



Periodismo e interés público. Un análisis de la pluralidad y equilibrio de las fuentes en la producción noticiosa de la Agencia Câmara Notícias

Edgard Patrício¹; Leidyanne Viana Nogueira²

Recibido: 13 de junio de 2018 / Aceptado: 13 de noviembre de 2018

Resumen. En una realidad de extremismos, el acceso a la información es esencial para la deliberación. En ese contexto, se destaca la relación entre periodismo y democracia (McQuail, 2012). Para que se concrete esa relación, el interés público debe ser un principio de la producción periodística (Kovach y Rosenstiel, 2004). Rothberg (2011) y Serrano (2011) apuestan por la pluralidad y el equilibrio de las fuentes como factores del interés público en el periodismo. Este artículo analiza el contenido de interés público en la producción de la Agência Câmara Notícias, vehículo de comunicación de la Cámara de Diputados, en Brasil. Los datos indican que la realización del interés público por medio de la pluralidad de fuentes difícilmente ocurre en al menos el 75,5% de las noticias y que las fuentes ligadas a la coalición de partidos en el poder aparecen cuatro veces más que las referentes a los partidos de oposición.

Palabras clave: Periodismo; interés público; pluralidad; equilibrio; Agência Câmara Notícias.

[en] Journalism and public interest. An analysis of the plurality and balance of sources in the news production of Agência Câmara Notícias

Abstract. In a reality of extremism, access to information is essential for deliberation. In this context, the relationship between journalism and democracy is highlighted (McQuail, 2012). For this relationship to be realized, the public interest must be a principle of journalistic production (Kovach and Rosenstiel, 2004). Rothberg (2011) and Serrano (2011) argue for the plurality and balance of sources as factors of public interest in journalism. This article analyzes the content of public interest in the production of Agência Câmara Notícias, the communication vehicle of the Chamber of Deputies, in Brazil. The data indicate that the realization of the public interest through the plurality of sources hardly occurs in at least 75.5% of the news and that the sources linked to the coalition of parties in power appear four times more than those related to the opposition parties.

Keywords: Journalism; public interest; plurality; balance; Agência Câmara Notícias.

Sumario. 1. Introducción. 2. Medios de las fuentes. Información, ¿al servicio de quién?. 3. La Agência Câmara Notícias. 4. Interés público y periodismo; 5. Interés público y pluralidad. 6. Análisis de la pluralidad como sesgo del interés público en la Agência Câmara Notícias; 6.1. Estrategias

¹ Universidade Federal do Ceará (Brasil)
E-mail: edgard@ufc.br

² Universidade Federal do Ceará (Brasil)
E-mail: leidyanne.viana@gmail.com

metodológicas; 6.2 Corpus para el análisis; 6.3. Análisis empírico; 6.3.1. Pluralidad de las fuentes; 6.3.2. Equilibrio de las fuentes. 7. Consideraciones finales. 8. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Patrício, Edgar y Nogueira, Leidyane Viana (2019): "Periodismo e interés público. Un análisis de la pluralidad y equilibrio de las fuentes en la producción noticiosa de la Agencia Câmara Notícias". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25 (2), 1013-1030.

1. Introducción

Con el desarrollo y la progresiva popularización de Internet, el Periodismo sufre diversas modificaciones para adaptarse a la nueva plataforma. Pero su papel en la sociedad no deja de ser importante. Sin embargo, para que la información y, por extensión, el periodismo tengan la posibilidad de cumplir su papel en la democracia, deben cumplirse ciertos requisitos. Una primera noción fundamental es la del interés público.

Es innegable que la preocupación por la relación periodismo e interés público subsiste en virtud de demandas del público por informaciones serias y relevantes. Así, se habla en el Periodismo como espacio del interés público. El Manual de Redacción de la Secretaría de Comunicación (Secom) de la Cámara de Diputados, del legislativo federal brasileño, apunta el interés público como el principal criterio de noticiabilidad de sus vehículos de comunicación. El foco en el interés público es el principal argumento en la defensa de que esos medios legislativos realizan comunicación pública. Por lo tanto, representa un elemento crucial en la justificación de la propia existencia de tales vehículos ante la sociedad y en su credibilidad, tanto como fuente para la prensa, sino principalmente como medio de información para el ciudadano.

La conexión del periodismo al interés público se debe a la conexión del periodismo a la democracia, al papel que éste asume en esta (McQuail, 2012). Faria (2012) destaca el hecho de que la credibilidad y la fuerza de la prensa están enraizadas, entre otros valores, en el concepto de interés público. Melo (2006) observa que, de la misma forma como la burguesía forjó una noción de Estado como institución al servicio del bien común, ella también fue responsable de una concepción de Periodismo como espacio de interés público, para legitimar su actuación. Christofoletti y Triches (2014) muestran que el concepto de interés público es ampliamente señalado como principio en los códigos de ética de periodistas de varias partes del mundo, sin que haya una definición consensuada sobre el término.

Para ese artículo, procedimos a un análisis empírico en un *corpus* de 110 noticias producidas por la Agência Câmara Notícias. La intención fue percibir el interés público en la forma en que el contenido es desarrollado, evaluando la pluralidad y el equilibrio de fuentes (Rothberg, 2011, Serrano, 2011).

2. Medios de las fuentes. Información, ¿al servicio de quién?

Sant'Anna (2009) denomina 'medios de las fuentes' vehículos o canales de comunicación creados por actores sociales diversos, no periodísticos, que antes

asumían simplemente el papel de fuentes. Por medio de este tipo de iniciativa, tales actores buscan interferir de modo más incisivo en el espacio público, no sólo agendando la prensa, sino también 'hablando' directamente a la sociedad.

Así, los vehículos de las fuentes buscan influenciar a la opinión pública en ausencia del filtro de la prensa y justifican su actuación en función de las deficiencias del Periodismo, que sería marcado por la concentración y por el fuerte direccionamiento editorial. Melo (2006) explica que el Periodismo es una "rama industrial" que asumió poco a poco "facciones monopólicas" (p.339). En vista de este pretexto para el surgimiento de los medios de las fuentes, al menos dos cuestiones se interponen: ¿serían ellas sólo instrumentos de las instituciones a las que se vinculan para moldear la opinión pública en favor de sus intereses? ¿O podrían también volverse para promover el interés público, a través de la difusión de informaciones relevantes para el ciudadano? ¿O pueden aún sus intereses coincidir con el interés público?

Tales ponderaciones deben ser colocadas especialmente cuando se trata de medios institucionales vinculados al Estado, como es el caso de los vehículos de la Cámara de Diputados, instancia del legislativo federal brasileño. Bucci (2008b), al relatar su experiencia al mando de la Empresa Brasileña de Comunicación (EBC)³, repudia perentoriamente que vehículos públicos sean manejados a favor de los gobernantes. Para él, tal actitud configura práctica de patrimonialismo, además de irrespeto grave a un derecho fundamental del ciudadano: el derecho a la información.

En la visión de Sant'Anna (2009), los medios de las fuentes inauguran un nuevo territorio en el Periodismo, que él llama 'Periodismo de las fuentes' o 'Periodismo de influencia'. Para él, el hecho de que estos medios adopten técnicas y rutinas de la prensa tradicional es un factor importante: el lenguaje es la redacción periodística; la periodicidad es regular; la rutina de producción sigue los moldes de las redacciones de la prensa, con el trabajo en equipo, sin la estructura vertical de una asesoría (Sant'anna, 2009). Además, ese autor destaca el hecho de que la prensa es gran usuaria del contenido producido por esos medios.

En cuanto a las influencias editoriales de la institución sobre los vehículos, Sant'Anna (2009) observa que también las empresas periodísticas sufren diversos tipos de presiones. Sin embargo, en el caso de los vehículos vinculados a la Cámara y al Senado, en su evaluación, este aspecto estaría atenuado, por ser instituciones marcadas por la diversidad de fuerzas políticas.

Para Bucci (2008b), sin embargo, aunque la posibilidad de vicio de partidismo sea remota a causa de la diversidad partidaria, el preocupante es el corporativismo: "Por más que presten servicios y que sean útiles a la sociedad, [esos vehículos] buscan, antes, proyectar la imagen de la institución a la que sirven " (p. 263). Si consideramos, en el caso de la Agência Câmara, por ejemplo, que las noticias

³ "EBC es la Empresa Brasil de Comunicação. Ella es pública y fue creada en 2007 para construir un modelo público de radiodifusión, gestionando emisoras de televisión, de radio y agencias de noticias. Con la misión de crear y difundir contenidos que contribuyan a la formación crítica de las personas, EBC tiene su foco en la sociedad. [...] EBC hace la gestión de TV Brasil, TV Brasil Internacional, Agência Brasil, Portal EBC, Radioagencia Nacional y del sistema público de Radio - compuesto por ocho emisoras." Disponible en: <<http://www.ebc.com.br/institucional/lei-de-acesso-a-informação/o-que-e-a-ebc>>. Acceso al 20 de diciembre. 2016.

producidas serán inevitablemente institucionales, por tratar de los acontecimientos de la propia institución, podemos, sin embargo, cuestionar si algunos elementos ideales del Periodismo, como la pluralidad, consiguen sobresalir en esas condiciones de funcionamiento y producción. O, aún, podemos cuestionarnos si puede haber coincidencia entre esos dos tipos de interés, pensando en la posibilidad de que el interés institucional profesado sea el de promover el interés público. Este punto se coloca especialmente para instituciones estatales, como la que dirige el vehículo que estudiamos en este trabajo. ¿Podría entonces el interés institucional coincidir con el interés público?

3. La Agência Câmara Notícias

La Agencia Câmara Notícias (ACN) fue creada para dar más visibilidad a las actividades legislativas, divulgando, en tiempo real, informaciones sobre votaciones en plenario, audiencias públicas en el ámbito de las Comisiones, reuniones de bancadas parlamentarias, entre otras actividades, explica Bernardes (2010).

Además de la cobertura periodística en tiempo real, la Agência ofrece a los internautas informaciones sobre la agenda de votaciones del día, el resumen de la pauta de votaciones de la semana, noticias consolidadas sobre cada hecho noticiado en tiempo real, reportajes especiales que abordan todas las propuestas en tramitación sobre grandes temas (Bernardes, 2010, p. 33).

Según la autora, la Agencia también divulga todas las propuestas (proyectos de ley, propuestas de enmienda constitucional, medidas provisionales etc.) presentadas a la Cámara y promueve la interactividad por medio de charlas entre usuarios, especialistas y parlamentarios, con el objetivo de discutir proyectos en pauta. Los internautas pueden aún inscribirse en el portal para recibir vía e-mail el boletín diario de la agencia, eligiendo sobre qué temáticas desea recibir noticias (Bernardes, 2010).

El Manual de Redacción de la Cámara hace una distinción en la actuación de sus cuatro vehículos de comunicación, que resultaría en diferencias de contenido: mientras que las emisoras de Radio y TV tienen como destinatarios directamente al gran público, es decir, los ciudadanos, el Diario y la La Agência, principalmente ésta, tiene como público objetivo otros órganos de la prensa, actuando como fuentes de otros vehículos. Por su parte:

[...] el Diario y, principalmente, la Agência son fuentes de informaciones emanadas de la Cámara de Diputados y, por eso, tienen como principal misión divulgar, extensiva e intensivamente, las actividades legislativas de la Casa - especialmente aquellas que, históricamente, la atención viene mereciendo de la prensa dicha de mercado, sobre todo los trabajos de las comisiones técnicas (Malavazi, 2004, p. 20).

Por tener el soporte digital, la Agência tiene la ventaja de constituir la memoria de la Cámara, pudiendo exhibir contenidos que revelan la historia del proceso legislativo, con un carácter informativo inigualable por los otros vehículos. En el caso de los medios digitales, que permite al público elegir los contenidos que desea

acceder, la Agencia es el vehículo con el carácter más informativo de todos de la Cámara (Bernardes, 2010, p. 180).

En la entrevista más reciente con las editoriales jefas de la Agência, sin embargo, queda claro que, en la práctica, el ciudadano es visto como público de sus informaciones: "el objetivo de la Agencia es llevar información de calidad sobre los trabajos de la Cámara para el ciudadano"⁴, con el fin de dar transparencia a lo que sucede en la Casa. A partir de esto, podemos decir que hay tres tareas de la Agência Câmara Notícias: (1) la promoción de la transparencia de las actividades de la Cámara de Diputados; (2) proporcionar información de interés público a los ciudadanos; (3) alimentar la prensa de hechos con valor periodístico ocurridos o a ocurrir en la Cámara.

A pesar de la indicación de que la pauta se define a partir del interés público, se percibe que éste no es diferenciado de la noción de interés del público: una de las editoras afirma, por ejemplo, que los criterios son "decididos en el día a día -dice, teniendo en cuenta el número de reporteros y los asuntos que están en la pauta. El pleno es siempre prioridad. Las CPIs⁵ también tienen bastante interés del público. Y audiencias de temas relacionados con proyectos de gran interés de la sociedad"⁶.

En cuanto a la elección de las fuentes, según las editoriales-jefas, se adopta la siguiente regla: escuchar a los parlamentarios involucrados en el asunto (autores de los proyectos, ponentes, diputados que participan en la discusión), y, en caso de 'repercusión', oír los dos lados, los cuales serían, según ellas, el gobierno y la oposición. En otros casos, los dos lados también pueden ser buscados en cuanto al posicionamiento divergente sobre el asunto. Además, resaltan que la participación de fuentes externas no es práctica común en las materias de la Agência, pues, como el material es originario principalmente de los eventos realizados en la Cámara, las fuentes externas son los participantes de las audiencias públicas.

Se ve, así, que los profesionales buscan guiarse por procedimientos comunes de la práctica periodística, pero quedan limitados a los 'muros' de la Cámara. Hasta qué punto es posible realizar el interés público y la pluralidad con tal restricción es un cuestionamiento que haremos en este trabajo.

4. Interés público y periodismo

La conexión del periodismo al interés público se debe a la conexión del periodismo a la democracia, al papel que éste asume en esta. McQuail (2012) verifica este hecho para los medios de comunicación de forma general:

La existencia de algún tipo y de un cierto grado de interés público en la operación de los medios masivos ya ha sido clara y ampliamente aceptada, y eso tiene mucho que ver con el surgimiento de la democracia y de una 'esfera pública', en la que se forman las opiniones y expresadas por ciudadanos basados en el conocimiento común y en valores ampliamente promovidos (p. 19).

⁴ Entrevistas realizadas por e-mail con el director y las editoriales-jefas de la Agência Câmara, el 14/10/2015, 23/12/2015 y 02/06/2016, respectivamente.

⁵ Comisiones parlamentarias de investigación.

⁶ *Op. cit.*

Según Silva (2002), "La publicidad (en el sentido de visibilidad) de los hechos de interés público es condición *sine qua non* para la existencia de un contexto de democracia y manifestación del pensamiento" (p. 59, grifo del autor). Habría, pues, un valor de interés público vinculado a los hechos. Pero ¿qué sería el referido 'interés público' en el que los actores sociales del Periodismo dicen basarse? ¿Y qué serían hechos de interés público?

Faria (2012) destaca el hecho de que la credibilidad y la fuerza de la prensa están enraizadas, entre otros valores, en el concepto de interés público. Melo (2006) observa que, de la misma forma como la burguesía forjó una noción de Estado como institución al servicio del bien común, ella también fue responsable de una concepción de Periodismo como espacio de interés público, para legitimar su actuación. Según Gomes (2004), la prensa nace ligada fundamentalmente a los intereses de la burguesía en ascenso, sirviendo de instrumento en la lucha contra el Estado aristocrático. En un momento posterior, de acuerdo con Pena (2013), el propio Estado percibe que podría valerse de la prensa para moldear la opinión pública. Se tienen entonces casos de aglutinación entre Estado y prensa. Más adelante, con la conquista del poder por la burguesía, se ve la división entre periódicos oficialistas y periódicos de oposición, que asumen la forma de 'prensa de partido' (Gomes, 2004).

Una nueva transformación se desarrolla a lo largo del siglo XX, cuando la industria de la información asimila la prensa y transforma el Periodismo en negocio. Gradualmente, entonces, se consolida un modelo en que la autonomía y la independencia son percibidas como valores centrales, alejando al Estado, al menos de manera directa, de su esfera de actuación:

Así, en medio de la reconfiguración de la actividad periodística, el concepto de interés público se inserta como requisito fundamental. No fuera por él, no se justificaría la confianza del lector ni, por consiguiente, el consumo de sus informaciones. Es decir, estaría amenazada la propia supervivencia en el mercado periodístico.

Christofolletti y Triches (2014) muestran que el concepto de interés público es ampliamente señalado como principio en los códigos de ética de periodistas de varias partes del mundo, sin que haya una definición consensuada sobre el término. A pesar de la imprecisión, subrayan que tal noción ha ganado a veces el principio fundamental, siendo utilizado para herir incluso principios consolidados en el ámbito del derecho internacional, como la presunción de inocencia y la privacidad.

[...] el "interés público" es un valor que dilata los límites autoimpuestos por los periodistas, permitiendo grietas peligrosas, ya que el concepto carece de definición más nítida y universalmente aceptada. Todo o casi todo se puede hacer en su nombre. Sin embargo, lo que llama la atención es que muy pocos códigos determinan lo que viene a ser "interés público", dando margen para un grado inmenso de subjetividad en el juicio de acciones (p. 501).

Según Helds (1970, citado por Mc Quail, 2012), hay tres principales variantes de las teorías de interés público: (1) la teoría de la dominación, que cree que el interés público se define de manera mayoritaria, es decir, de acuerdo con la elección de la mayoría; (2) la teoría del interés común, que se refiere a casos en que se cree que los intereses son comunes a todos los miembros de la sociedad; (3) la

teoría unitaria, que se basa en la idea de que hay un esquema de valores en que lo que es válido para uno es válido para todos. Para McQuail (2012), cuando se piensa en la comunicación pública, los abordajes mayoritario y unitario pueden ser descartados: la primera no da cuenta de cuestiones a largo plazo, de naturaleza técnica o que se refieren a la minoría, mientras que la segunda presenta a menudo una naturaleza autoritaria, paternalista o idológicamente discutible. Por lo tanto, queda la variante que apunta a un 'interés común'.

Tal definición, sin embargo, se muestra bastante amplia, no pudiendo ser tomada al pie de la letra. Transplantada para el Periodismo, por ejemplo, podríamos cuestionar: qué tipo de pauta / materia / asunto diría respecto a toda la colectividad? Necesitamos considerar que las noticias también son elaboradas, y así deben ser, en base al interés de parcelas de la sociedad. Por ejemplo, información sobre la declaración del impuesto sobre la renta, en 2016, interesaba de manera directa a 28 millones de personas⁷, o cerca del 15% de la población brasileña. ¿Dejaron las noticias sobre ese asunto de tener relevancia social, o, como es el caso, interés público? Evaluamos, entonces, que ese concepto necesita ser apropiado bajo la percepción del Periodismo.

Vidal (2009) relaciona el concepto de interés público con la ciudadanía, em que se percibe la existencia de un valor de interés público asociado al contenido o a la calidad informativa de una noticia:

[...] se puede conceptualizar la noticia de interés público como aquella que contribuya al desarrollo intelectual, moral y físico del ciudadano, con informaciones que posibiliten al lector reflexionar y tomar decisiones en relación al gobierno, a la salud, a la seguridad, a la educación, al trabajo, en fin, a ejercer la ciudadanía. En suma, la noticia de interés público ha agregado a su valor-noticia un valor de ciudadanía. Es el valor que posibilita al ciudadano tener integración y participación en la vida en sociedad (p. 85).

¿En qué medida los valores de interés público tienen la oportunidad de prevalecer en la prensa ante su realidad ambigua y contradictoria? Para Kovach y Rosenstiel (2004), el primero y el segundo elementos esenciales del Periodismo, respectivamente, son el compromiso con la verdad y la lealtad con los ciudadanos, los cuales asegurarían la atención al interés público y, además, garantizarían el propio éxito comercial de una empresa periodística. La atención al interés público sólo puede ocurrir, sin embargo, con independencia editorial, como resalta Bucci (2008a), es decir, desde que haya "autonomía para averiguar, investigar, editar y difundir toda información que sea de interés público, el interés del ciudadano y no permitir que ningún otro interés perjudique esa misión" (p. 52).

5. Interés público y pluralidad

A pesar de la discusión sobre el hibridismo que puede caracterizar los vehículos públicos, Rothberg (2011) defiende que el Periodismo (tanto el practicado por los

⁷ Ver en: <<http://g1.globo.com/economia/imposto-de-renda/2016/noticia/2016/04/faltando-1-dia-para-o-prazo-final-mais-de-6-milhoes-ainda-nao-declararam-ir.html>> Acceso en: 15 mayo 2016.

vehículos públicos como los privados) puede hacerse público desde que los medios de comunicación adopten la pluralidad y el equilibrio como valores editoriales.

Son cualidades que significan medios para proporcionar la comprensión de la legitimidad de las demandas ajenas, orientando un recorrido en el cual las aspiraciones individuales tienden a abandonar el carácter de posicionamientos autocentrados e intolerantes, para ganar el status de aspiraciones que aceptan ser equilibradas por políticas de atención al interés de la colectividad. El campo social tiende a dejar de ser visto como un juego de suma cero (aquel en el cual, necesariamente, uno debe perder para el otro ganar), para asumir el imperativo democrático de la socialización del bien común (Rothberg, 2011, p. 197).

Es decir, la pluralidad y el equilibrio, esenciales para la convivencia democrática, son elementos cruciales para que se camine hacia la realización del interés público. Como valores periodísticos, son elementos fundamentales para un mayor nivel cualitativo de la información, es decir, contribuyen a una mayor informatividad y, consecuentemente, a una formación política más consistente de los ciudadanos que constituyen su público. Rothberg (2011) resalta, además, el papel del Estado en el establecimiento de reglas para asegurar el interés público en el mercado de comunicación.

Cuando no reconoce el valor del pluralismo de informaciones e interpretaciones como meta central para la actividad periodística comprometida con el fortalecimiento de la democracia, el periodismo renuncia a propósitos más elevados y acepta como inevitable, la propagación sectaria de visiones particulares (Rothberg, 2011, p. 196).

Según Cornu (1998), las teorías liberales clásicas defienden, en lo que se refiere a los medios, el principio del libre mercado de la información y de las ideas, "cuyo objetivo es garantizar el pluralismo como condición de emergencia de la verdad" (p 111). Es decir, el pluralismo se asocia también a una lógica liberal. La teoría liberal moderna, asociada a la idea de libre mercado como instrumento de regulación natural, sin embargo, resalta el autor, acepta con más facilidad la idea de una intervención del Estado y de una autorregulación profesional como medidas para garantizar un auténtico pluralismo. Para él, "de la amplitud del campo de la información dependen las dimensiones del espacio público, como lugar simbólico de discusión de las cuestiones relativas al bien común" (Cornu, 1998, p. 180).

A partir de la percepción de que el "interés público es el interés en el desarrollo de una sociedad nacional como un todo, en la forma de distribución generalizada del bienestar" (Rothberg, 2011, p. 198), además de entender que el fortalecimiento del interés público depende de mecanismos que resguarden los intereses privados de los sectores económicamente más débiles y que es verdad que existen colisiones, muchas veces, entre intereses individuales y el bienestar colectivo, Rothberg (2011) defiende la pluralidad en la actividad periodística:

De ahí el papel del periodismo, en una democracia, de contribuir a dar a los ciudadanos una visión amplia de los caminos y descaminos por los cuales el Estado gestiona el conflicto social moderno, a partir de un tratamiento plural y equilibrado de las diversas perspectivas en él implicadas (p. 199).

Gentili (2002) apunta que la gradación democrática de una determinada sociedad dependerá de la medida en que prevalezca un 'consenso' en el pluralismo, el cual sería un espacio marcado por la convivencia y la tolerancia con la diferencia. Polo (2004) argumenta a favor de la conexión entre el pluralismo y la democracia: "La representación justa, equilibrada e imparcial de todas las opiniones y puntos de vista políticos, lo que generalmente consideramos como pluralismo, es un componente fundamental en el funcionamiento de las democracias" (p. 1). Así también defiende Serrano (2011), para quien el pluralismo es uno de los valores fundamentales de la democracia: "cuando teoriza la relación entre medios y democracia, el acceso de todos los ciudadanos a una información plural y diversa emerge como condición fundamental" (p. 15).

Para Odugbemi y Norris (2009), la promoción de la pluralidad de intereses, voces y puntos de vista es uno de los papeles esenciales a ser cumplido por el Periodismo en las sociedades democráticas, a fin de posibilitar la formación de una opinión pública informada y la promoción de un público debate racional sobre las cuestiones públicas. Motta y Alencar (2007) asocian el ejercicio pleno de la ciudadanía a la existencia de una cobertura periodística diversificada, que tenga en cuenta la multiplicidad de actores sociales y de centros de poder de la sociedad.

De ese modo, se ve que la pluralidad o pluralismo se presenta como una condición para la realización discursiva del papel a ser ejercido por el Periodismo, o sea, para que éste pueda efectivamente ejercer su papel de auxiliar de la democracia y de la ciudadanía. Así pues, se puede decir que, para que el interés público sea realizado, la pluralidad es uno de los elementos que debe ser buscado.

6. Análisis de la pluralidad como sesgo del interés público en la Agência Câmara Notícias

6.1. Estrategias metodológicas

Señalando que el análisis de contenido trabaja con "la materialidad lingüística a través de las condiciones empíricas del texto" (Caregnato & Mutti, 2006, p. 683), y que, además, permite analizar un gran volumen de datos, resolvemos adoptar este método. El análisis aquí desarrollado se basa en al menos tres procedimientos descritos por Bardin (1979): la categorización, la inferencia y el tratamiento informático de los datos, del modo explicado a continuación.

Con base en la discusión teórica desarrollada y en las cuestiones que planteamos, el análisis empírico será desarrollado por la verificación del interés público partiendo del análisis de la pluralidad y equilibrio de las fuentes en las noticias de los temas predominantes. Así, queremos responder al siguiente: ¿las noticias de la Agência Câmara tienen potencial de atender al interés público por el contenido que traen? En este análisis, se vuelve a la pluralidad en virtud de su importancia para el contexto democrático y en virtud de ese principio ser destacado por los profesionales de la Secom, según lo indicado por Queiroz (2007) y constatado en las entrevistas que realizamos.

Por lo tanto, proponemos analizar la pluralidad en el noticiario de la Agência por medio de la evaluación de la pluralidad de fuentes, que debe indicarnos la

representación de las fuerzas y corrientes políticas, ideológicas, culturales y sociales existentes en la sociedad, como propuso por Serrano (2011). Esta es una forma de percibir la representatividad de los diversos segmentos sociales en los textos, como se hizo en Motta y Alencar (2007), en Guerra, Christofolletti, Baldessar y Lima (2013) y en Patrício y Nogueira (2016). En el caso de Bardin (1979), se definen las categorías de fuentes a partir de la lectura de las materias. Así, siguiendo un procedimiento usual en análisis de contenido, debemos limitarnos a los contenidos manifiestos en los textos, haciendo interpretaciones a partir de los datos obtenidos.

Así, en el transcurso de la lectura de las materias, las fuentes serán agrupadas de acuerdo con sus segmentos, procediendo al conteo de la cantidad de fuentes por segmento, de la cantidad de noticias con cada categoría de fuente, así como del espacio dado a cada segmento en las noticias. Este último, el espacio, se medirá por número de líneas, a fin de verificar si hay equilibrio entre las fuentes en el conjunto de materias considerado.

6.2. *Corpus* para el análisis

Seleccionamos las noticias a ser analizadas en cinco días aleatorios del año 2016, para constituir una semana artificial, como sugiere Bauer (2000, apud Herscovitz, 2010). Hemos hecho la composición de la muestra tomando meses alternados, a partir del mes de inicio de una sesión legislativa, es decir, febrero, y recogiendo un día de la semana de cada mes, de la siguiente manera: el lunes con más noticias de febrero (02/15/2016); el martes con más noticias de abril (26/04/2016); el miércoles con más noticias de junio (01/06/2016); el jueves con más noticias de agosto (25/08/2016); y el viernes con más noticias de octubre (14/10/2016). La aleatoriedad apunta a ofrecer un elemento de objetividad en la selección del *corpus*, evitando orientaciones o sesgos en la elección. Incluso trabajando con la aleatoriedad, otros factores podrían ‘dirigir’ los resultados de los análisis. Por ejemplo, proyectos polémicos, hechos involucrando al presidente de la Casa, situaciones extremas, que, al principio, no tendrían como ser abarcadas por esa aleatoriedad. Sin embargo, tal procedimiento es el más seguro para huir de estos sesgos. Llegamos entonces a 211 noticias.

Tabla 1. Selección de noticias para análisis. Fuente: elaboración por los autores

FEBRERO	ABRIL		JUNIO		AGOSTO		OCTUBRE		
LUNES	MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES		
01/02/2016	18	05/04/2016	49	01/06/2016	77	04/08/2016	18	07/10/2016	19
08/02/2016	00 ⁸	12/04/2016	51	08/06/2016	60	11/08/2016	17	14/10/2016	30
15/02/2016	18	19/04/2016	31	15/06/2016	73	18/08/2016	11	21/10/2016	19
22/02/2016	10	26/04/2016	55	22/06/2016	48	25/08/2016	31	28/10/2016	0
29/02/2016	16			29/06/2016	40				

Para este análisis, nos concentramos en las noticias que trataron de los temas cuyo abordaje se hizo en al menos dos materias, lo que genera un *corpus* de 110

⁸ El día 08/02/2016 corresponde a un lunes de Carnaval (día festivo), cuando no hubo funcionamiento de la Cámara de Diputados.

textos. Es importante enfatizar que no estamos igualando el interés público al interés periodístico. Si estamos tomando este como base para el análisis, se debe al hecho de que el discurso de los propios productores del vehículo que analizamos afirma una actuación pautada en el Periodismo. Es decir, enfocamos el interés público vinculado al interés periodístico porque la producción de la Agência es periodística, según los propios profesionales.

6.3. Análisis empírico

6.3.1. Pluralidade de las fuentes

En las 110 noticias analizadas, se identificaron 200 fuentes, lo que nos lleva a una media de 1,8 fuente por materia. Considerando que las fuentes son las voces que tienen acceso al espacio público a través del vehículo que analizamos, ese número indica que ni siquiera el principio de los dos lados se contempla en las noticias. Estimando los datos, tenemos que:

- a) 62% de las materias quedaron por debajo de la media: 33 noticias (30%) con ninguna fuente y 35 noticias (32%) con sólo una fuente;
- b) el 38% se mantuvo por encima de la media, siendo: 14 noticias (12,5%) con 02 fuentes, 05 noticias (4,5%) con 03 fuentes y 23 noticias (21%) con 04 a 09 fuentes.

Tales cifras indican que la realización del interés público por medio de la pluralidad de fuentes difícilmente ocurre en al menos el 75,5% de los casos, es decir, en el conjunto de noticias con 00, 01 o 02 fuentes. En el 24,5% de las materias (las que tuvieron más de 03 fuentes), la posibilidad de alcanzar la pluralidad es mayor. Además, puede haber materias con varias fuentes sin haber pluralidad si todas ellas enuncian puntos de vista afines, como observa Benetti (2006), al abordar la polifonía en el discurso periodístico. Tales salvedades sirven para justificar por qué no podemos ser determinantes en relación a decir que las materias son o no plurales sólo por el número de fuentes. Se muestra necesario, entonces, identificar los tipos de segmentos de fuentes de las materias, que presentamos en la tabla siguiente:

Tabla 2. **Cuadro general de fuentes en las 110 noticias analizadas.** Fuente: elaboración por los autores

Categorías	Cantidad de fuentes	Cantidad de noticias por tipo de fuente
Parlamentares de la base del gobierno Temer ⁹	87	55

⁹ Reconocemos las dificultades en agrupar a los parlamentarios en grupos ideológicos o formaciones ideológicas, en el sentido del análisis del discurso. A pesar de que los partidos brasileños se declaran como de izquierda, de centro-izquierda, de centro, de centro derecha etc., entendemos que su posición de alineamiento al gobierno o de oposición es, muchas veces, más determinante que sus matrices ideológico. Hemos tenido una dificultad más en virtud de nuestro corpus de estudio haber caído en un período en que hubo cambio de gobierno. El día 12/05, la presidenta Dilma Rousseff es suspendida del cargo, comenzando entonces a constituirse el gobierno de Michel Temer; el día 31 de agosto, Dilma es alejada definitivamente del cargo. De este modo, consideramos más coherente la categorización de los parlamentarios en función del apoyo al gobierno de Michel Temer, teniendo en cuenta que ese grupo fue prácticamente el mismo que

Parlamentarios de la oposición al gobierno Temer	32	30
Fuentes del Ejecutivo	03	03
Fuentes del Poder Judicial	10	10
Fuentes del Ministerio Público	01	01
Entidades gubernamentales	03	03
Empresas, entidades empresariales o sus representantes	05	03
Entidades civiles o sus representantes	12	09
Especialistas o investigadores	11	09
Otras autoridades	02	02

Por lo que observamos en la tabla anterior, hay una superconcentración de las noticias en fuentes parlamentarias: 119 de las 200 fuentes son de esa categoría, o sea, el 59,5%. El estudio de Patrício y Nogueira (2016) también constató el predominio de ese tipo de fuente, pero con un número menor: el 46,4% de las fuentes de 115 materias. Pensamos que esa considerable elevación puede haber sido ocasionada por la peculiaridad de dos eventos de los que trataron las materias: el impeachment de Dilma Rousseff y la casación de Eduardo Cunha. Con el fin de probarlo, excluimos las 36 noticias sobre estos dos temas del conteo: quedan entonces 74 noticias, con un total de 99 fuentes, siendo 59 fuentes parlamentarias, que, coincidentemente, representan el 59,5% de las fuentes. Si en ese estudio se consideró que la concentración en torno a fuentes parlamentarias evidenciaba la lógica de los vehículos de dar visibilidad a las actividades legislativas, de las cuales los parlamentarios son los principales agentes, creemos, además, que, por los nuevos números, en vez de la búsqueda por una diversificación de las fuentes, de 2015 a 2016, hubo un movimiento de mayor concentración, lo que denota un camino anverso a la búsqueda de la pluralidad¹⁰.

Se constata, además, una gran predominancia del grupo de apoyo al gobierno que vendría a ser constituido por Michel Temer en relación al grupo y parlamentarios de partidos de oposición a él: el 43,5% de las fuentes son del primer grupo, mientras que el 16% son del segundo. Es decir, casi tres veces más parlamentarios de la base de apoyo a Temer que de la oposición. La comparación de los números aquí encontrados con lo que fue constatado en Patrício y Nogueira (2016) indica un retroceso aún mayor en relación a la pluralidad. En esa ocasión se verificó un equilibrio entre los dos grupos políticos, siendo el 23,7% de las fuentes de parlamentarios de la oposición y el 22,7% de parlamentarios de la base. También en relación al número de noticias en que son fuentes, se observa una gran

se constituyó antes del nuevo gobierno, a partir del apoyo al impeachment. Así, los partidos de oposición al gobierno Temer son sólo cinco: PT, PCdoB, Psol, Rede y PDT; todos los demás son de su base de apoyo, una tasa de adhesión del 88% en la Cámara, conforme a materia de Estadão, disponible en: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,taxa-de-adesao-a-temer- chega-a-88-na-camara,10000096545>>. Acceso en 10 mar. 2017.

¹⁰ El cambio ocurrido en marzo de 2015, cuando el mando de la Secretaría de Comunicación de la Cámara pasa a manos de parlamentarios, puede haber tenido influencia sobre ese cuadro, ya que es posible que la presión del medio político sobre los periodistas se haya intensificado. Las denuncias de parlamentarios del Psol (Partido Socialismo y Libertad) de que estarían siendo vetados en la programación de la TV Câmara son sólo un caso que llegó a hacerse público de ese tipo de presión. Tal hecho necesitaría un análisis más amplio, no cabiendo en los objetivos de este trabajo.

diferencia entre los dos grupos: los de la base están en el 50% de las noticias, mientras que los de la oposición ascienden en un 27%.

Si los parlamentarios son las voces mayoritarias en las noticias, eso indica que los otros actores sociales no tienen mucha relevancia en las coberturas de la Agência. En la Tabla 2, verificamos una bajísima presencia de fuentes de los otros poderes: el Ejecutivo representa sólo el 1,5%, y el Poder Judicial, el 5%. En el caso de que el presidente del Supremo Tribunal Federal (STF), y de la votación del reajuste de servidores del STF, que se hace a partir de un proyecto elaborado por el propio Supremo. El número ínfimo de fuentes del Ejecutivo es un punto a destacar. Considerando que la Cámara legisla, en gran medida, en función de propuestas de interés del gobierno, o, por otra parte, que ella aprueba cuestiones que tienen consecuencias sobre la gobernabilidad, entonces, el diálogo entre los dos poderes es un punto crucial para los destinos del país. Sin embargo, esta relación no aparece en las noticias, ya que no se tienen acceso a las perspectivas del Ejecutivo. Tal marco se asocia con una visión institucional de los vehículos, en que lo que importa es destacar los logros de la Cámara.

Llama atención, además, la insignificante participación de fuentes del Ministerio Público (MP) en las noticias: es sólo una de las 200 fuentes (0,5%). Según la Constitución brasileña, corresponde al MP "la defensa del orden jurídico, del régimen democrático y de los intereses sociales e individuales indisponibles"¹¹. Se puede decir, así, que si el objetivo de la pluralidad estaba siendo buscado en la Agência, el MP representaría una importante fuente en la discusión de diversos temas debatidos en la Cámara. Las entidades gubernamentales, como la Agência Nacional de Telecomunicaciones (Anatel) y el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), también ejerce una función similar, pero representan en las noticias analizadas sólo el 1,5% de las fuentes.

Los datos de la Tabla 2 nos ofrecen otra evidencia, también constatada en análisis anteriores: la baja participación de la sociedad civil en las materias de la Agência (14% en total). La categoría 'Empresas, entidades empresariales o sus representantes' presenta 05 fuentes en las materias (2,5%); "Entidades civiles o sus representantes", 12 fuentes (6%); y "Expertos o investigadores", 11 fuentes (5,5%). Se percibe, por fin, que los ciudadanos están completamente excluidos de las noticias de la Agência como fuentes. Una de las editoriales-jefes explica que la participación de fuentes externas no es práctica común en las materias de la Agência. Según ella, como el material es originario principalmente de los eventos realizados en la Cámara, las fuentes externas son los participantes de las audiencias públicas. La información se confirma en el *corpus* analizado: las fuentes de la sociedad civil oídas en las materias fueron solamente aquellas que participaron de actividades en la Cámara, como las audiencias públicas, que, en el caso, fueron dos: una que trató de la suspensión del Whatsapp, el día 01 / 06/2016; y otra a respecto de las alteraciones en el marco regulatorio del pre-sal, el día 26/06/2016.

¹¹ De la Constitución Federal, Art. 127. Disponible en: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acceso en 15 mar. 2017.

6.3.2. Equilibrio de las fuentes

En cuanto al procedimiento de medición del espacio dado a las fuentes por medio del número de líneas, el espacio medido es aquel ocupado por la propia fuente, por declaraciones suyas, directas o indirectas, es decir, es un espacio ocupado para defender sus puntos de vista. No lo cabe, en un primer momento, se hablar en aparición negativa. Así, ponderamos que la evaluación del espacio ocupado puede sufrir variaciones en los resultados que encontramos si se coloca el factor posicionamiento o lugar destacado dado en las materias, aspectos no verificados en este trabajo. Medimos el espacio dado a las fuentes por el número de líneas y llegamos al siguiente:

Tabla 3. Espacio dado a las fuentes en las noticias analizadas. Fuente: elaboración por los autores

Categorías	Cantidad de fuentes (A)	Espacio de las fuentes (en número de líneas) (B) ¹²	Media (A / B) (líneas por fuentes) ¹³
Parlamentares de la base del gobierno Temer	87	397	05
Parlamentarios de la oposición al gobierno Temer	32	100	03
Fuentes del Ejecutivo	03	33	11
Fuentes del Poder Judicial	10	54	05
Fuentes del Ministerio Público	01	4	04
Entidades gubernamentales	03	35	12
Empresas, entidades empresariales o sus representantes	05	35	07
Entidades civiles o sus representantes	12	91	08
Especialistas o investigadores	11	95	09
Otras autoridades	02	05	03

La tabla anterior confirma el predominio de las categorías de fuentes ya verificadas por el número de fuentes de cada categoría, lo que ya se esperaba debido a la gran diferencia observada. La prevalencia del espacio dado a algunas fuentes en relación a otras aún fue superior: si el número de fuentes de parlamentarios de la base es casi tres veces el número de la oposición, el espacio de los primeros (397 líneas) es prácticamente cuatro veces el de los últimos (100).

Por otro lado, el predominio de las fuentes del tipo parlamentario en relación a todas las demás disminuyó en relación a lo constatado por el número de fuentes: si las fuentes parlamentarias representaron el 59,5% del total de fuentes, el espacio ocupado es 46% (el total de líneas contabilizadas fue 1.083). Tal reducción muestra que, cuando se oyen fuentes no parlamentarias, éstas acaban ganando destaque. Es exactamente lo que muestran las medias mostradas en la tabla: a excepción de las fuentes del Ministerio Público y de otras autoridades, todas las otras categorías de fuentes tuvieron un promedio de espacio igual o superior a la de los parlamentarios.

¹² El espacio de las fuentes que no forman parte de las categorías aquí enumeradas (los abogados y los responsables del juicio de Dilma y de Eduardo Cunha) fue de 234 líneas.

¹³ Valores redondeados.

El destaque dado a fuentes externas fue un punto identificado por Bernardes (2010).

El destaque mayor dado a las fuentes externas sigue siendo evidente cuando excluimos del análisis las noticias sobre el impeachment de Rousseff y sobre la casación de Eduardo Cunha, ya que el grupo de fuentes presentes en esas noticias ocupó un espacio relevante (234 líneas), pero no se pudo agrupar en ninguna de las categorías identificadas. En las 74 noticias, sin estos dos casos, el total de espacio dado a las fuentes fue de 555 líneas, siendo: 232 líneas para los parlamentarios (42%), y 323 para fuentes no parlamentarias (58%). En el caso de las fuentes parlamentarias (264 líneas) fue prácticamente igual al espacio de fuentes no parlamentarias (263 líneas). Esto puesto, queda claro que la superconcentración en torno a fuentes parlamentarias se debe tanto a las condiciones de la cobertura de la Agência en cuanto al tipo de evento que cubre.

7. Consideraciones finales

Los resultados hasta aquí encontrados nos llevan a los siguientes cuestionamientos: ¿sería posible esperar la pluralidad en las materias si no hay pluralidad en los propios debates ocurridos en la Cámara? Si, por otro lado, hay una prevalencia de una fuerza sobre la otra, las noticias deben reflejar tal dominio o deben buscar la pluralidad y el equilibrio? Además, sería correcto pensar que algunas materias, algunos tipos de asunto o hecho necesitan ser tratados periodísticamente con pluralidad y equilibrio, mientras que otros no demandan esos criterios?

Consideramos que la restricción de la cobertura a los hechos ocurridos y las palabras pronunciadas en la Cámara (o en el Senado, en casos excepcionales, como el *impeachment*), configura un obstáculo grave a la realización de la pluralidad. Significa que la pluralidad de las noticias depende de la pluralidad del Parlamento, casi como un reflejo institucional de él. Es necesario resaltar, además, que las versiones de los dos lados de la historia, máxima del Periodismo, no es exactamente lo que se defiende al hablarse en pluralidad. Bernardes (2010) relata casos que revelan cuánto los periodistas de la Cámara quedan, en cierto modo, paranoicos, con la exigencia de mostrar los dos lados, las dos versiones, que, incluso en situaciones en que se produce una unanimidad, como cuando se vota algún proyecto que beneficie de modo claro a la sociedad, los editores exigen que los reporteros busquen declaraciones de alguien contrario y alguien favorable. Es una medida adoptada para garantizar la exención en las noticias, que es lo que confirman los editores en las entrevistas que realizamos para esta investigación.

En el caso de las noticias sobre el impeachment, por ejemplo, la limitación de las fuentes a las partes involucradas acaba generando una dicotomía, una narrativa de conflicto, muy distante de configurar una narrativa plural. En casos así, marcado por dos lados en lucha política, dos ideas opuestas (condena de la presidenta X absolución de la presidenta), ¿cómo las noticias pueden buscar la pluralidad? Ponemos lo siguiente: ¿es posible retratar con pluralidad un hecho que envuelve una ávida disputa política solamente con las voces de los propios involucrados, es decir, de aquellos que presentan intereses, motivaciones ideológicas, etc.?

Para revestir la cobertura de pluralidad, pues pensamos que es esencial en todo caso, creemos que hay que contar con fuentes que estén fuera del juego político. Especialistas en Derecho Constitucional, por ejemplo, podrían añadir aclaraciones acerca de lo que puede o no ser caracterizado como crimen de responsabilidad, el tipo de crimen que fue imputado a Dilma Rousseff; los expertos en Finanzas Públicas o en Derecho Tributario podrían ayudar en la comprensión de la compleja cuestión fiscal involucrada. Otro recurso posible sería verificar los otros momentos en que ocurrieron maniobras fiscales de la naturaleza de las realizadas por Dilma; si fueron hechas por otros entes de la República.

Entendemos, así, que el interés público aplicado a los medios presupone que el ciudadano pueda tener acceso a visiones plurales sobre las diversas cuestiones para constituir una opinión fundamentada. No se quiere aquí suponer un modelo ideal de cobertura a seguir por la Agência. Son indicativos de cómo las noticias podrían ser mejor aprovechadas por los ciudadanos, contribuyendo de manera más eficiente a su formación política. Obviamente, para hacer posible un tipo de producción noticiosa con la diversidad de aspectos y de cuestiones esperadas, otro tipo de práctica de cobertura necesitaría ser construido en el ámbito de esos vehículos. Por lo que vimos de las noticias analizadas, la cobertura de la sesión de juicio del *impeachment*, por ejemplo, fue hecha por apenas un reportero y un editor a la vez. Una producción de noticias destinadas a la realización de la pluralidad queda inviabilizada de ocurrir en esas circunstancias. Además, hay que considerar que si, en lugar de la cultura de buscar el contradictorio, los dos lados, hubiese, entre los periodistas, una cultura de búsqueda de la pluralidad, el retrato del noticiario de la Agencia podría ser un poco diferente de lo que constatamos.

8. Referencias bibliográficas

- Bardin, Laurence (1979): *Análise de conteúdo*. Lisboa, Edições 70.
- Benetti, Márcia (2006): Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica. *Revista Intexto*, 14, Porto Alegre, v. 1, 1-11.
- Bernardes, Cristiane Brum (2010): *Política, institucional ou pública? Uma reflexão sobre a mídia legislativa da Câmara dos deputados* – Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e Centro de Formação, Treinamento e Aperfeiçoamento (Cefor) da Câmara dos Deputados. Brasília.
- Bucci, Eugênio (2008a): *Sobre Ética e Imprensa*. 2. ed. São Paulo, Companhia das Letras.
- Bucci, Eugênio (2008b): *Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula*. Rio de Janeiro: Record.
- Caregnato, R. C. A. & Mutti, R. (2006): Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. *Texto & Contexto Enfermagem*, 15 (4). Florianópolis, oct./dec., 679-684.
- Christofoletti, Rogério; Triches, Guilherme Longo (2014): Interesse público no jornalismo: uma justificativa moral codificada. *Revista Famecos*, 21 (2), 484-503.
- Cornu, Daniel (1998): *Ética da informação*. Traducción de Laureano Pelegrin. Bauru, SP: EDUSC.

- Faria, Armando Medeiros (2012): Imprensa e interesse público. In DUARTE, Jorge (Org): *Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público*. [3. ed]. São Paulo, Atlas, 174-179.
- Gentilli, Victor (2002): O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação. *Revista Famecos*, 19, Porto Alegre.
- Gomes, Wilson (2004): *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo, Paulus.
- Guerra, Josenildo Luiz; Christofolletti, Rogério; Baldessar, Maria José; Lima, Samuel Pantoja (2013): A qualidade do conteúdo da Agência Brasil/EBC: avaliação dos requisitos “diversidade”, “pluralidade” e “cobertura de políticas públicas”. *Revista Eptic online*. 15 (2), mayo/ago.
- Herscovitz, Heloiza Golbspan (2010): Análise de conteúdo em jornalismo. In Lago, Claudia, Benetti, Márcia (Org.). *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Kovach, Bill & Rosenstiel, Tom (2004): *Os elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. 2. ed. São Paulo, Geração Editorial.
- Malavazi, Ademir (Org, 2004): *Manual de Redação da Secretaria de Comunicação Social da Câmara dos Deputados*. Brasília, Câmara dos Deputados, Secretaria de Comunicação Social.
- Mcquail, Denis (2012): *Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público*. Porto Alegre, Penso Editora.
- Melo, José Marques de (2006): *Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras*. São Paulo, Paulus.
- Motta, Luiz Gonzaga; Alencar, Railssa Peluti (2007): Eleições de 2006: pluralismo e representação social na mídia brasileira. *Logos*, 27: Mídia e democracia. Rio de Janeiro, ano 14, 2º mitad.
- Nogueira, Leidyane Viana; Marques, Francisco Paulo Jamil (2016): A cobertura jornalística em mídias legislativas: um estudo sobre a Agência Câmara. *Revista Eletrônica de Ciência Política*, 7 (2). Curitiba.
- Odugbemi, Sina & Norris, Pippa (2009): Do the news media act as watchdog, agenda-setters and gate-keepers?. *Public Sentinel: News Media & Governance Reform*. Washington DC, The World Bank.
- Patricio, Edgard; Nogueira, Leidyane Viana (2016): Pluralidade em mídias legislativas: uma análise da Agência Câmara Notícias. *Brazilian Journalism Research*, 12 (2).
- Pena, Felipe (2013): *Teoria do jornalismo*. [3. ed]. São Paulo, Contexto.
- Polo, Michele (2004): Regulation for Pluralism in the Media Markets. Paper prepared for the Conference “Regulation of Media Markets”, Milan, Italy, Toulouse, 1-2 Oct.
- Queiroz, Dulce (2007): *Jornalismo institucional nas TVs legislativas. Os casos do Brasil e do México* – Dissertação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB). Brasília.
- Rothberg, Danilo (2011): *Jornalismo Público*. São Paulo, Editora Unesp.
- Sant’anna, Francisco (2009): *Mídia das fontes: um nono ator no cenário jornalístico brasileiro*. Brasília, Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas.
- Serrano, Estrela (2011): Sobre pluralismo nos media. In Faustino, Paulo (Coordenação) *Pluralismo, Concentração e Regulação dos Media*. 2. ed. Lisboa, Media XXI.

Silva, Luiz Martins da (2002): *Imprensa e cidadania: possibilidades e contradições*. In Motta, Luiz Gonzaga (Org.): *Imprensa e poder*. Brasília/São Paulo, Editora da UNB/Imprensa Oficial SP, pp. 47-74.

Vidal, Delcia M.M. (2009): *Imprensa, jornalismo e interesse público: perspectivas de renovação – a notícia cidadã*. 2009. 221f. Doutorado em Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade de Brasília. Brasília.

Edgard Patrício es periodista y profesor del Curso de Periodismo y del Programa de Postgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Ceará. Coordinador del grupo de investigación PráxisJor - Práxis en el Periodismo

Leidyane Viana Nogueira es periodista y Maestra en Comunicación por la Universidad Federal de Ceará. Participante del grupo de investigación PráxisJor - Práxis en el Periodismo.