



**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS -
FATECS**
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO: JORNALISMO
ÁREA: JORNALISMO POLÍTICO

**PARLAMENTARES NEGROS NA MÍDIA:
Uma análise das revistas Veja, Isto é e Época**

ADRIANA NUNES
RA Nº 2052865/7

**PROF. ORIENTADOR:
JOSUÉ JORGE LEITE BARROS CAMPOS**

Brasília/DF 24 de outubro de 2008

ADRIANA NUNES

**PARLAMENTARES NEGROS NA MÍDIA:
Uma análise das revistas Veja, Isto é e Época**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do UniCeub - Centro Universitário de Brasília.

Prof. Orientador: Josué Jorge Leite Barros Campos

Brasília/DF 24 de outubro de 2008

ADRIANA NUNES

**PARLAMENTARES NEGROS NA MÍDIA:
Uma análise das revistas Veja, Isto é e Época**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do UniCeub - Centro Universitário de Brasília.

Prof. Orientador: Josué Jorge Leite Barros Campos

Banca examinadora:

Prof(a). Josué Jorge Leite Barros Campos
Orientador

Prof(a). Maria Gláucia Pereira de Lima Pontes Magalhães
Examinadora

Deputado Federal Carlos Santana
Examinador

Brasília/DF 24 de outubro de 2008

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho:

Ao Papai do céu - que amo muito e me sustenta - meu refúgio e fortaleza!

Aos meus pais!

As minhas irmãs!

Em especial, ao meu amor José Luis!

As minhas queridas amigas Cleide, Monique, Diane!

Carinhosamente, à amigona Gorete Amorim!

Aos meus professores, pelas assessorias e dicas!

Ao meu orientador, pelos direcionamentos!

Às pessoas que, com palavras de vitória, incentivaram-me a seguir em frente;

Aos que, atentamente, se preocuparam em me ajudar!

Para vocês, dedico mais uma vitória na minha vida, pois além de terem me acolhido durante todo curso, compartilharam comigo momentos de alegrias e tristezas em mais uma etapa conquistada.

Sou grata a todos! !

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, pois sem Ele nada seria possível. Aos meus pais João Rocha e Arlene. As minhas irmãs Mana e Anamélia e, em especial, ao meu futuro esposo José Luiz, que me deu muito apoio emocional e muito se dedicou para que eu chegasse até aqui. Sem ele, durante essa caminhada, eu não sei o que seria de mim! Muito obrigada amor, eu te amo! As minhas queridas amigas Cleide, Monique, Tati, Diane e todos aqueles que torceram e acreditaram em mim. A todos os professores que contribuíram decisivamente para minha formação acadêmica. Ao professor e orientador Jorge Leite, pelo direcionamento na monografia. Aos funcionários da Uniceub. Não poderia deixar de agradecer, de modo especial, aos professores (as) Cláudia Busato, Sergio Euclides, Glaucia, Luis Claudio, Bruno, Regina e ao coordenador Henrique. Ao Deputado Federal Carlos Santana e sua equipe. A Deputada Janete Piéta, e a todos que contribuíram com incentivos dando-me força acreditando em mim.

“O futuro não é um lugar para onde, simplesmente, estamos indo, mas um lugar que estamos criando. O caminho para ele não é encontrado, mas construído e o ato de fazê-lo muda tanto o realizador quanto o destino”

John Schoan

RESUMO

O tema deste estudo é “Parlamentares negros na mídia”, e seu objetivo volta-se para a compreensão do tratamento dado pela mídia a parlamentares negros na Câmara dos Deputados, através do mapeamento das revistas Veja, IstoÉ e Época. A análise dessas revistas se dá no período compreendido entre Agosto e Outubro de 2008 (especificamente, até a penúltima semana de outubro). O que se procura, na verdade, é verificar o tratamento dado por estas revistas aos parlamentares negros bem como o espaço destinado a eles como fontes de reportagem, nota e/ou notícia. Para a consecução do objetivo proposto, o presente estudo está dividido da seguinte forma: no primeiro capítulo, buscou-se compreender os conceitos, abordagens e considerações sobre Mídia e Jornalismo, com foco na Emissão e Recepção Midiática. O segundo capítulo destacam-se a metodologia adotada e pesquisa. Este é destinado à análise e interpretação dos dados. Para a coleta de dados adota como procedimento técnico a 1) Pesquisa bibliográfica em livros, bibliografia, periódicos, mídia eletrônica (internet), Encontros; e, 2) Observação direta extensiva, através da aplicação de questionário padronizado com questões mistas, dirigido a parlamentares. Também, foram realizadas entrevistas com jornalistas das mídias referidas Já no terceiro capítulo são apresentadas a conclusão e considerações finais

Palavras-chave: mídia, jornalismo, recepção midiática, parlamentares e negros

SUMÁRIO

1 Introdução.....	07
1.1 Tema.....	07
1.2 Justificativa.....	07
1.3 Objetivos (Geral e Específicos)	08
1.3.1 Objetivo Geral.....	08
1.3.2 Objetivos específicos.....	08
1.4 Hipótese.....	09
1.5 Metodologia de pesquisa: breve caracterização.....	09
1.6 Estruturação e organização do trabalho.....	09
2 Desenvolvimento.....	10
2.1 Referencial Teórico: mídia e jornalismo.....	10
2.1.1 Mídia: definição e conceitos.....	10
2.1.1.1 Abordagem histórica sobre a mídia.....	11
2.1.1.2 Mídia e Sociedade: breve análise crítica da opinião Pública.....	12
2.1.1.3 Emissão e Recepção Midiática.....	14
2.1.2 Jornalismo: definição, conceitos, breves considerações e natureza.....	16
2.1.2.1 Conceitos, breves considerações e natureza sobre jornalismo.....	16
2.1.2.2 Núcleos e Gêneros jornalísticos.....	19
2.2 Metodologia.....	22
2.2.1 Procedimentos técnicos de coleta de dados	22
2.2.2 Dia de rotina na análise das revistas.....	23
2.3 Os parlamentares negros nas revistas Veja, IstoÉ e Época.....	23
2.3.1 Apresentação total dos dados.....	23
2.3.2 Apresentação por revista.....	24
2.4 Análise e interpretação de dados.....	24

3 Conclusão.....	28
Referências.....	29
Anexo.....	31

1 Introdução

Dos 513 representantes na Câmara dos Deputados, apenas, 5% corresponde a parlamentares negros. Ainda, o negro, somente, ganha espaço no meio político a partir das várias confraternizações no período 1980 a 1990. Nestas, um assunto que se difundia era, justamente, a inserção e participação de negros e brancos na política brasileira.

Neste período é eleito o primeiro deputado negro federal no Brasil: Abdias do Nascimento que, em 1983, conquistou cadeira no Senado Federal.

Neste contexto, percebe-se que o foco da mídia, bem como do jornalismo interno da Câmara dos Deputados, tem caminhado na direção de parlamentares brancos. No tocante a esta questão, reside aqui a preocupação: será que a recepção midiática desconsidera o parlamentar negro?

1.1 Tema

O tema deste estudo é “Parlamentares negros na mídia”. Trata-se de um assunto complexo e melindroso, que apesar disso merece ser estudado à luz do jornalismo.

A análise deste tema se dá no período compreendido entre agosto a outubro de 2008, e ocorre através do mapeamento das revistas Veja, Isto É e Época. Essas revistas foram escolhidas por serem de circulação nacional e por causarem mais repercussão tanto no meio político quanto no sócio-econômico.

1.2 Justificativa

A escolha do tema partiu da curiosidade da pesquisadora pela área de jornalismo político e pelo descrédito na mídia em questões relacionadas ao negro. No que tange aos

parlamentares negros, o assunto é bastante complexo. Há escassez bibliografias no estudo deste tema.

Procurar entender o comportamento da mídia frente ao parlamentar negro como fonte de reportagem, nota e/ou notícia foi alvo de muita preocupação da pesquisadora. Isto é, mesmo sabendo que, a representação de parlamentares negros equivale a, apenas, 5% na Câmara dos Deputados. Resta saber o que explica o pouco espaço na mídia (revista em análise) destinado aos parlamentares negros.

Desse modo, compreender o tratamento da mídia em relação aos parlamentares negros como fonte de reportagens, nota e/ou notícia é de extrema relevância para esta área da comunicação social.

1.3 Objetivos (Geral e Específicos)

1.3.1 Objetivo Geral

A pesquisa teve como objetivo geral analisar o tratamento dado pela mídia a parlamentares negros.

1.3.2 Objetivos específicos

Como objetivos específicos foram delineados os seguintes:

a) Analisar o tratamento dado à mídia, revistas Veja, IstoÉ e Época, aos parlamentares negros como fonte de reportagem, nota e/ou notícia;

b) fazer um levantamento sobre o que parlamentares e jornalistas das mídias referidas pensam a respeito do espaço destinado a parlamentares negros como fonte de reportagem, nota e/ou notícia;

c) analisar a freqüência com que parlamentares negros aparecem como fonte de reportagem, nota e/ou notícia nas revistas Veja, IstoÉ e Época; e,

d) analisar os dados, levantados por meio das revistas Veja, IstoÉ e Época, referentes aos parlamentares negros como fonte de reportagem, nota e/ou notícia.

1.4 Hipótese

O tratamento dado pela mídia, especificamente pelas revistas Veja, IstoÉ e Época, na Câmara dos Deputados concentra-se, em maior parte, em parlamentares “brancos”.

1.5 Metodologia de pesquisa: breve caracterização

A metodologia aplicada neste estudo refere-se à pesquisa descritiva, com utilização dos seguintes procedimentos técnicos de coletas de dados: Pesquisa bibliográfica, Observação direta extensiva. Também se utilizou a entrevista.

1.6 Estruturação e organização do trabalho

Para melhor sistematização, o trabalho está dividido da seguinte em dois capítulos. O primeiro destina-se à introdução ao tema proposto, no qual são apresentados o tema e o problema de pesquisa; a justificativa da escolha do tema; objetivos geral e específicos; hipótese básica de pesquisa e metodologia utilizada.

No segundo capítulo tem-se o desenvolvimento da pesquisa. Neste realiza-se a apresentação do referencial teórico, no qual são destacados conceitos, abordagens e considerações sobre Mídia e Jornalismo. Aqui, o foco recai sobre o processo de Emissão e Recepção Midiática. Também, são apresentadas a metodologia, os dados referentes aos parlamentares negros nas revistas examinadas e a análise e interpretação dos dados. Posteriormente, tem-se a conclusão.

2 Desenvolvimento

2.1 Referencial Teórico: mídia e jornalismo

2.1.1 Mídia: definição e conceitos

Segundo França (1994), o objeto das Teorias da Comunicação, de forma mais evidente, compreende a comunicação social pela mídia (ou meios de comunicação de massa), e não apenas a comunicação interpessoal. É dinâmico, multifacetado e multiforme. Dinâmico, no sentido que, pela complexidade dos movimentos em seus elementos (mensagem, emissor e receptor) incorpora sempre novidades. É multifacetado, no sentido que há ausência de contornos claros à identificação de seus limites, portanto, torna-se difícil a separação de início e término da comunicação. É multiforme por compreender vários elementos e incluir diversos veículos de comunicação de linguagem diferenciada, específica.

No entanto, França *et al.* (2001) explicita que o recorde do que, até então, entendia-se como objeto da comunicação - os meios de comunicação de massa - faz surgir nova propriedade do conhecimento: a mídia como um dos objetos da comunicação. E, divide este espaço com o processo comunicativo.

Para melhor compreensão, a autora explica que, “mídia” e “meios de comunicação de massa” referem-se ao mesmo termo. Mas, quando se menciona o primeiro fala-se numa visão contemporânea, expandida, e que elimina o duplo sentido provocado pelo vocábulo massa; enquanto o segundo, designa uma formulação mais antiga. Complementa a autora que mídia refere-se à comunicação realizada ou intercedida pelas no pelas novas tecnologias.

Para Adorno (2002), mídia corresponde a qualquer veículo que transmita informações, e corresponde à difusão, em larga escala, para milhões de pessoas. Conforme explicita Mauro Betti (2005), o termo “mídia” origina-se do latim *media*, que quer dizer “meio” e está associado à “comunicação”. Refere-se aos meios de comunicação, comunicação esta mediada por algum aparato. Para este autor, com o surgimento do jornal,

rádio, cinema e televisão o vocábulo direciona-se aos para meios de comunicação de massa.

Klapper (1978), ao discutir a comunicação de massa, apresenta hipóteses sobre a mídia, quais sejam:

a) a mídia corresponde à apenas um dos fatores que determinam o comportamento dos indivíduos; opera e funciona entre e através de um nexos de fatores e influências mediadoras.

b) a mídia atua como causa necessária e suficiente dos efeitos de audiência;

c) a mídia representa um fator adicional, colaborador, que reforça as condições existentes;

d) a mídia, quando atua, diretamente, sobre o público a serviço da mudança é porque: ou os fatores coadjuvantes/mediadores são inoperantes, ou estes já caminham na mesma direção desta mudança. Neste ponto, o autor reconhece que, em alguns casos, a mídia possui efeito direto sobre o público. Porém, são situações residuais, e não servem para pensar em efeito de massa;

e) a mídia é, apenas, mais um fator como qualquer outro de peso especial, e os meios, as relações sociais, o modelo sócio-econômico, todos, podem contribuir para que a mudança ocorra; e,

f) a mídia opera muito mais na direção do reforço do que na da mudança.

2.1.1.1 Abordagem histórica sobre a mídia

Na década de 30, nos Estados Unidos, alguns estudos voltados para a mídia começam a se desprender das ciências do comportamento. Com a produção industrial e a necessidade de estimular a formação de um mercado consumidor efetivo, empresários investem em pesquisas técnicas de persuasão, mudança de atitude, conhecimento, entre outros. O que dá origem a inúmeros grupos de pesquisa.

A partir daí, a mídia concentra-se no fornecimento de informações sobre a elite e seu poder. Uma tendência à supervisão secreta de informação, a fim de ocultá-la e distorcê-la. Com o fortalecimento do capitalismo e ascensão dos EUA como potência imperialista nasce a estratégia de comunicação. Como funcionalistas, que visavam o entendimento para a dominação do mundo, os estudos das Teorias da Comunicação voltavam-se para melhor utilização da mídia para fins lucrativos, o que possibilitaria, mais tarde, o uso da propaganda como mecanismo de controle e manipulação política ideológica.

Com isso, o objeto das Teorias da comunicação torna-se, ainda mais, dinâmico, mutante, evoluído e, em contrapartida, pouco refletido. Com a reflexão distanciada, os teóricos da área perdem o foco da realidade prática, e os estudos tornam-se pragmáticos. E, ao entrar no modismo, o tempo de reflexão distancia-se do tempo de prática.

Cabe salientar que, a comunicação social pela mídia não está isenta de um revestimento ideológico e de condicionamentos de toda ordem. Em síntese, estão a serviço do sócio-político-econômico.

2.1.1.2 Mídia e Sociedade: breve análise crítica da opinião Pública

França (2001) salienta que no paradigma clássico (informacional)¹ a mídia e sociedade estão separadas, de modo que a primeira influencia a segunda. Já no interacional², ocorre um processo de reversibilidade entre as duas: uma influencia a outra, num processo de interação.

A difusão quantitativa da mídia na sociedade possui caráter particular: é do conhecimento do público que o saber é publicamente conhecido. Esta *omnipresença* midiática reforça a disponibilidade para evidenciar os pontos de vista difundidos pela mídia. Aí se revela o poder que esta evidência tem sobre aqueles que não formaram ainda uma opinião própria.

De acordo com Sauvy (1977, p. 3)

A opinião é um árbitro, uma consciência, diremos que quase um tribunal desprovido de poder jurídico, mas receado. É o foro interior de uma nação. A opinião pública, esse poder anônimo, é uma força política e essa força não foi prevista por nenhuma constituição'.

Numa visão holística, Sauvy (1977) entende que uma sociedade somente pode estar em harmonia se entre os distintos grupos houver amplas comunicações. Assim, é possível a formação de uma opinião pública útil. O autor defende que o conceito desta está em oposição aos governos autoritários e totalitários, e que a opinião pública funciona como um organismo, diferenciado dos indivíduos que a compõe.

Em “Opinião Pública: conceitos, pesquisa e polêmica”³, a professora e Dra. Elizabeth P. Brandão (p. 13) propõe uma definição de opinião pública como

¹ De acordo com Vera França (2001), no paradigma tradicional a comunicação é entendida como um processo de caráter transmissivo, unilateral/linear. É mecânica. A informação é concebida fora do contexto e o receptor é agente passivo.

² Vera França (xxx) observa, ainda, que no paradigma interacional a comunicação é vista como troca simbólica. É humana e o sujeito sensível. A informação, por sua vez, compreende relação social e os componentes desta se inter-relacionam.

³Disponível em <http://www.ucb.br/comsocial/mba/OP_e_pesquisa_conceitos_e_polemicas.ppt> Acesso em 15/nov/08.

Todo fenômeno que, tendo origem em um processo de discussão coletiva e que se refira a um tema de relevância pública (ainda que não diga respeito à toda a sociedade) e que esteja sendo expresso publicamente, seja por sujeitos individuais em situações diversas, seja em manifestações coletivas.

Ora, tem-se que, nenhuma política específica norteia as ações junto à mídia. Se lida com esta como se o que ela oferecesse fosse exatamente o que deveria ser comunicado. Mas, ainda, será a opinião pública manipulável pela mídia?

Pode-se inferir que a mídia pretende assumir um protagonismo em questões de formação de opinião pública. Basta analisar o cotidiano transparente nas telas da TV: as informações e opiniões transmitidas em nada estão de acordo com as imagens e opiniões difundidas pelas pessoas.

De certo, a influência e os efeitos da mídia sobre a opinião incidem diretamente na percepção e aquisição de mensagens, o que “auxilia” na formação de atitudes, na ativação ou desativação de comportamentos. Desse modo, já que esta estabelece as condições da experiência de mundo de um indivíduo, para além das esferas de interações em que reside a opinião pública, pensar nela como fator de esclarecimento e espaço público é atitude que deve partir da própria opinião pública como forma de defesa.

Enquanto isto, a comunicação na sociedade perde seus aspectos funcionais de vigilância (externa), integração/comunicação (interna) e transmissão de herança social, destacados por Laswell (2002).

2.1.1.3 Emissão e Recepção Midiática

De acordo com Gomes (1996), os estudos sobre recepção surgem com a finalidade de fechar o fluxo que liga o emissor ao destinatário. Em “O Conceito de recepção e a abordagem do processo Comunicativo”, a autora destaca que a recepção refere-se àquela porção de que trata Laswell (2002): “quem” (controle), diz “o quê” (conteúdo), “para quem” (audiência), por “qual canal” (mídia) e “com qual efeito” (efeitos).

A recepção, então, na concepção da autora, corresponde ao papel ativo na interpretação dos fatos, de modo a proteger-se contra ideologias. Busca entender o lugar do receptor no processo comunicacional. Não se trata de um indivíduo passivo, indefeso diante da mídia onipotente, e sim é o sujeito deste processo.

Partindo do pressuposto que um objeto em si, nada significa, Gomes (1996) reconhece que o mundo não possui significação própria. Desse modo, a figura do jornalista assume função relevante: construir significados para o mundo e o repasse destes à mídia. E, a recepção passa a ter um papel ativo na interpretação dos fatos, pois o objetivo em si não é nada; não fala de si, nem sobre si.

Gomes (1996), Gomez (1997) e Berbero (apud Gomez, 1997), entendem a recepção a partir da valorização do sujeito no processo comunicativo. É o paradigma das mediações, que tem por objeto não a recepção em si, mas a mediação que, para eles, condicionam ou influenciam o processo daquela. Através deste paradigma, os autores mostram que a mídia não é um mero instrumento, mas parte constituinte das práticas sociais num mundo cheio de contradições culturais.

De acordo com Orozco (apud Gomes, 1996) há sete premissas básicas do processo de recepção. A primeira afirma que a comunicação se dá no pólo da recepção, e esta não se acaba quando a mensagem chega ao receptor. Ao contrário, se difunde no cotidiano deste e é negociada, apropriada ou enfrentada com resistência.

A segunda, que o indivíduo é múltiplo agente social – já que possui ao derredor família, cultura, instituições, entre outros – inserido numa relação complexa, e promove constante negociação no processo de assimilação. Esta questão dá origem à terceira premissa: o tempo. O entendimento do indivíduo acontece *a posteriori*, no popular: “à medida que a ficha cai”. Assim, a recepção se dá, também, é com o tempo de reflexão; se difunde no cotidiano do receptor; e é negociada, apropriada ou enfrentada com resistência.

Outra premissa apregoa que a exposição ao meio constitui a variável determinante, ou seja, não é a exposição que garante se é bom ou ruim, e sim a maneira pela qual se expõe. Já a quinta, acrescenta que o receptor não nasce receptor, mas o é feito.

A sexta caracteriza a recepção como a interação do sujeito com os meios, com a mensagem, cultura e instituições. Essa interação está ligada a um conjunto de verbos, ideais, capacidades, cognitivos, responsáveis pelo processo de assimilação, resistências a que estão sujeitos as mensagens de massa. Por fim, a sétima que entende a recepção como um processo sempre necessário e mediado; um lugar de enfrentamento e resistência.

Desta idéia de que a recepção é o lugar do sujeito, Orozco (apud Gomes, 1996) apresenta a idéia de hegemonia, que diz respeito à capacidade que um indivíduo possui de realização da visão de mundo; capacidade de direção que se baseia num consenso. A hegemonia, para o autor, encerra: a maneira como uma parte da sociedade vê o mundo é o modo como ele se representa. É o que dá corpo, poder, e formula um consenso de maneira ideológica.

Em resumo, as contribuições dos estudos de recepção e audiência propostos neste estudo, partem do exame do modo como os significados das mensagens são negociados pelo receptor. Visualiza a comunicação pela mídia como uma articulação de práticas e significados num campo de forças sociais: comunicação e cultura como locais de enfrentamento e recepção como local de resistência.

2.1.2 Jornalismo: definição, conceitos, breves considerações e natureza

Analisar a recepção midiática a parlamentares negros na Câmara dos Deputados requer, também, a abordagem sobre questões que envolvem o jornalismo. Para o tratamento deste, esta seção apresenta conceitos que tratam do termo, a natureza jornalística e considerações de alguns autores da área.

2.1.2.1 Conceitos, breves considerações e natureza sobre jornalismo

Sousa (2002) sugere que se deve falar em *jornalismos*, e não em *jornalismo*, já que pessoas distintas necessitam diferentes informações, colocadas de formas diferenciadas. Destaca o autor que *jornalismo* é um conceito que carrega em si a polissemia, e que possui, simultaneamente, naturezas social, ideológica e cultural.

Segundo Guinote (2002), antes, o *jornalismo* era puramente literário. Corresponhia a instrumentos para questões políticas e religiosas, ou suportes de idéias aprofundadas no âmbito de pequenos grupos. Complementa Traquina (2004, p. 32) que, “*jornalismo* é vida, tal como é contada nas notícias de nascimentos e de mortes, tal como o nascimento do primeiro filho de uma cantora famosa ou a morte de um sociólogo conhecido mundialmente”.

Como profissão, reconhece Schudson (*apud* Traquina, 2004), o *jornalismo* é desprovido, historicamente, de prestígio, e pouco considerado em relação às profissões mais respeitadas. Ao comparar a profissão de médico com a de jornalista, Taunay (*idem*) afirma que, do mesmo modo em que há segredos de ocupação na primeira, existe também na segunda.

Em “A Política como Vocação”, Max Weber (*apud* Pena, 2005) já afirmava:

O jornalista pertence a uma espécie de casta de pátrias, que é sempre estimada pela `sociedade' em termos de seu representante eticamente mais baixo. Daí as estranhas noções sobre o jornalista e seu trabalho. Nem todos compreendem que a realização jornalística exige pelo menos tanto `gênio' quanto a realização erudita, especialmente devido à necessidade de produzir imediatamente, e de `encomenda', devido à necessidade de ser eficiente, na verdade, em condições de produção totalmente diferentes. (MAX WEBER, *apud* PENA, 2005, p. 58)

Conforme relata Bourdieu (*apud* Pena, 2005), os jornalistas comungam de determinadas estruturas das quais não podem visualizar a totalidade das coisas. Desse modo, o *jornalismo* torna-se uma parte seletiva do mundo real. E, os profissionais, em conjunto, partilham do que o autor denomina *jornalês*: uma maneira de ver, de falar e de agir.

Pena (2005) procura entender a resistência de visões mercadológicas de jornalismo - jornalismo resistência - que se configura na adoção prática de princípios vinculados à função social da profissão.

Nesse sentido, Kovach e Resenstiel (*apud* Pena, 2005) apontam alguns procedimentos os quais o jornalista deve seguir e a sociedade, por sua vez, exigir: a verdade como primeira obrigação; lealdade ao cidadão como atitude primeira; disciplina da checagem como essência; a compreensibilidade e o equilíbrio das notícias devem ser mantidos; seus praticantes devem manter independência de quem esta cobrindo; funcionamento como monitor independente do poder; apresentação de fórum com vistas à crítica pública e o compromisso; luta para transformação de fato significativo em interessante e relevante; liberdade para exercer a consciência pessoal deve preencher a prática do jornalismo

Para Fontcuberta (1993), os referentes do discurso jornalístico possuem naturezas distintas, e concentram, sobretudo, em eventos atuais. A atualidade, para o autor, diz respeito aos fatos determinantes da conversão de dado acontecimento em notícia. No estudo “Teorias da notícia e do jornalismo”, Sousa (2002) afirma que os referentes do discurso jornalístico são determinados eventos, idéias e temáticas. Estes, de acordo com Rodrigues (1988), devem ser comunicáveis para, posteriormente, serem, partilhados.

Destaca-se que, como observa Traquina (2004), é crucial responsabilidade do jornalista na busca pela verdade dos fatos, e a promoção de conhecimento para a sociedade. Neste ínterim, Pena (2005) acentua que, os jornalistas nem sempre testemunham fatos menos corriqueiros, e que, geralmente, “passam nas sombras dos gabinetes, no escurinho dos palácios, nos fundos dos morros e favelas, e assim por diante”. Destarte, o resgate da verdade “é tarefa ingrata”. (PENA, 2005, p. 75)

O autor reconhece que, no mundo atual midiático, a natureza do jornalismo está no medo. Trata-se do medo do desconhecido, do inovador. Desse modo, o jornalista, incansavelmente, luta contra este espectro, o que causa desordem e abala estruturas comportamentais. O profissional, segundo o autor, comporta-se desta forma por não se sentir capaz de dominar o processo natural que o impede

obter visões que evitem o fracasso. E, para vencer o medo e fortalecer o jornalismo, o profissional apóia-se na busca incessante de conhecimentos. De acordo com o autor, é justamente o medo do desconhecido que leva o indivíduo a conhecer.

Numa visão geral sobre o jornalismo, Kovach e Resenstiel (apud Pena, 2005) explicam que é proporcional a relação sociedade x disposição de informações: quanto mais democrática a primeira maior a tendência da segunda. Somada a essa relação encontra-se, também, o critério jornalístico para a seleção de notícias. Neste ponto, frisa-se que à capacidade dos fatos de tornarem-se notícia ou não, Wolf (2005) em Teorias da Comunicação, denomina noticiabilidade.

E, conforme destaca Tuchman (apud Rebelo, 2002), a razão pela qual um fato ou pessoa vira, ou deixa de virar notícia, é ideológica.

A ideologia que faz com que certas ocorrências irrompam no campo da informação, enquanto outras são repelidas para fora desse campo. (...) para conferir à escolha um tom de isenção, isto é, para camuflar a razão verdadeira, invoca-se nos meios profissionais, a figura do "critério jornalístico" (REBELO, 2002, p. 13-14)

2.1.2.2 Núcleos e Gêneros jornalísticos

A divulgação de um relato jornalística pode ser classificada sob os aspectos ou núcleos: informativo, interpretativo e opinativo⁴. Porém, a opinião dos teóricos a este respeito se diverge. Para Erbolato (2003), estas três vertentes são aplicáveis. Segundo ele, informar é descrever; interpretar é superdefinir; e, opinar é expor idéias sobre os fatos embasadas em conclusões de ordem pessoal.

Marques de Melo (2003), por sua vez, salienta que o jornalismo pronuncia-se em torno de dois núcleos: informação e opinião. Enquanto o primeiro refere-se a saber sobre o que ocorre, o segundo é saber sobre o que se pensa a respeito do

⁴ Redação extraída dos textos "Categorias do jornalismo" e "Os gêneros de discurso: sub-tema: o sensacionalismo nos media. Disponíveis em < <http://www.slideshare.net/mjispinto/contedos-e-gneros-jornalsticos/>> e < http://www.espacoacademico.kit.net/categorias_do_jornalismo.pdf, respectivamente. Acessos em 03/out/08.

que ocorre. Mas, o autor considera o caráter ideológico escondido em qualquer narrativa jornalística.

Em relação ao gênero jornalístico, T. Todorov (1970) enfatiza que, trata-se de classes de textos que possuem mesmas propriedades, e abrangem claros propósitos de comunicação. Enquanto para o leitor correspondem horizontes de expectativa, para o autor representa modelos de escrita.

Pena (2005), por sua vez, define o gênero jornalístico como a prática profissional exercida no jornalismo. Na contemporaneidade, com o avanço da tecnologia, essa prática leva o profissional a desdobrar-se para cumprir as funções do meio de comunicação no qual atua, quais sejam: informação, entretenimento, prestação para a sociedade de interpretação sobre determinada informação, entre outros. E, a ele são atribuídas inúmeras funções dentro da redação.

Retomando Marques de Melo (2003), os núcleos jornalísticos podem assim classificados: a) informação: nota, notícia (matéria informativa), reportagem, entrevista; e, b) opinião: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.

Há diversos gêneros, porém, para a análise do objeto em estudo, considera-se pertinente destacar, apenas, a nota, notícia e reportagem. Como bem chama a atenção, Marques de Melo (2003, p. 66), a distinção entre estas se dá na progressão dos acontecimentos, e na captação “sua captação pela instituição jornalística e acessibilidade de que goza o público”. A seguir, algumas considerações sobre estes gêneros.

A nota, segundo Marques de Melo (2003), corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração, e por isso é mais freqüente no rádio e TV. Uma forma simplificada, de comunicação, geralmente construída sob textos curtos, resumidos, sem entrevistas e com resposta aos seis “Q’s” – Lei de Lasswel: Quem?, O que?, Como?, Onde?, Quando? e Por que?

Nas palavras de Amus Cummings (*apud* Negrão, 2005, p. 51) “se um cachorro morde um homem, não é notícia; mas se um homem morde um cachorro, aí, então, é notícia e sensacional”. A partir deste trecho é possível obter uma noção clara sobre a definição do termo.

Conforme ressalta Marques de Melo (2003), a notícia trata-se de uma forma de narrativa que apresenta modo peculiar de organização: a objetividade. Nesta, as informações são hierarquizadas, com destaque nos aspectos principais de dado acontecimento. Já para Rubem Alves⁵, trata-se do elemento precípua de um jornal, um relato integral e sem comentários ou interpretações, de determinado fato eclodido no organismo social. Na escrita, obedece, sem ordem linear, a seguinte fórmula estrutural: quem, o quê, como, quando, onde e por quê.

De acordo com Fraser Bond (*apud* Negrão, 2005, p. 51) a oportunidade, proximidade, importância e tamanho são caracteres determinantes da notícia. Para John Hohenberg (*idem*), as características da notícia compreendem a precisão, atualidade, explicação e o interesse. Amaral (*idem*), ao tratar, especificamente, de técnicas de jornal e periódicos, acrescenta que as propriedades da notícia abarcam a atualidade, veracidade, interesse humano, raio de influência, raridade, curiosidade e proximidade.

Em relação à reportagem, no texto “Soltando as amarras”, Vilas-Boas (1996), acentua que qualquer reportagem é notícia, entretanto, nem todas as notícias se configuram numa reportagem. Nas palavras do autor:

A reportagem é uma notícia, mas não uma notícia qualquer. Uma notícia avançada, na medida em que sua importância é projetada em múltiplas versões, ângulos e indagações. Ao valorizar a notícia, a reportagem revitaliza o estilo jornalístico, soltando um pouco as amarras da padronização. Uma boa reportagem não deve abrir mão da pesquisa, sob pena de alterar o espírito de investigação, curiosidade, desafio e surpresa, que estão acima de tudo. (VILAS-BOAS, 1996, p. 43)

⁵ Disponível em <<http://mundoeducacao.uol.com.br/gramatica/generos-jornalisticos.htm>>. Acesso em 22/set/08.

A partir deste comentário, complementa o autor que a reportagem revela o “como” e o “por que” determinado fato adentra para história: a notícia é valorizada, ao passo que é desdobrada, pormenorizada e os fatos principais e os subjacentes são ampliados. Na concepção de Marques de Melo (2003), é a exposição de um acontecimento, de maneira ampliada, já que revela ao leitor os antecedentes do fato que deram origem á notícia; o alcance das circunstâncias no momento do fato, bem como as conseqüências; e, comenta os fatos e situações descritos.

Como enfatiza Correia (*apud* Pena, 2005, p. 74), é este gênero jornalístico é “um relato jornalístico temático, focal envolvente e de interesse atual, que aprofunda a investigação sobre fatos e seus agentes”. E, que, em geral, apresenta mais abrangência, objetividade e clareza.

2.2 Metodologia

A metodologia aplicada neste estudo considerou relevante uma pesquisa que permitisse, em maior profundidade, a observação, registro, análise, classificação e interpretação do objeto proposto.

Para tanto, adotou-se a pesquisa descritiva. Para Gil (2002), este tipo de pesquisa busca descrever as características de dado fenômeno, e possui como principal característica a utilização de procedimentos padronizados de coletas de dados.

2.2.1 Procedimentos técnicos de coleta de dados

A partir da escolha e definição da pesquisa descritiva, o estudo apoiou-se nos procedimentos técnicos de: a) Pesquisa bibliográfica (em livros, bibliografia, periódicos, mídia eletrônica (internet), Encontros); e,

b) Observação direta extensiva, através da aplicação de questionário padronizado com questões mistas, dirigido a parlamentares e jornalistas das mídias referidas. Com estas técnicas de coleta de dados, foi possível obter opiniões de parlamentares a respeito do objeto em exame.

Também, foram entrevistados jornalistas das revistas Veja, IstoÉ e Época, como também, dois parlamentares negros, Janete Piéta e Carlos Santana, Presidente da Frente de Igualdade Racial, ambos do Partido dos Trabalhadores - PT. Este apoiou a pesquisa, disponibilizando gabinetes para o uso de telefones e busca de material. Essas entrevistas foram realizadas de acordo como o envolvimento de cada fonte com o assunto abordado.

Para melhor compreensão, segundo Jorge Duarte (2005, p. 63), “a entrevista é utilizada para lidar com problemas complexos ao permitir uma construção baseada em relatos da interpretação e experiências”. Trata-se de uma ferramenta muito útil.

2.2.2 Dia de rotina na análise das revistas

No primeiro dia de agosto de 2008, a pesquisadora começava a pesquisa que por mais dois meses seria rotineira. Foram três meses de análises nas revistas Veja, IstoÉ e Época, das quais procurava constatar o espaço dado a estas a parlamentares negros. A cada revista analisada a pesquisadora notava a falta de reportagens com parlamentares negros como fontes.

Durante a pesquisa, discutir sobre o tema abordado com funcionários, jornalistas e parlamentares foi a preocupação que norteou a pesquisadora, já que se trata de um tema polêmico. Por fim, é preciso considerar que, a pesquisadora escolheu tais revistas porque são de grande circulação nacional e causam muita repercussão, tanto no meio político quanto no sócio-econômico.

2.3 Os parlamentares negros nas revistas Veja, IstoÉ e Época

2.3.1 Apresentação total dos dados

Quadro 1: Quantidade de reportagem, nota e/ou notícia – Total – (Ago-Out/2008)

Revista	PARLAMENTAR Negro	PARLAMENTAR Branco
Veja	Quantidade	Quantidade
Mês/Ago	0	6
Mês/Set	0	8
Mês/Out	0	10
IstoÉ		
Mês/Ago	1	12
Mês/Set	0	6
Mês/Out	0	10
Época		
Mês/Ago	0	1
Mês/Set	0	2
Mês/Out	0	4
Total no período	1	59

Fonte: Revistas Veja, IstoÉ e Época (2008) – adaptado pela autora

2.3.2 Apresentação por revista

Quadro 2: Quantidade de reportagem, nota e/ou notícia - por Revista – (Ago-Out/2008)

Revista Veja	PARLAMENTAR Negro	PARLAMENTAR Branco
--------------	-------------------	--------------------

	Quantidade	Quantidade
Mês/Ago	0	6
Mês/Set	0	8
Mês/Out	0	10
Quantidade no período	0	24

Fonte: Revista Veja (2008) – adaptado pela autora

Quadro3: Quantidade de reportagem, nota e/ou notícia - por Revista – (Ago-Out/2008)

Revista IstoÉ	PARLAMENTAR Negro	PARLAMENTAR Branco
	Quantidade	Quantidade
Mês/Ago	1	12
Mês/Set	0	6
Mês/Out	0	10
Quantidade no período	1	28

Fonte: Revista IstoÉ (2008) – adaptado pela autora

Quadro 4: Quantidade de reportagem, nota e/ou notícia - por Revista – (Ago-Out/2008)

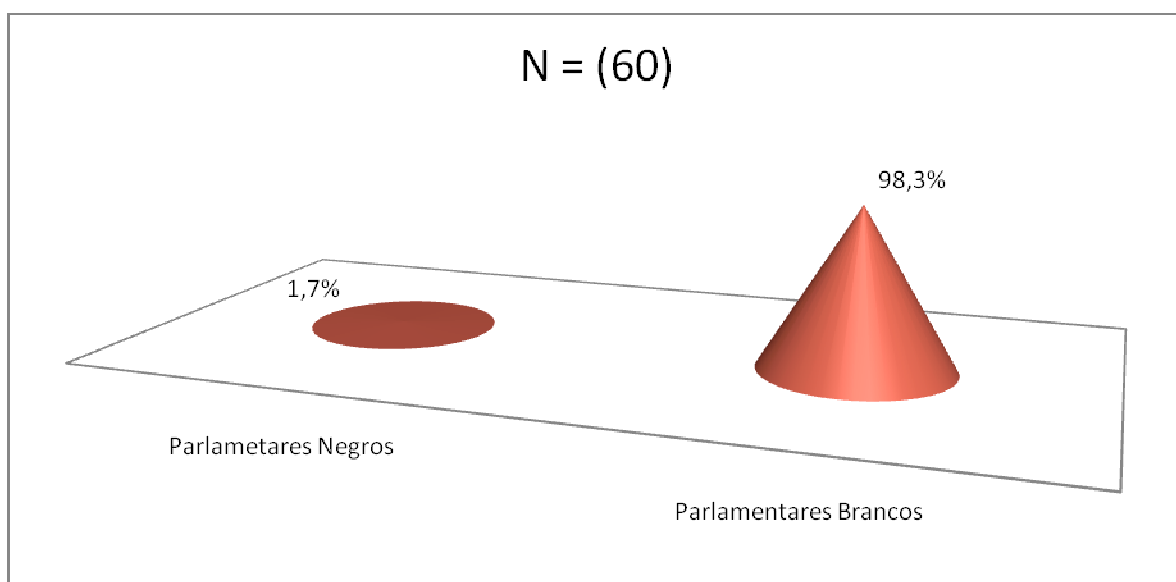
Época	PARLAMENTAR Negro	PARLAMENTAR Branco
	Quantidade	Quantidade
Mês/Ago	0	1
Mês/Set	0	2
Mês/Out	0	4
Quantidade no período	0	7

Fonte: Revista Época (2008) – adaptado pela autora

2.4 Análise e interpretação de dados

Com base no Gráfico 1, percebe-se que, no período analisado, o índice de parlamentares brancos que aparecem como fontes de reportagem, nota e/ou notícia prevalecem, significativamente, em relação ao de parlamentares negros: 1,7% e 98,3%, respectivamente.

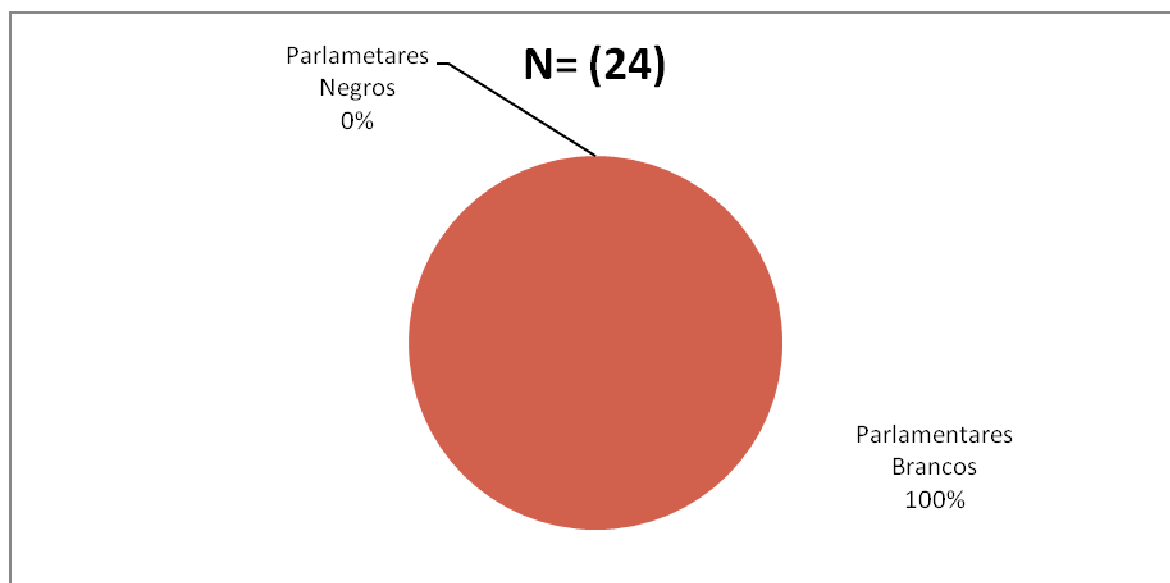
Gráfico 1 – Reportagens destinadas a Parlamentares – Ago-Out/2008



Fonte: Autora

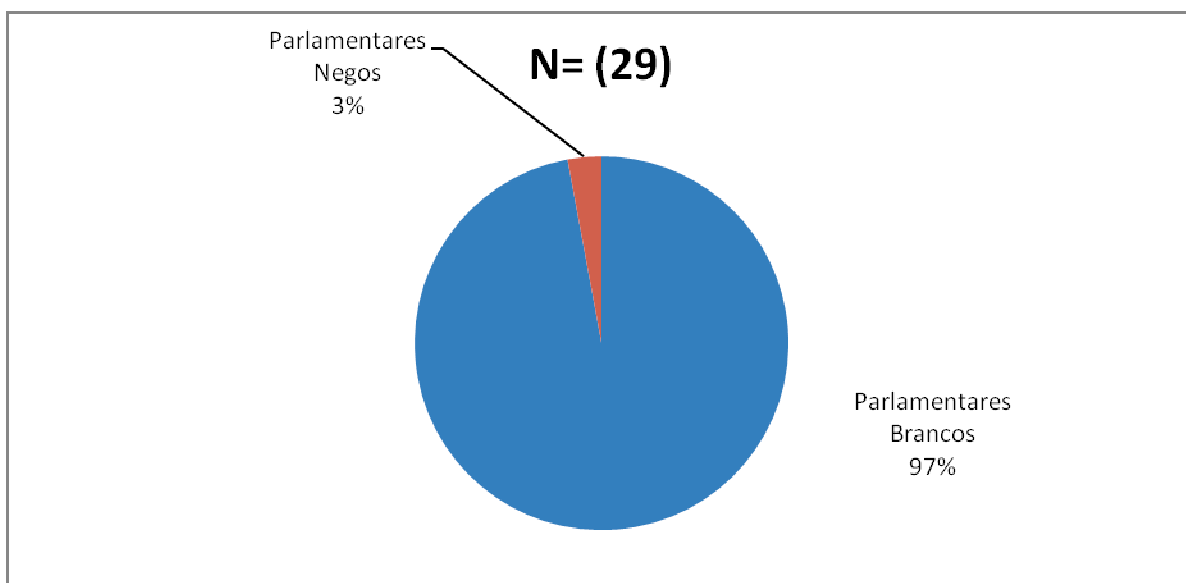
A análise minuciosa das revistas Veja, IstoÉ e Época, revela que, no período caracterizado, a primeira e a última não apresentam parlamentares negros como fontes de reportagem; e, enquanto a segunda destina espaço para estes, apenas, uma única vez. Esta observação pode ser feita nos Gráficos 2, 3 e 4.

Gráfico 2: Revista Veja - Reportagens destinadas a Parlamentares – Ago-Out/2008



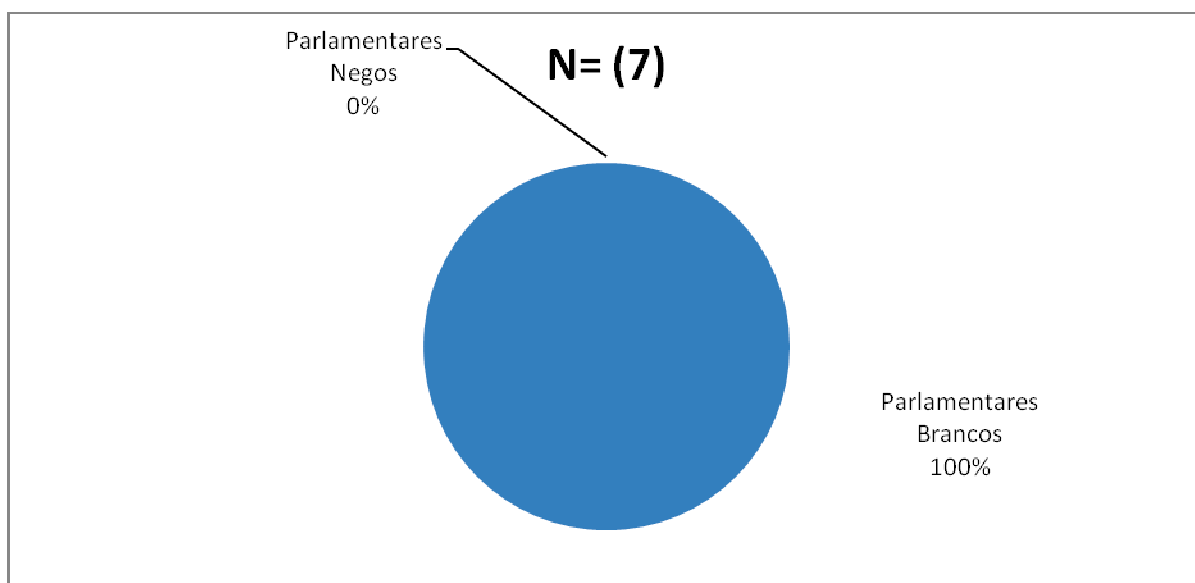
Fonte: Autora

Gráfico 3: Revista IstoÉ - Reportagens destinadas a Parlamentares – Ago-Out/2008



Fonte: Autora

Gráfico 4: Revista Época - Reportagens destinadas a Parlamentares – Ago-Out/2008



Fonte: Autora

No entanto, em relação à temática proposta, que trata da ausência de parlamentares negros nas reportagens, nota e/ou notícia, o Diretor Geral da Revista Veja, jornalista Julio Cesar de Barros, posiciona-se, e afirma que a revista em destaque dá a notícia, e para tanto, não verifica gênero, grupo étnico e/ou opção sexual.

Para ele, se o parlamentar é personagem de notícia é, também, de reportagem. Quanto ao fato de parlamentares brancos aparecerem mais que parlamentares negros, ressalta que, talvez, se deva à existência de uma proporção muito maior de parlamentares brancos nas duas casas do Congresso.

Logo, sugere o jornalista que a hipótese proposta neste estudo seja reformulada. De acordo com ele a questão, então, seria: Por que existem tão poucos parlamentares negros. Notadamente quando se diz que os negros estão prestes a se tornar maioria da população brasileira, como se explica tão baixa representatividade?

Em relação às revistas IstoÉ e Época, a pesquisa não recebeu posicionamentos dos Diretores Gerais.

3 Conclusão

O processo desta pesquisa levou em consideração o tratamento da mídia a parlamentares negros na Câmara dos Deputados. Mediante a análise das revistas *Veja*, *IstoÉ* e *Época*, no período de agosto a outubro de 2008, foi possível obter um estudo do objeto proposto para estudo.

Neste contexto, foi precisa a constatação que, quase 99% das reportagens, nota ou notícia, no período em análise, são destinadas a parlamentares brancos. Desse modo, a hipótese deste estudo, na qual: o tratamento dado pela mídia, especificamente as revistas *Veja*, *IstoÉ* e *Época*, na Câmara dos Deputados concentra-se, em maior parte, em parlamentares “brancos”, foi confirmada.

Ainda, a partir da exposição teórica e da análise de resultados, é possível inferir que a mídia apresenta o que lhe é de interesse. Mas, como se dá o processo de seleção de notícias? Por sua vez, descartam parlamentares negros? Onde estariam as razões para isso? Assim, considera-se pertinente que, os jornalistas que atuam neste espaço preocupem-se com a questão, caso contrário é possível ocorrer a preponderância do fenômeno não confirmado na hipótese. Sob a ótica da futura dimensão do problema, tornam-se necessários novos estudos sobre o tema, já que o tempo foi curto para se atingir um estudo mais aprofundado sobre o assunto.

Por fim, cabe destacar que, muitas foram as dificuldades encontradas para a pesquisa, por se tratar de um assunto polêmico. Inclusive, há ainda o fato da escassez de bibliografias a respeito de parlamentares negros. Portanto, não julgou necessário destinar um capítulo à contextualização do preconceito de raça e cor, nem tampouco raízes e histórias sobre negros no âmbito brasileiro. Contudo, o objetivo⁶ foi alcançado e, com a pesquisa, tentou-se colaborar com a comunicação entre mídia e parlamentares, especificamente negros.

⁶ Analisar o tratamento dado pela mídia a parlamentares negros na Câmara dos Deputados.

Referências

ADORNO, T. W. **A Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra , 2002.

AMARAL, Luiz. **A objetividade jornalística**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1996, 98 p.

BETTI, Mauro; PIRES, Giovani De Lorenzi. Mídia (verbetes). In: FENSTERSEIFER, Paulo; GONZALES, Fernando (orgs.). **Dicionário crítico da educação Física**. Ijuí: ed. UNIJUÍ, 2005.

Categorias do jornalismo. Disponível em http://www.espacoacademico.kit.net/categorias_do_jornalismo.pdf. Acesso em 03/out/08.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo**. São Paulo: Ática, 2003.

FONTCUBERTA, M. de. **A notícia**. Pistas para perceber o mundo. Barcelona, Paidós. 1993

FRANÇA, Vera V. **Paradigmas da comunicação**: conhecer o quê? In: MOTTA, Luís G. (org.) Estratégias e culturas da comunicação. Brasília: Ed. UnB, 2001. p. 13-29.

FRANCA, V. R. V. (Org.) ; Hohlfeldt, A. (Org.) ; Martino, L. (Org.) . **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001. v. 1. 277 p

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Itania. **Recepção e Mediações** - Crítica à filiação crítica dos estudos da recepção in NETO, A. Fausto, PINTO, M. José (org.). O indivíduo e as mídias. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

GOMES, Itania M. M. **O conceito de recepção e a abordagem do processo comunicativo**. Textos de Comunicação e Cultura, Salvador, v. 1, n. 36, p. 17-36, 1996.

GOMES, Itânia Maria Mota (2003) **Efeito e recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media**. in Gomes e Souza (orgs.) Media e cultura, Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas/UFBA, Salvador.

GOMEZ, Orosco Guillermo. **Meios, audiências e mediações**. Comunicar, n.8, Andaluzia, 1997.

GUINOTE. José Manuel Rebelo. **Discurso do Jornal - O Como e o Porquê** - Lisboa, 2000, 157 p; 2ª Edição revista e aumentada, 2002, 169 pp

LASSWELL. Harold. **A estrutura e a função da comunicação na sociedade**. In João Pissarra Esteves (org.) Comunicação e sociedade. Lisboa: Livros Horizonte e CIMJ 2002, (pp. 49-60).

KLAPPER, Joseph T. (1978). **Os efeitos da comunicação de massa**. In Gabriel Cohn (org.) Comunicação e indústria cultural. S. Paulo: Companhia Editora Nacional (original de 1957/58).

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3ª ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

NEGRÃO. João José de Oliveira. **O jornalismo e a construção da hegemonia**. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Monografia). 2005.

Os gêneros de discurso: sub-tema: o sensacionalismo nos media. Pinto | DCC – UMinho 2007. Disponível em < <http://www.slideshare.net/mjspinto/contedos-e-qneros-jornalsticos/>>

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo: uma introdução**. São Paulo: Contexto. 2005. 240 p.

SAUVY, Alfred. **A Opinião Pública**, Paris, (português) Presses Universitaires de France (PUF), Colection Que Sais-Je?, 1977, p. 3.

TODOROV, Tzvetan. **As Estruturas Narrativas**, 2ª edição, São Paulo: Edições Perspectiva, 1970

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

VILAS-BOAS. **O Estilo Magazine**. Soltando as Amarras. São Paulo: Summus. 1996. 132 p.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicações de massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005. 295 p.

Anexo 1

Ex.mos Senhor Deputado,

Este questionário tem por objetivo levantar dados e informações sobre o a recepção midiática de Parlamentares negros na Câmara dos Deputados/DF. Mas, para tanto, é necessário vossa colaboração. Assim, leia-o atentamente e, por gentileza, responda as questões. Note: A identificação não é opcional.

Obrigada pelo apoio!

Adriana Nunes

Graduanda do Curso de Jornalismo do Centro universitário de Brasília

1) Nome (Opcional):
2) Há quanto tempo o Senhor exerce a função de Deputado? <input type="checkbox"/> menos de 6 anos <input type="checkbox"/> de 6 a 10 anos <input type="checkbox"/> de 11 a 15 anos <input type="checkbox"/> de 16 a 20 anos <input type="checkbox"/> de 21 a 25 anos <input type="checkbox"/> mais de 25 anos
3) Qual seu nível de escolaridade? <input type="checkbox"/> MÉDIO INCOMPLETO <input type="checkbox"/> MÉDIO COMPLETO <input type="checkbox"/> GRADUAÇÃO <input type="checkbox"/> PÓS-GRADUAÇÃO <input type="checkbox"/> MESTRADO

DOUTORADO

4) Dentre as revistas abaixo, qual o Senhor lê, ou consulta?

Veja

Isto é

Época

Outras: Qual (is) _____

5) Com qual freqüência o Senhor lê, ou consulta a (s) revista (s) selecionada (s) acima?

- Veja
- Às vezes ou raramente
- Quase sempre
- Diariamente
- Sempre
- Nunca

6) Como o Senhor conceitua as reportagens destinadas a Parlamentares pelas mídias, Veja, Isto é e Época?

- Excelentes
- Boas
- Regulares
- Ruins
- Péssimas

7) Como o Senhor percebe a presença (espaço destinado) de Parlamentares negros como fonte nas reportagens das revistas Veja, Isto é e Época? Ou, apenas, na que o Senhor lê ou consulta?

Erro! Indicador não definido.

8) O que o Senhor identifica como **FATOR CRUCIAL** na escolha, pela mídia, de Parlamentares como fonte de reportagens?

- Sim. Identifico como **FATOR CRUCIAL** o/a:

- Não identifico qualquer **FATOR CRUCIAL**.

9) O Senhor identifica algum ponto forte e/ou fraco destas Revistas na seleção de Parlamentares como fonte de reportagens?

- Sim
- Não

Se positivo, qual (is)? _____

10) O Senhor identifica algum fator de ordem econômico-político-social que interfira na seleção de Parlamentares **NEGROS** como fonte de reportagens na mídia, especificamente nas Revistas Veja, Isto é e Época?

- Sim

Não

Se positivo, qual (is)? _____

10) O Senhor gostaria de opinar a respeito da seleção de Parlamentares **NEGROS** como fonte de reportagens na mídia?

Sim. Qual sua
opinião? _____

Não

11) Em relação à forma de atuação da mídia na seleção de Parlamentares como fonte de reportagens, o Senhor gostaria de opinar ou sugerir?