais das instâncias hierárquicas superiores. Com o repórter em campo, o desenrolar de seu trabalho é acompanhado pelo editor do programa a que se destina. Tamanho da reportagem, desdobramentos, infografia, imagens de arquivo, abordagem, texto, tudo é alvo de um permanente entendimento. Se na BBC inglesa o editor chefe de plantão é considerado *the God of the day*, (SCHLESINGER, 1987, p. 144), poderíamos dizer que na *TV Senado* o poder está no *Jornal da Pauta*. Ele é a *Bíblia do dia*.

Essa rotina, pela qual o repórter é uma espécie de *soldado da infantaria* (MATHIEN, 1992, p. 148), obedecendo às ordens e ao planejamento de seus comandantes, é comum na imprensa brasileira. Mesmo que o repórter/soldado tome a iniciativa sem prévia autorização de cobrir um tema, a divulgação de seu trabalho, a importância e o destaque estarão condicionados ao crivo superior.

A realidade das MFSF revela, contudo, uma concentração do poder deliberatório mais expressiva do que a verificada entre os setoristas que cobrem o Parlamento. Para efeito de comparação, o percentual de setoristas que recebem a pauta previamente definida é quatro vezes menor. Na imprensa, 56% dos jornalistas afirmam não possuir a liberdade de cobrir os temas que desejam. No SF, o quadro é mais agudo, 71%. A autonomia jornalística dos *JF* se amplia quando se refere à definição do ângulo<sup>15</sup> de

<sup>15</sup> Aqui nos valem da noção de ângulo detalhada por Ruellan (1993, p. 153-154), que cobre diferentes

abordagem das reportagens – 51% afirmam ter liberdade de decisão –, bem como na definição de fontes a serem ouvidas, 53%. Entre os setoristas, os percentuais são, respectivamente, de 58% e 80%.

O jornalista do SF se vale de um processo de retroalimentação bastante comum à atividade profissional, descrito por Bourdieu, (1997, p. 9) como *efeito circular circulante*. Uma espécie de efeito dominó, em que o conteúdo de um veículo influencia o de outro. A visão dos fatos de um profissional interfere na do colega, mesmo que em veículos concorrentes. Essa rotina de *copiagem intermediária* (BOURDIEU, 1997, p. 166) é um instrumento de complementação, aprofundamento e até de retificação utilizado por alguns meios, em especial os estruturalmente mais frágeis.

A retroalimentação se dá nos dois grupos pesquisados e no SF acontece em dois níveis. Um interno, em que uma mídia do Parlamento influencia a produção de outra. Na *Agência Senado de Notícias* (ASN) e no *Jornal do Senado*, a leitura da produção interna é rotina obrigatória, segundo o *Manual de Redação*. O segundo nível é o externo. Os *JF* se alimentam das informações da imprensa tradicional. Na *Rádio Senado*, a leitura permanente dos jornais e revistas é formalmente recomendada, sendo considerada uma ação para o bom desempenho do radiojornalista.

A retroalimentação se dá em diversos momentos do processo de construção da notícia, atingindo desde o processo de definição e seleção de pautas até o fechamento final do noticiário. Entre os *JF*, 90%

aspectos, notadamente a noção de importância quantitativa, profundidade, estilo de redação ou ponto de observação. A definição do ângulo pode implicar a forma de desenvolver o trabalho, a maneira de relatar (por exemplo, o uso de um personagem para simbolizar uma realidade coletiva), de escrever (privilegiando o ponto de vista de uma fonte ou de várias fontes). Pode ser igualmente aplicada na maneira de observar, um ponto de vista próprio de quem informa. Para o autor, o ângulo deve ser definido como sendo a maneira específica, a escolha das questões e das formas, de um jornalista interrogar a complexidade do real.

têm por hábito se informar previamente lendo outros jornais da imprensa tradicional. No trabalho da *Produção*, tem peso importante a leitura de jornais e de agências noticiosas.

Quanto à alimentação interna, a ASN é a fonte mais procurada, 80% dos jornalistas têm por hábito de nela se informarem previamente<sup>16</sup>. O percentual de leitura do *Jornal do Senado* é de 60%<sup>17</sup>. A Internet se revelou igualmente uma importante fonte para esse grupo de profissionais. Tanto os portais de instituições externas (94%) quanto o portal do próprio SF (70%) são fontes rotineiras de coleta de informações prévias. Os portais externos na *web* têm grau de importância superior ao das fontes pessoais (80%) e se mostram mais importantes do que os colegas de profissão, consultados por seis, entre cada dez, profissionais do Senado. Entre os setoristas, 88% consultam portais na *web* e 58% se informam rotineiramente no portal do Senado Federal<sup>18</sup>. Os objetivos dessa leitura seriam o de obter um melhor conhecimento da atualidade e favorecer a confrontação de diversas interpretações. No Brasil, a consulta à Internet vem-se consolidando como uma prática rotineira dos profissionais (DEL BIANCO, 2004, p. 6). O jornalista acredita estar reduzindo o seu grau de incerteza sobre um determinado tema e busca não ser suplantado pela concorrência.

Esse perfil reforça a importância para os *JF* em trabalhar com informações seguras, tidas como oficiais. Em contraste, para 96% dos jornalistas dos setoristas a consulta às

<sup>16</sup> No grupo de controle, 96% dos jornalistas credenciados ouvidos têm por hábito se informar lendo outros jornais, 30% lêem o *Jornal do Senado* e 60% a *Agência Senado*.

<sup>17</sup> Na obtenção desse percentual, considerou-se apenas as respostas dos profissionais que trabalham nas demais mídias do Senado, desconsiderando-se aqueles que trabalham para o próprio *Jornal do Senado*.

<sup>18</sup> Esse portal costuma disponibilizar a agenda dos trabalhos parlamentares, votações nas comissões e plenário, integrais de projetos de lei, base jurídica, currículos parlamentares, etc.

fontes pessoais é a principal rotina. Eles tendem a não consultar seus colegas de profissão, o que se justifica pela cultura da informação exclusiva, o *furo jornalístico*, da concorrência entre veículos e entre profissionais<sup>19</sup>. Nas *MFSF* não existe essa preocupação, já que a produção é distribuída à imprensa de maneira geral, além, é claro, da difusão direta ao público.

A influência permanece durante o processo de apuração e redação da notícia. A grande maioria dos profissionais ouvidos não vê problemas em se informar à distância ou acompanhar os fatos por meio de transmissão radiofônica ou televisiva de alguma outra emissora tradicional, (84%) e muito menos se a transmissão for da Rádio e/ou da *TV Senado* (94%).

Há, entre os *JF*, uma resistência em se valer de citações aspeadas não presenciadas pelo profissional, mas divulgadas na imprensa tradicional. Enquanto 74% do grupo teste recusa tal prática, a resistência entre os setoristas cai para 66%. O quadro se inverte quando a referência é alguma *MFSF*. A confiança entre os pares faz com que 70% admitam a possibilidade de usar uma citação aspeada, não presenciada pessoalmente, divulgada em algum veículo do SF. O mesmo ocorre para 64% dos integrantes do grupo de controle. Esse

<sup>19</sup> A existência de um sistema competitivo entre os setoristas que cobrem o Congresso Nacional não é aceita unanimemente. O nível de cobrança e de insegurança na imprensa tradicional, em que não há estabilidade no emprego, teria propiciado o surgimento de um mecanismo de autopreservação profissional. Havendo certeza de que seus textos compreendem os mesmos temas do concorrente, o risco de omissão de um tema, de tomar um furo, e, conseqüentemente, de sofrer sanções, é menor. Segundo o jornalista Augusto Nunes, que já passou pela direção de jornalismo de vários veículos brasileiros, está formado, no Congresso Nacional, um verdadeiro pool de Jornalistas para evitar que qualquer colega leve um furo. No fim da tarde, há uma reunião de Jornalistas (de meios diferentes) que trocam frases: por isso você lê a mesma reportagem sobre o Congresso em todos os jornais. (apud VIEIRA, 1991, p. 28). Para mais detalhes sobre o funcionamento da imprensa num sistema de hiperconcorrencial, ver CHARRON e De BONVILLE (2004, p. 273-316).

percentual revela que a imprensa deposita credibilidade nessas *mídias das fontes*. Essa conclusão se reforça com o fato de que 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%.

A retroalimentação se dá igualmente após a redação dos textos: 63% dos *JF* comparam a produção pessoal com a dos veículos concorrentes e 66,7% fazem a checagem junto às mídias internas. No primeiro caso, 75% admitem que, na existência de dados novos, alterariam ou complementarariam o próprio texto e, no segundo caso, o mesmo comportamento subiria a 80%.

O hábito é o mesmo entre os setoristas, 84% comparam suas produções com os veículos concorrentes e 38% com as *MFSF*. No primeiro caso, um entre cada dois jornalistas alteraria ou complementararia seus textos e, no segundo caso, a alteração do texto envolve 74% dos jornalistas. Não se identificou a razão dessa prática, mas o temor em não divulgar uma informação completa, sem erros pode estar na raiz da causa.

## 6. Interlocutores dos jornalistas

Os dois grupos vivem um confinamento, um *isolamento profissional* comum à realidade nacional do setor (HERSCOVITZ, 2000, p. 78). A principal interlocução dos *JF* é *intramuros*. Numa escala de quatro pontos, os colegas de trabalho, com 3,8 pontos, e as chefias superiores, 3,7, se destacam<sup>20</sup>. Os jornalistas de outras empresas (2,7) e os parentes (2,69) formam o segundo pelotão de interlocutores e, praticamente, não existe um *feedback* dos leitores (2,43) e das fontes (2,2). Um cenário semelhante foi identificado no grupo de controle<sup>21</sup>. Nesse grupo,

<sup>20</sup> Os quatro níveis são: 1, inexistência total de qualquer comunicação; 2, raramente; 3, ocasionalmente; e 4, freqüentemente.

<sup>21</sup> Colegas de trabalho, 3,6; chefias e superiores, 3,54; jornalistas de outras empresas, 2,73.

contudo, as fontes (2,52) são interlocutores mais importantes do que os parentes (2,48) e o público (2,48).

As conversas *intramuros*, com chefias e colegas de trabalho, e *intracorporis*, com profissionais de outros meios, são as mais representativas em ambos os grupos. A prevalência de comunicações *intramuros* reforça a idéia da existência de forte peso dos níveis hierárquicos superiores no processo de construção da notícia; principalmente para os profissionais mais jovens, que buscam adotar formas comportamentais e incorporar traços identitários essenciais para serem aceitos no meio, como também constroem um futuro profissional promissor (NEGREIROS, 2004, p. 100).

O diálogo *intracorporis* reflete a necessidade constante em confirmar junto aos colegas as percepções que têm em relação aos fatos (SOUSA, 2000, p. 56) e sugere uma busca de reconhecimento profissional. O prestígio dos jornalistas não é considerado pela sua titulação acadêmica, mas sim pelo reconhecimento da competência entre os colegas de profissão (RIEFFEL, 1984). Isso aporta respeito e credibilidade.

O reconhecimento social *intracorporis* é ainda mais necessário no caso dos JF, pois o segmento profissional é novo. Se não houver *a priori* um reconhecimento pela coletividade jornalística de que essa atividade se insere no território jornalístico, dificilmente a sociedade o verá como tal<sup>22</sup>. O reconhecimento pelo meio permite ainda gerar um referencial junto aos demais meios de comunicação, capaz de destacar o profissional e de inseri-lo no mundo das importantes fontes jornalísticas, o chamado *establishment* – políticos, empresários, *experts*, etc. Um profissional bem conceituado consegue abrir mais facilmente as portas que dão acesso às informações mais importantes.

Essa busca de reconhecimento externo envolve inclusive a participação em concursos nacionais e internacionais de

<sup>22</sup> Para mais informações sobre reconhecimento do território profissional, consultar Ruellan (1993, p. 47).

jornalismo. A *Rádio Senado* já foi agraciada com a medalha de prata do *Unca Awards for Excellence in Journalism –2005*, promovido pela ONU, e a *TV Senado* foi contemplada com prêmio conferido pela CNBB a trabalhos jornalísticos versando sobre o tema inclusão social.

### 7. Nível de satisfação

O modelo produtivo das MFSF não parece afetar negativamente o padrão de satisfação dos JF. É expressivo o volume dos que estão  *muito satisfeitos* com a profissão, 57%, e que estão *razoavelmente satisfeitos*, 27,45%. É mais do que o dobro verificado no grupo de controle. Não existe uma razão preponderante que embase essa satisfação. Entre os cinco motivos mais citados estão: o *salário percebido*, 23%, o *nível de autonomia profissional e a liberdade de expressão no emprego*, 18%, e empatados num terceiro patamar, cada um representando 16%, estão: a *segurança no emprego*, a *possibilidade de ajudar pessoas e a sociedade* e o *tipo de produto jornalístico realizado*.

### 8. Conclusão

Um primeiro balanço nos evidencia que o padrão social dos dois grupos é semelhante. Há, contudo, diferenças no perfil de educação, raça e na forma de exercitar a ideologia. Os JF se mostraram mais veiculados a partidos e ao sindicato da categoria, que é o mesmo para os dois segmentos, e estão submetidos a um modelo de produção da notícia com liberdade limitada. Um modelo que impede a expressão de pontos de vistas ou análises pessoais. Seu trabalho é fortemente hierarquizado, sujeito às normas regimentais do SF e à hierarquia interna às redações. A produção de conteúdos segue um padrão de noticiabilidade com pouco espaço para a participação no processo deliberatório dos chamados profissionais da ponta – repórteres, redatores, produtores, etc.

Em termos de estilo jornalístico, o discurso consiste, preferencialmente, em um relato seco, objetivo dos fatos, que contemple a diversidade ideológica e partidária do Parlamento. A predominância do estilo descritivo não exclui esse gênero informativo da categoria jornalismo. O grau de criticidade de um texto não é o elemento definidor da sua natureza jornalística. O conteúdo do discurso é variável por natureza (DE BONVILLE, 2004, p. 294)<sup>23</sup>.

Essas características não diferem radicalmente das normalmente encontradas no campo jornalístico. O jornalista é sempre constrangido pela política editorial e pela forma de fazer as coisas no veículo para o qual trabalhar (SOUSA, 2000, p. 58). O *savoir-faire* de todos os jornalistas se constrói e se manifesta dentro desse espaço de pressões e restrições e numa estrutura de interdependência, com os níveis hierárquicos mais elevados, colegas e fontes (NEVEU, 2004, p. 43). A *notícia* resulta, assim, de um processo organizado e constrangido por forças internas e externas e o modelo de produção jornalística das MFSF não se difere em gênero da regra universalmente utilizada pelos meios de comunicação, mas talvez o faça em termo de grau.

Por não somar reflexão ou opinião pessoal às emitidas pelas próprias fontes, o jornalismo praticado pelos meios legislativos pode ser considerado *legalista* (LEMIEUX, 1992, p. 31-33). Jardim (2006, p. 16) prefere classificá-lo como portador de um perfil *informativo e equilibrado*. Uma eventual suspeição sobre seu conteúdo não pode ser baseada apenas no fato de os jornalistas trabalharem para as fontes. No jornalismo, de maneira geral, a relação *fonte-jornalista* não é obrigatoriamente de oposição, ela pode ser de *identidade* ou

<sup>23</sup> Aqui nos valem da noção de código explicitada por De Bonville não apenas como um sistema de regras que regulam o discurso jornalístico (estilo, gênero, hierarquização da informação, etc.), mas também como uma regulação da prática e comportamento profissional (CHARRON; DE BONVILLE, 2004, p. 282).

*complementaridade* (DE BONVILLE, 2001, p. 30) e resultar na geração de interesses e de satisfação comuns aos dois pólos da ação informativa (GANS, 1979, p. 116).

Os jornalistas não precisam necessariamente se concentrar apenas nos aspectos negativos do poder (SOUSA, 2000, p. 110) e tampouco as MFSF deixam de noticiar os casos escabrosos, como corrupção e desmandos políticos. A missão dos chamados *jornalistas neutros* se limita a coletar, processar e difundir o mais rapidamente possível as informações. Ou seja, um jornalismo em que o profissional assume a condição de canal de transmissão. Uma tarefa complementar à de *cão de guarda*, pela qual o profissional é mais *participante*, investigador e explorador (JOHNSTONE; SLAWSKI; BOWMAN, 1972, p. 522-540). A missão de *cão de guarda* nas mídias legislativas são repassadas ao próprio público, que a exerce via as transmissões ao vivo, sem cortes ou edição, do que acontece no Parlamento (JARDIM, 2006, p. 8). As MFSF constituem, assim, um instrumento da sociedade ao proporcionar novas bases de informação e de acompanhamento das atividades legislativas (RENAULT, 2004, p. 130).

As barreiras internas ao jornalismo opinativo tendem a ser ultrapassadas, ou pelo menos compensadas, com uma inserção mais plural de fontes e por meio de uma forte grade de programas especiais temáticos, de debates e entrevistas e de documentários; programas normalmente ausentes da mídia privada nacional, cujo modelo comercial impõe espaços menores a produtos midiáticos desse perfil.

O jornalismo praticado pelas mídias do Senado contribui para um processo de transparência, uma ação de *accountability* e é complementar ao modelo investigativo da imprensa tradicional. A pesquisa revelou que, mesmo não sendo investigativa, os setoristas depositam credibilidade no conteúdo informativo das MFSF. A realidade recente do Brasil também demonstra que, em casos não raros, foi a imprensa

tradicional a executora de um jornalismo estrategicamente burocrático ou mesmo omissor de temas considerados inoportunos. Em outros, são as *mídias das fontes* que têm trazido à tona informações socialmente importantes mas desprezadas pelas mídias tradicionais<sup>24</sup>.

### Referências

- ADGHIRNI, Z. Valores-notícia e credibilidade no jornalismo on-line. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO (SBPJOR), 1., 2004, Brasília.
- BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.
- CHARRON, J. Parler de soi en faisant parler les autres: identité journalistique et discours rapporté. In: RIEFFEL, R.; WATINE, T. *Les mutations du journalisme en France et au Québec*. Paris: Panthéon Assas, 2002.
- CHARRON, J.; DE BONVILLE, J. Le journaliste et le marché: de la concurrence à l'hyperconcurrence. In: BRIN, C.; CHARRON, J.; DE BONVILLE, J. (Dir.). *Nature et transformation du journalisme: théorie et recherches empiriques*. Laval: PUL, 2004.
- COMSEFE. *Estatuto social da associação dos profissionais de comunicação do Senado Federal*. Brasília: Senado Federal, 2003.
- DE BONVILLE, J. *Le journalisme dans le 'système' médiatique*. Laval: Mimeo, 2001.
- \_\_\_\_\_. Le métier de journaliste au début du 20<sup>e</sup> siècle vu par un contemporain: de l'utilité des concepts théoriques. In: BRIN, C.; CHARRON, J.; DE BONVILLE, J. (Dir.). *Nature et transformation du journalisme: théorie et recherches empiriques*. Laval: PUL, 2004.
- DEL BIANCO, N. Noticiabilidade no rádio em tempos de Internet. *Anais...* Corvilhão: Lusocom, 2004
- FREITAS, L. C. *A midiaticização do parlamento*. 2004. ?. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Brasília, Brasília, 2004.
- \_\_\_\_\_. <sup>24</sup> Em 2004, praticamente toda a imprensa nacional ignorou os trabalhos da Comissão de Investigação Parlamentar do Banestado, que apurava o envio ilegal de dólares para o exterior. As denúncias chegavam perto demais dos principais meios de comunicação. Só as Mídias do Senado Federal e a Rede Record de Televisão deram cobertura ao fato.
- GANS, H. *Deciding what's news*. New York: Vintage Books, 2004.
- HERSCOVITZ, H. Jornalistas de São Paulo: quem são e o que pensam em comparação aos jornalistas americanos e franceses. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. XXIII, n. 2, jul./dez. 2004.
- JOHNSTONE, J.; SLAWSKI, E.; BOWMAN, W. The professional values of American newsmen. *Public Opinion Quarterly*, [S. l.], p. 522-540, 1972.
- LEMIEUX, C. Les journalistes, une morale d'exception?. In: BOURMEAU, S.; CARDON, D.; LE GAVRE, J. (Dir.). *L'activité journalistique*. Paris: Fond. Nat. des Sciences Politiques, 1992.
- MATHIEN, M. *Les journalistes et le système médiatique*. Paris: Hachette, 1992.
- MCMANE, A. Vers un profil du journaliste occidental. *Réseaux*, Paris, n. 51, p. 67-73, 1992.
- NEGREIROS, J. *Fantasmas ao espelho: modo de auto-representação dos jornalistas*. Coimbra: Minerva Coimbra, 2004.
- NEVEU, É. *Sociologie du journalisme*. Paris: La Decouverte, 2004.
- VIEIRA, G. *Complexo de Clark Kent: são super-homens os jornalistas?*. São Paulo: Summus, 1991.
- PASQUALI, L. *Teoria e métodos de medida em ciências do comportamento*. Brasília: Universidade de Brasília; Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais, 1996.
- RÁDIO Senado: manual de redação. Brasília: Senado Federal, [19--]. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/radio>>. Acesso em: [200-].
- RENAULT, L. *Comunicação e política nos canais de televisão do poder legislativo no Brasil*. Belo Horizonte: ALMG, 2004
- RIBEIRO, J. C. *Sempre alerta*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- RIEFFEL, R. *L'élite des journalistes*. Paris: PUF, 1984.
- \_\_\_\_\_. Vers un journalisme mobile et polyvalent?. *Quaderni*, [S. l.], n. 44, 2001.
- RUELLAN, D. *Le professionnalisme du flou: identité et savoir-faire des journalistes français*. Grenoble: PUG, 1993.
- \_\_\_\_\_. Socialisation des journalistes entrant dans la profession. *Quaderni*, [S. l.], n. 44, p. 137-152, 2001.
- SCHLESINGER, P. Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, N. (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, 1983.

\_\_\_\_\_. *Putting 'reality' together, BBC news*. London: Routledge, 1987.

SCHUDSON, M. Por que é que as notícias são como são. *Jornalismo: comunicação e linguagens*, Lisboa, n. 8, p. 17-27, 1988.

SENADO FEDERAL. *Ato da comissão diretora n. 15 de 2002: boletim administrativo do pessoal n. 2541: edição de 16/05/2002*. Brasília, 2002.

\_\_\_\_\_. *Manual de redação: agência senado e jornal do senado*. Brasília, 2003.

SANT'ANNA, F. *Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo*. Brasília: Casa das Musas, 2005.

SOUSA, J. P. *As notícias e seus efeitos*. Coimbra: Minerva Coimbra, 2000.

TRAVANCAS, I. *O mundo dos jornalistas*, São Paulo: Summus, 1983.

TUCHMAN, G. Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notion of objectivity. *American Journal of Sociology*, New York, v. 77, n. 4, 1972.

TV Senado: manual de redação. Brasília: Senado Federal, 1999. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/tv/conheca/manual/intro.htm>>. Acesso em: [200-].