



A Teoria do Agendamento na Atuação da Imprensa Sergipana¹

Janete Pinto CAHET²
Polyana Bittencourt ANDRADE³

Universidade Tiradentes, Aracaju, SE

RESUMO

Os estudos sobre os efeitos da mídia foram propostos no século XX. Hoje, um século depois, em plena revolução dos meios de comunicação, há algumas hipóteses que podem ser empregadas para compreender a atuação dos meios de comunicação na construção da realidade. A hipótese do *Agenda Setting* permite compreender a seleção temática dos meios de comunicação. Para tanto, ela foi utilizada nesta pesquisa que objetiva analisar a cobertura da imprensa sergipana sobre a obra da Ponte Joel Silveira. O material empírico reúne notas, artigos e matérias publicadas no mês de abril de 2010 nos quatro jornais de maior circulação em Sergipe. Para isso esse artigo estabelece um diálogo entre diversos autores como Wolf, Ferreira e McCombs.

PALAVRAS-CHAVE: Agenda Setting; imprensa; ponte Joel Silveira; Sergipe.

INTRODUÇÃO

Em meios aos avanços tecnológicos em torno dos meios de comunicação, é possível afirmar que as relações sociais sofreram modificações assim como a produção da informação. Antes, os papéis eram bem determinados, pois a imprensa produzia conteúdo e os usuários consumiam. Hoje a dinâmica é outra, o usuário passa a desempenhar vários papéis em espaços de tempo cada vez menores. Ele é leitor, mas a qualquer clique passa ser autor e ter autonomia para pesquisar e construir suas ideias e até mesmo compartilhá-las. Esse cenário é muito comum, principalmente, na internet.

Partindo desse cenário, é possível compreender que os grandes conglomerados de comunicação não exercem a mesma influência sobre a sociedade de massa. Entretanto, não se pode afirmar que eles deixaram de ser responsáveis pela construção de realidades. Muito do que a sociedade de massa conhece é por meio da mídia. Assim,

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Relações Públicas e Comunicação Organizacional, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação do 7º período do Curso de Comunicação Social- Jornalismo da Universidade Tiradentes-Unit, email: janete.jor@gmail.com

³ Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte UFRN. Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Tiradentes. Email: polytencourt@yahoo.com.br



constata-se que algumas teorias e hipóteses podem ser aplicadas até os dias de hoje. A hipótese do Agenda Setting pode ser utilizada para compreender o fato de a mídia selecionar temas e proporcionar à construção da opinião pública. Os estudos dos efeitos provocados pelos meios de comunicação são resultados de pesquisas de McCombs (1976) “quando defende que os jornais são os primeiros promotores a organizar o agendamento do público”.

Boa parte dos estudos sobre essa hipótese versa sobre campanhas eleitorais. Essa pesquisa proposta neste artigo foge um pouco dessa regra, embora, indiretamente, relacione a produção das notícias às linhas editoriais dos veículos como também aos governos estadual e municipal de Sergipe e Aracaju, respectivamente, ambos da coligação petista.

Portanto, os jornais impressos de maior circulação de Sergipe serão analisados e as informações sobre a ponte Joel Silveira, publicadas no mês de abril de 2010 serão o recorte dessa pesquisa. Para tanto, será discutido o estudo dos efeitos e a hipótese do agenda setting, sociedade de massa até contemplar a análise da atuação da imprensa sergipana na cobertura realizada sobre a temática aqui mencionada.

O ESTUDO DOS EFEITOS E A HIPÓTESE DO AGENDA-SETTING

Há décadas os meios de comunicação são foco de estudo de teóricos e pesquisadores. Impasses e controvérsias sobre os efeitos da mídia marcam significativamente as contribuições dadas nessa área. Os sujeitos são ativos ou passivos no processo de comunicação? Ele reage ou não às mensagens e estímulos provocados pela mídia? Por que isso acontece? Há um efeito previsto por quem comunica? Esses questionamentos relacionados às mudanças a curto prazo foram superados por outros cujos resultados são de longo prazo. Ou seja, os estudos de casos individuais foram substituídos por análises de maiores proporções.

Na evolução que vem sendo seguida há algum tempo pelos problemas dos efeitos, muda, em primeiro lugar, o tipo de efeito, que não mais concerne às atitudes, aos valores, aos comportamentos do destinatário, mas é um efeito cognitivo sobre os sistemas de conhecimentos que o indivíduo assume e estrutura com estabilidade, devido ao seu consumo de comunicações de massa. Em segundo lugar, muda o quadro temporal: não mais efeitos pontuais, ligados à exposição a cada mensagem, mas efeitos cumulativos, sedimentados no tempo. (WOLF, 2005, p.138-139)



A pesquisa em mídia, os estudos dos efeitos fizeram parte dos trabalhos de Walter Lippmann (1922) e de Lazarsfeld (1940). Sem dúvidas, os meios de comunicação influenciam ou até determinam a construção de realidades. “É a partir desse ponto de vista que a mídia desempenha uma função de construção da realidade (*creating a second-hand reality*; *ibid*)”. (WOLF, 2005, p.142). Para isso é indispensável perceber a ação dos meios de comunicação de massa e a existência de elementos necessários para a aquisição de conhecimentos.

Trata-se de um modelo mais centrado no processo de significação e a mídia possui três características relevantes: acumulação, consonância e a onipresença. (NEUMANN, 1973 apud WOLF, 2005, p.142). A acumulação é capacidade que a mídia tem de produzir o tema e mantê-lo vivo, debatido durante um determinado tema. A consonância refere-se ao fato de haver predominância de informações e abordagens semelhantes. E já a onipresença é o saber público, ou seja, a possibilidade de tornar uma informação difundida e conhecida. “É sabido publicamente que ele é publicamente conhecido”. Observa-se o papel dos meios de comunicação quando produz informação e seleciona o que terá visibilidade, ou seja, o que a sociedade de massa terá acesso. Por essa razão os estudos sobre os efeitos analisam os processos e os modos com os quais os meios de comunicação produzem realidades.

Para compreender a sociedade de massa é preciso conhecer a história da transição da sociedade antiga para a moderna. As relações sociais são modificadas tendo em vista a ocorrência de fatores como divisão de trabalho, industrialização e a urbanização. A especialização do trabalho discutida por Durkheim (1858-1917) gerou o enfraquecimento das relações sociais. “É, então, no bojo e no aprofundamento da crítica da desintegração social da sociedade moderna, que emerge a formulação da sociedade de massa”. (FERREIRA, 2007, p.104)

A crítica do medo da desintegração social desdobra-se em outras críticas que têm origem nas análises que acabamos de elencar (família, grupos de vizinhos, associações esportistas...), burocratização crescente, igualdade e insegurança; por fim, uma ontologia acerca do homem-massa e da cultura que o influencia é também fomentada por ele, a cultura de massa. (FERREIRA, 2007, p.105)

O modelo da sociedade de massa é utilizado para compreender os meios de comunicação e a sociedade. “Logo, o paradigma da “sociedade de massa” colocará em relevo, nos meandros de suas análises dos meios de comunicação, uma leitura



sociológica e psicológica, às vezes psicanalítica, como é caso da teoria crítica”. (FERREIRA, 2007, p.107)

E para tentar compreender os meios de comunicação diante dessa sociedade de massa, algumas teorias surgiram ao longo do século XX. Dentre várias, destaca-se aqui a teoria hipodérmica, teoria crítica, espiral do silêncio e *agenda setting*. Como essa última é o foco desse artigo e ajudará a entender a atuação da imprensa ainda que seja no século XXI, pretende-se aqui discuti-la melhor.

O *agenda setting* demonstra que muito do que a sociedade de massa tem como informação é mediado pela mídia. Assim, verifica-se que há uma espécie de agendamento, ou seja, uma seleção de temas, fatos conhecida como ordem do dia. Esses assuntos são abordados repetitivamente pelos meios de comunicação e passam a ser “objeto de conversa entre as pessoas”. “Existe, então, uma relação direta e íntima entre a agenda mediática e a do público, efetuada pela ordem do dia e pela hierarquização temática” (FERREIRA, 2007, p.112).

A hipótese do *agenda setting* “não reside na *maneira como os mass media fazem o público pensar*, mas no *que eles fazem o público pensar*. Ela constrói a massificação como resultado daquilo que eles vão pensar”. Explicitamente não há a pretensão de persuadir o público. Ao contrário, ela oferece, expõe conteúdo em jornais impressos, televisão e rádio, e o público é ciente ou ignora, inclui ou exclui conhecimento. Ou seja, o público não é passivo como o que se observa na Teoria Hipodérmica. No *agenda setting*, a mídia apenas apresenta uma lista selecionada de fatos que o público deve pensar, conhecer e falar.

Por fim, a hipótese salienta a variedade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidas pelos meios de comunicação de massa, e as experiências de “primeira mão”, pessoal e diretamente vividas pelos indivíduos. (WOLF, 2005, p.145)

É evidente que a capacidade cognitiva do leitor, telespectador ou ouvinte será decisiva no processo de recepção do conteúdo produzido pela imprensa.

UMA ANÁLISE SOBREA IMPRENSA SERGIPANA: O TRATAMENTO DADO À COBERTURA REFERENTE À PONTE JOEL SILVEIRA

Partindo da discussão da hipótese do agendamento, é possível perceber que, no século XXI, ainda é algo recorrente nos meios de comunicação.

O que os meios de comunicação de massa fazem, então, é que um processo de *agenda setting*, ou seja, eles organizam os temas e precisam ser discutidos pelo público, o qual, abastecido de informações e após debater os assuntos, acabam por formular uma opinião coletiva sobre eles. Esta seria a contribuição e o dever dos meios de comunicação, que também ajudariam a melhorar o nível cultural de seus receptores. (SANTOS, 2003, p.85)

O recorte dessa pesquisa pretende partir das discussões sobre a hipótese do agendamento e perceber a importância e prioridade dadas ao assunto do dia pela mídia impressa de Sergipe. Nesse caso, foram analisadas artigos, notas opinativas e informativas e matérias publicadas no mês de abril de 2010 nos jornais impressos de maior circulação de Sergipe (Jornal Cinform, Correio de Sergipe, Jornal da Cidade e Jornal Do Dia). A escolha pela mídia impressa se dá porque “(...) as características de produção dos noticiários televisivos não permitem uma eficácia cognitiva duradoura, enquanto, por outro lado, a informação impressa ainda possui a capacidade de indicar com eficiência a variada relevância dos problemas apresentados”. (WOLF, 2005, p. 148)

Levando em consideração a abordagem de Ferreira (2007, p. 112) ao tratar o agendamento como a tematização proposta pelo mass media, pode-se inferir que a abordagem sobre a construção e inauguração da Ponte Joel Silveira atendeu aos requisitos desta hipótese. A imprensa sergipana abordou a temática sob diversas perspectivas garantindo ao fato o efeito cumulativo desejado por meio da atualização proveniente da estratificação do assunto.

O material empírico dessa pesquisa reúne 38 publicações sobre o tema. Fato que garantiu a cada nova informação a ampliação dos conhecimentos a respeito da obra e a sua permanência na agenda do público. Tais como ressaltam os títulos das matérias: Ponte Joel Silveira é atração Turística, Movimento na Ponte Joel Silveira comprova acerto do governo, Trade quer divulgação da Ponte na Bahia, Litoral Sul comemora boom imobiliário, todos eles publicados durante o mês de abril de 2010.

A construção da Ponte Joel Silveira é um grande marco para o incremento da economia de Sergipe por meio do turismo, uma vez que liga a capital Aracaju às praias do litoral sul do estado, destino já explorado antes mesmo da concretização da obra. Para Sergipe este monumento arquitetônico traz a perspectiva de novos empregos, surgimento de infraestrutura no turismo e maior circulação de dinheiro, além de reduzir



a distância entre Aracaju e Salvador em 70 km. Os baianos compoem hoje o quadro dos principais visitantes dos destinos sergipanos.

A ponte Joel Silveira está para o município de Itaporanga D’ajuda assim como a Ponte Construtor João Alves está para o município de Barra dos Coqueiros. Esta última interligando a capital ao litoral norte e provocando neste município investimentos na infraestrutura, a especulação imobiliária, investimentos no turismo e a melhoria da qualidade de vida dos moradores da região. Feito promovido pelo governador João Alves Filho, na última gestão no ano de 2006.

O projeto da ponte de Itaporanga traz consigo um problema de paternidade, pois o seu projeto passou pelas mãos de três governadores, Albano Franco, João Alves e Marcelo Déda, somente o último executando a obra, favorecido por questões políticas e por encontrar o projeto pronto e assim ter o tempo necessário para a sua concretização.

Contudo, a repercussão da Joel Silveira não está na sua estrutura, com 1.080 metros de extensão e R\$ 99 milhões em investimento, mas sim nas perspectivas geradas em torno do turismo já solidificado na região devido às praias da Caueira, Abaís e Saco e que habilita Sergipe como um dos potenciais cenários da Copa do Mundo de 2014.

Os processos de memorização e de acumulação atingindo o seu objetivo. Conforme prega Wolf (2005, p. 152), a memorização concentra-se mais na informação já adquirida do que na nova. Criando um processo de familiaridade com o assunto. Já a acumulação prevê que entre a nova informação, a que, cronologicamente, é mais recente (os últimos desenvolvimentos de um fato) parece ser mais privilegiada do que amplia os conhecimentos, (isto é, a informação de fundo).

Ao observar as publicações do Jornal Correio de Sergipe é perceptível a sua condução, tendência em abordar os aspectos negativos da obra, bem como repetição da abordagem a cerca do responsável em conceber a obra. Quem acompanhou a cobertura certamente deve saber que o governo que deu início a obra foi o antecessor a Marcelo Déda, o João Alves, em função da massificação desta informação.

É importante ressaltar, segundo prega Ferreira (2007, p. 111), neste processo de massificação, a teoria crítica elimina toda a possibilidade de uma postura do indivíduo de consumir a cultura de maneira contestatória, irônica, muito menos crítica. As características da indústria cultural e, por conseguinte, de seus produtos, são transportadas para as características dos indivíduos. Os efeitos da indústria cultural são efetivados na migração produto-consumidor.



O Jornal da Cidade dedicou um espaço maior em seus cadernos ao publicar 10 matérias sobre o tema em questão, oito delas dedicadas exclusivamente para tratar dos benefícios da obra e os “acertos” do governo em construir a ponte. Nota-se assim que a linha editorial deste jornal busca modificar a idéia pessimista pregada pelo Correio de Sergipe e de certo ponto é possível entender a sua ligação com o governo da situação.

Segundo Wolf (2005, p.137), a hipótese do *agenda-setting* defende que os mass media são eficazes na construção da imagem da realidade que o sujeito vem estruturando. Há uma persistência na construção dos benefícios provenientes da obra e uma evidente repetição de conteúdos.

Deste modo, as notícias apresentadas levaram a agenda do público uma perspectiva de um acontecimento benéfico para a sociedade de modo geral. Em ressalva aos aspectos políticos que trouxeram à tona a problemática entre governos, a temática foi massificada de maneira positiva, de modo que, gerou uma inquietação no público ao ponto de ir até a ponte para conhecê-la.

Durante o período analisado, percebeu-se que a inauguração da Ponte Joel Silveira foi assunto abordado nos principais jornais. O Jornal da Cidade apresenta 15 publicações, subdivididas em: oito matérias informativas, duas notas informativas, uma nota crítica, uma capa com foto destaque, uma cobertura fotográfica e duas matérias denunciativas.

O Jornal da Cidade publicou no dia 1.04.2010 uma matéria intitulada Ponte Joel Silveira é atração turística. Ela ocupou a capa do jornal com o título Ponte vira atração e uma fotografia- vista aérea da obra finalizada. O texto afirma que “pessoas deixam suas casas para apreciar a obra”. Além disso, apresenta depoimentos que confirmam esse comportamento. ““É bela”, resumiu, enquanto admirava a construção. Interessante perceber que há uma persistência em expor a obra como um atrativo turístico, mas o texto não se preocupa em oferecer elementos que a caracterizem como tal. Entretanto, o leitor pode reconhecer que algo há de interessante para fazer com que aracajuanos se desloquem “só para conhecer a ponte Joel Silveira, inaugurada na terça-feira. A população do interior também visita a obra”.

No dia seguinte, no mesmo jornal, mas na coluna Periscópio, o assunto tem visibilidade. A nota publica em discurso indireto a avaliação do secretário da casa Civil, Oliveira Júnior: “Segundo ele a obra será fundamental para o desenvolvimento da região. Oliveira destaca o crescimento do setor imobiliário. Durante a inauguração da



ponte, já estavam sendo distribuídos panfletos de condomínios na Caueira”. (JORNAL DA CIDADE, 2010, p.2)

Na edição dos dias 11 e 12.04.2010, o leitor do Jornal da Cidade teve acesso ao destaque dado ao texto cujo título é Parceria entre governo e prefeitura traz boas novas para Aracaju. Parece um texto informativo até porque está na editoria de Cidades, mas logo no início da leitura é possível certificar-se da angulação escolhida pela empresa de comunicação.

Pela primeira vez em 25 anos, Aracaju consegue ter o governador e o prefeito atuando juntos para melhorar a qualidade de vida da população. O resultado disso não poderia ser melhor: ações em parceria que beneficiam todos os segmentos da população e promovem melhorias que vão deixar a cidade cada vez mais preparada para o futuro. (JORNAL DA CIDADE, 2010, Caderno B, p.9)

Afirmando que “os aracajuanos nunca viram tantas obras”, o texto discorre sobre as obras realizadas pelo governo petista, entre elas a Ponte Joel Silveira. A especulação imobiliária é um aspecto relacionado à obra. “Litoral Sul comemora boom imobiliário” é o título do texto publicado no Jornal da Cidade no dia 23.04.2010 e que aborda o surgimento de empreendimentos da construção civil na área próxima à ponte, inclusive construção de novos Resorts de luxo. “O ritmo em que o mercado imobiliário tem crescido na região é tão intenso que é impossível de ser ignorado: os estrangeiros investidores já surgem em todos os pontos, independente de bairro ou poder aquisitivo da população local”. (JORNAL DA CIDADE, 2010, Caderno Morar Bem, p.5)

O Cinform devido a sua periodicidade semanal dedicou um espaço mais restrito ao tema com a publicação de uma nota opinativa, uma matéria opinativa e uma matéria informativa no período analisado, totalizando três inserções. Além disso, pode ser uma questão de escolha e prioridade.

O tema também foi pauta do Jornal Do Dia que dedicou suas páginas a uma matéria informativa, uma nota informativa, duas notas opinativas e uma matéria denunciativa. Seu espaço tratando do tema por cinco vezes. Polícia Rodoviária reforça fiscalização; Emenda Batistão; Movimento na Ponte Joel Silveira comprova acerto do governo; Secretário esclarece execução de obras no Estado são alguns títulos abordados pelo Jornal Do Dia. A realidade construída pelos textos publicados é de que a obra também é sinônimo de desenvolvimento para Aracaju. “A hipótese da *agenda-setting* sustenta que a mídia é eficaz na construção da imagem da realidade que o indivíduo começa a estruturar” (WOLF, 2005, p.152)



Embora o assunto da “ordem do dia” seja o mesmo, nesse período, percebeu-se que a angulação dada aos textos relacionados à obra foi diferente no Jornal Correio de Sergipe. O leitor continua sendo estimulado a pensar, falar e reproduzir o tema, pois é evidente a visibilidade dada à ponte em todos os jornais aqui analisados.

O Correio de Sergipe publicou cinco notas opinativas, quatro notas informativas, três notas denunciativas e duas matérias denunciativas. Num total de 15 retomadas do tema. Como pertence a um grupo de oposição aos governos estadual e municipal, o meio não se opõe em publicar matérias sobre a ponte, mas os títulos já impõem realidades distintas das apresentadas pelos demais jornais impressos. Mediocridade explícita; Soltando o verbo; Obra demorada; Mobilização; Quem pagou o transporte para levar o povo para a inauguração da ponte? Cargos comissionados obrigados a prestigiarem a festa; Déda desfilou de carro aberto. Pode?; PAC estadual é mais uma mentira do governo do PT entre outros foram títulos e matérias e notas publicadas no Correio de Sergipe. São evidentes as controvérsias entre as coberturas dos jornais, mas sem dúvidas, a ponte é o assunto do período analisado. Os meios de comunicação se dedicaram a explorar a temática e pautaram os leitores durante o período analisado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora sejam meios de comunicação com linhas editoriais diferentes e até mesmo, contrárias em alguns casos, todos estabeleceram os assuntos relacionados à construção e inauguração da Ponte Joel Silveira como relevante, pois as publicações demonstram isso. A cobertura do tema abordou informações significativas, mas em outros casos, desnecessárias, repetitivas e até mesmo inadequadas, pois estavam fora do contexto.

Faltam instrumentos ou elementos para sustentar certas realidades construídas no texto. A pesquisa permitiu perceber que a abordagem do tema varia entre os jornais analisados. Em alguns casos, há superficialidade e em outros os dados são mais articulados aos diversos aspectos da temática. Por essa razão, certamente a influência da *agenda setting* não é homogênea. O total de textos coletados não demonstra a diversidade de abordagens e nem mesmo carrega novidade e ineditismo. O frame temporal indica que a mídia enfatiza o acontecimento. A ponte Joel Silveira foi pauta de



todos os jornais. Ressalta-se a repercussão do assunto entre os leitores e as realidades construídas por meio dessa recepção.

Embora o mês de abril de 2010 tenha sido o marco temporal, a temática pode vir à tona mesmo depois desse período. Por essa e outras razões os estudos sobre os efeitos da mídia são imprescindíveis para compreender esse processo.

REFERÊNCIAS

GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Teorias da Comunicação: Antologia de Pensadores Brasileiros**. São Paulo: INTERCOM, 2010.

FERREIRA, Giovandro Marcus. **As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés da sociedade de massa**. In: HOHLFELDT, Antônio, MARTINO, Luiz C. (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.p.99-116.

POLISTCHUCK, Ilana. **Teorias da Comunicação: o pensamento e a prática do jornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

SANTOS, Roberto Elísio dos. **As teorias da comunicação: da fala à internet**. São Paulo: Paulinas, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.