



Conceito de noticiabilidade e agenda midiática na blogosfera¹

Daniel DANTAS²

Adriano Lopes GOMES³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

Este artigo apresenta projeto de tese de doutorado que tem como objetivo pesquisar o conceito de noticiabilidade no espaço virtual e suas relações na construção de agendas públicas na mídia digital. Para isso, busca analisar as implicações da intersubjetividade virtual no agendamento em blogs jornalísticos de opinião. Em nossa pesquisa, pretendemos utilizar as referências teóricas dos estudos do jornalismo agrupados sob a perspectiva da hipótese do agenda-setting, dos processos de newsmaking e da definição dos critérios de noticiabilidade.

Palavras-chave

Teorias do jornalismo; critérios de noticiabilidade; blogs; intersubjetividade virtual; escrita interativa.

Introdução

O artigo apresentado nesta comunicação resulta da elaboração do projeto de tese de doutoramento em andamento no Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Aqui discutimos as teorias de comunicação e do jornalismo com o objetivo de pesquisar o conceito de noticiabilidade no espaço virtual e suas relações na construção de agendas públicas na mídia digital. Para isso, temos buscado analisar as implicações da intersubjetividade virtual no agendamento em *blogs* jornalísticos de opinião e na definição do conceito de noticiabilidade.

Em nossa pesquisa, temos partido do princípio de que a comunicação midiática sempre se dá em contextos sociais definidos, mergulhada em estruturas culturais e ideológicas específicas, implicando em que é preciso, em sua análise, tomar em consideração as suas condições de produção, conforme Thompson (1998).

¹ Trabalho apresentado no GT Jornalismo e Editoração, evento componente do X Congresso de Ciências de Comunicação da Região Nordeste.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da UFRN, email: ddantas@petrobras.com.br.

³ Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação da UFRN, email: adrianogomes@cchla.ufrn.br.



Além disso, consideramos que a mídia digital convida o leitor a uma escrita interativa. Nesse sentido, uma outra questão relevante no contexto é analisar o impacto que a intersubjetividade virtual constitutiva de veículos digitais, como *blogs*, pode provocar na construção de sentido dos temas agendados.

Temos por propósito realizar uma pesquisa de natureza etnometodológica no campo virtual, utilizando a tática do estudo de caso. Os dados colhidos serão analisados à luz das perspectivas dos estudos do jornalismo, procurando avaliar o conceito de noticiabilidade na mídia digital e inferir as influências da intersubjetividade virtual e da escrita interativa no agendamento em veículos de informação como os *blogs* jornalísticos de opinião.

Intersubjetividade e noticiabilidade nos blogs

Consideramos indispensável, diante da emergência de cada vez maior das novas tecnologias da comunicação e informação, investigar o conceito de noticiabilidade que emerge nos meios digitais de informação, como os *blogs*, analisando a validade – ou não – das concepções tradicionais aplicadas às demais mídias.

A partir dessa discussão, decorre a necessidade de estudar a concepção de valor-notícia e as implicações da intersubjetividade virtual na agenda pública desenvolvida pela mídia digital, como os *blogs* jornalísticos de opinião, que costumam possibilitar a interatividade dos leitores-usuários.

A partir das noções desenvolvidas em nossa dissertação de mestrado (DANTAS,2006) de intersubjetividade virtual e escrita interativa, descritas no ambiente virtual dos *blogs*, começamos a refletir acerca das relações entre esses fenômenos e o agendamento de temas, especialmente em *blogs* e veículos que possibilitam a participam ativa dos leitores. Acreditamos, portanto, que as relações intersubjetivas virtuais alteram as formas de leitura por parte do público dos textos de comunicação digital, interferindo na construção dos sentidos desejados pelos promotores desses veículos, alterados pela relação intersubjetiva e pela escrita interativa, típica desse tipo de comunicação.

Nosso propósito é compreender como as relações intersubjetivas virtuais alteram o conceito de noticiabilidade no agendamento em veículos de mídia digital. Acreditamos que os sentidos construídos na leitura de notícias em veículos digitais, como os *blogs*, sofrem interferência e são submetidos ao impacto das relações intersubjetivas virtuais que ocorrem entre leitores e escritores desses *blogs*. Desse



modo, os intuitos comunicativos das notícias agendadas nesses veículos tendem a não ser alcançados plenamente.

Wolf (2003) define que os critérios de noticiabilidade, geralmente chamados de valores-notícia, são grupos de elementos por meio dos quais o campo midiático controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos que serão selecionados para se tornarem notícias. Os valores-notícia procuram responder à pergunta: que acontecimentos são relevantes para serem transformados em notícia?

Diversos autores apresentam uma seleção de valores-notícia, mais ou menos coincidentes (TRAQUINA, 2003; TRAQUINA, 2005; WOLF, 2003; LUHMANN, 2005).

Para Wolf (2003) os valores-notícia derivam das características do seu conteúdo (critérios substantivos), da disponibilidade do material, de considerações relativas ao público e à concorrência.

Luhmann (2005) denomina de seletores o que temos chamado de valores-notícia. Ele destaca como seletores a novidade da informação, o conflito, as quantidades, a relevância local de uma informação, a transgressão à norma, a atualidade e a manifestação de opiniões.

São as organizações que fazem uso desses critérios de noticiabilidade e são elas que desenvolvem rotinas próprias para a produção de notícias. Eles só têm lugar e só se dão no âmbito de organizações do campo midiático. E se apagam na hora em que somem dentro de grades de programação e de produtos jornalísticos.

Traquina (2005) apresenta os valores-notícia divididos em dois grupos: valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção. Alguns desses tipos apresentados pelo autor assemelham-se ou se igualam àqueles citados por Wolf (2003) ou Luhmann (2005).

Avançando na questão para o ambiente da Internet, Saad (2003) discute o valor da informação no mundo digital, entendendo que esse valor é definido nesse contexto em relação direta com o novo papel e potencial do leitor, que agora foi alçado à condição de usuário. Na Internet nos deparamos com uma nova espécie de leitor, que lê escrevendo (DANTAS, 2006: 109-110). O leitor agora é um usuário que tem poder para inserir suas próprias informações na rede. Desse modo, os valores-notícia que ganham importância no mundo digital amplificam ainda mais a necessidade da proximidade com os interesses pessoais dos leitores-usuários (SAAD, 2003: 61).



Citando Martin (1996), a autora explica que os leitores contemporâneos buscam nas informações, além das variáveis mais comuns de valorização das notícias, elementos como disponibilidade, abrangência e seletividade. Este último permite que os “usuários componham e reorganizem informações de diversas fontes disponíveis na web, conforme suas necessidades” (SAAD, 2003: 61 – 62).

Saad (2003: 62) também traz para a discussão o pensamento de Tomsen (2000) que define cinco valores-notícia para o contexto de informações na Internet: credibilidade (da fonte do conteúdo), inovação (traduzida como exclusividade da informação), relevância (impacto na vida prática), imediatismo (quando o tempo é fator importante) e utilidade (para o dia-a-dia). No entender da autora, essas duas visões convergem, uma vez que a junção desses valores-notícia do mundo digital implica que quanto mais personalizado, customizado e relevante para o sujeito for o conteúdo da informação, maior será sua relação com o site ou fonte dela (SAAD, 2003: 63).

A essa discussão podem ser somadas outras questões. Se os sujeitos, enquanto leitores, não são passivos, muito mais decisivamente a atividade da leitura se manifesta nos veículos digitais de informação, especialmente aqueles que possibilitam a escrita interativa – ou seja, o ler escrevendo. A interferência do leitor usuário na geração de sentido por parte dos demais leitores através do registro de seu próprio entendimento de leitura por meio da publicação de seus próprios comentários e opiniões pode alterar dramaticamente a relação entre os objetivos de quem comunica e os sentidos gerados pela leitura desses veículos.

Conforme entende Thompson (1998), a comunicação midiática sempre se dá em contextos sociais definidos, estando mergulhada em estruturas culturais e ideológicas específicas, o que implica a necessidade de analisar a comunicação como uma forma de ação social em que é preciso tomar em consideração as suas condições de produção.

No entanto, o público-leitor não pode, ainda segundo Thompson (1998), ser considerado como uma massa disforme, composta de passivos e indiferenciados indivíduos. Assim também Bakhtin (1997: 290) entendia que o receptor de um discurso o recebe com uma postura que denominou de *atitude* (em alguns casos, *compreensão*) *responsiva ativa*, ou seja, “ele concorda ou discorda (total ou parcialmente), completa, adapta” o enunciado.

Bakhtin concebe a linguagem como elemento constitutivo da realidade social, restituindo, também, o sujeito como elemento ativo no uso e no entendimento



dessa linguagem. O ator social não é um idiota cultural permanentemente submetido à força coercitiva das normas sociais que se enunciam no seu mundo. O leitor dos *blogs* é um membro de uma comunidade, ativo para concordar ou discordar (total ou parcialmente), completar, adaptar ou executar aquilo que a linguagem social à sua volta lhe procura impor, reelaborando seu mundo de maneira dialógica.

Se isso já pode ser afirmado em meios de comunicação midiáticas de sentido único, como jornais e revistas, muito mais se torna verdade quando nos referimos a um veículo que Lévy (1999:63) classificou de todos-todos, que é a Internet. Os veículos de comunicação da Internet, como os *blogs*, propõem a ampliação da dialogia com seu público leitor.

Agendamento

A hipótese do *agenda-setting* ou agendamento refere-se à noção, desenvolvida principalmente a partir dos estudos de McCombs & Shaw (1972) sobre a cobertura das eleições presidenciais norte-americanas, em 1968. Conforme cita Gutmann (2006: 38), os autores consideravam, em 2000, que a teoria do agendamento se constituiu, na verdade, em um conceito guarda-chuva para abrigar diversas tradições investigativas da área da comunicação.

A agenda é entendida como uma série de questões e acontecimentos que são vistos desde um ponto no tempo e no espaço, sendo classificados segundo uma hierarquia de importância. Pela ação dos meios de comunicação, o público atenta ou deixa de prestar atenção aos conteúdos que são selecionados ou excluídos pelos veículos midiáticos.

Wolf (2003: 157) mostra que o processo de tematização e agendamento das notícias acontece em níveis. Assim, existem temas que vão atingir diretamente quase todos da mesma maneira, outros cujos efeitos são experimentados seletivamente e ainda aqueles cujos efeitos são geralmente longínquos de quase todos que formam o público. É essa tematização, segundo Wolf (2003), que vai fornecer os critérios de relevância, os limites dos temas e os efeitos da agenda. Enquanto o agendamento é o efeito a propósito de qualquer assunto desde que coberto pelos meios de comunicação, a tematização é a possibilidade limitada de seleção dos assuntos passíveis de serem agendados.

Nossos questionamentos, especialmente no que se refere à mídia digital que convida o leitor a uma escrita interativa (DANTAS, 2006), são a respeito de como esse



processo pode contribuir para uma nova conceituação de noticiabilidade, mais adequada ao ambiente virtual de informações, em particular os *blogs* jornalísticos.

Intersubjetividade virtual e escrita interativa

Em nossa pesquisa de mestrado (DANTAS, 2006), discutimos os conceitos de intersubjetividade virtual e escrita interativa. Acreditamos que a apropriação dessas noções à nossa proposta atual de trabalho é fundamental na compreensão do fenômeno que objetivamos estudar.

A noção de intersubjetividade que assumimos depende da compreensão da noção bakhtiniana de dialogia. O discurso, com sua dialogicidade interna, institui a língua em uso, como parte de uma interação intersubjetiva entre enunciador e destinatário (BAKHTIN, 1990: 88). Desse modo, a intersubjetividade surge em Bakhtin como elemento social. Como explica Recuero (2004), para Bakhtin, a comunicação existe a partir do diálogo, enquanto reconhecimento mútuo entre sujeitos que interagem como um “eu” e um “tu”. Assim, a dialogia inerente ao discurso, na visão bakhtiniana, baseia-se nas relações intersubjetivas de troca comunicativa, onde os interagentes constroem a intersubjetividade a cada passo.

Relacionada à noção de intersubjetividade virtual, aparece a idéia da escrita interativa, ou seja, a possibilidade de ler escrevendo nos meios digitais de informação. Nos *blogs*, essa escrita interativa surge na forma de comentários (DANTAS, 2006). Esses comentários são vistos como essenciais nas comunidades formadas nessa forma de comunicação. Os comentários, constitutivos dessa realidade social virtual, contribuem na atribuição de sentido das mensagens pautadas, agendadas e transmitidas nos veículos de comunicação.

O que entendemos por escrita interativa existe em função do compartilhamento da escrita entre autores e leitores que juntos co-produzem um mesmo hipertexto. Ou seja, a escrita interativa é típica do ambiente da Internet e dos veículos de comunicação digitais que estimulam a participação dos leitores usuários.

Constituindo uma comunidade virtual a partir dessas relações intersubjetivas que se estabelecem por meio desses veículos de escrita interativa, a leitura por parte dos sujeitos é modificada e os sentidos são alterados por aquilo que é construído coletivamente como realidade social, o que, acreditamos, altera o conceito de noticiabilidade nesse espaço midiático da Internet e dos *blogs*.



Conclusões

Nossa pesquisa, em estágio absolutamente inicial, tem por proposta avançar na teoria dos estudos do jornalismo, em particular os conceitos de noticiabilidade, especialmente procurando analisar a pertinência desses conceitos no âmbito da comunicação digital. Na verdade, procuraremos interpretar a validade desses conceitos nessa nova realidade dos meios de comunicação, representados na Internet que promove uma escrita interativa e uma intersubjetividade virtual cujo sentido e efeitos precisam ser melhor compreendidos.

Objetivamos, também, analisar a influência que a intersubjetividade virtual e a escrita interativa, na mídia digital, têm sobre o agendamento. Desse modo, também pretendemos destacar os leitores como sujeitos ativos que, numa realidade intersubjetiva, redimensionam, reorientam, resignificam os conteúdos transmitidos nesses veículos.

Nossa intenção é continuar com o que foi produzido e avançado em nossos estudos anteriores, notadamente nossa dissertação de mestrado, quando desenvolvemos as noções de escrita interativa e intersubjetividade virtual que pretendemos utilizar nesta nova pesquisa.

Acreditamos que em virtude da mídia digital ainda ser um campo em expansão, uma área de fronteira do conhecimento, nossa pesquisa pode contribuir para uma melhor e mais ampla compreensão dos fenômenos relacionados à comunicação em ambiente de Internet. Isso se reveste de uma importância ainda maior quando aplicado ao estudo dos veículos de comunicação na Internet e a relação entre suas intenções, traduzidas no agendamento, e seus efeitos, sob interferência da intersubjetividade virtual e escrita interativa.

Além disso, esperamos poder generalizar, com base nessas relações, um conhecimento teórico que possa explicar como funciona essa relação e esse impacto da intersubjetividade virtual e da escrita interativa na compreensão do agendamento nos veículos digitais, como os *blogs*. Essa abordagem possibilitará, também, descrever o processo de produção de informação na Internet, mesmo que a partir do produto final.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. “Os gêneros do discurso”. In _____. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.



_____. **Questões de literatura e de estética.** São Paulo: Hucitec/Unesp, 1990.

DANTAS, Daniel. **As relações intersubjetivas nos blogs e as práticas de letramento digital.** Dissertação de mestrado. Natal, 2006.

GUTMANN, Juliana Freire. “Quadros narrativos pautados pela mídia: framing como segundo nível do agenda-setting?”. In: Contemporanea • Vol.4 • nº1 p.25-50 • Junho 2006

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação.** Tradução Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2005.

RECUERO, Raquel da Cunha. **O interdiscurso construtivo como característica fundamental dos webrings.** Disponível em: <http://www.intexto.ufrgs.br/n10/a-n10a1.html>, acessado em 28 set 2004.

SAAD, Beth. **Estratégias para mídia digital: Internet, informação e comunicação.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo, RS: Unisinos, 2003.

_____. **Teorias do jornalismo.** A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** Tradução por Karina Jannini. São Paulo: Martins Fonte, 2003.