



## MÍDIA E POLÍTICA NA BLOGOSFERA MARANHENSE: análise de *blogues* de jornalismo político à luz da Teoria do Agendamento<sup>1</sup>

Diego Emir Pereira CHAVES<sup>2</sup>  
Carlos Erick BRITO<sup>3</sup>  
Faculdade São Luis, São Luís, MA

### RESUMO

Este estudo realiza análise de *blogues* maranhenses de jornalismo político, tendo como principal aporte a Teoria do Agendamento. Ao longo deste trabalho, percorremos a trajetória de ascensão da imprensa até os dias atuais, quando a Internet passa a configurar uma nova forma de difusão de notícias, através de portais de notícias e páginas pessoais, os quais corroboraram para a criação dos *blogues*. Durante a pesquisa, analisamos os textos produzidos pelos jornalistas/blogueiros Décio Sá, Luís Cardoso e John Cutrim, demonstrando a estreita relação existente entre a política e a mídia, proximidade hoje vital para ambas. Torna-se possível identificar, a partir da análise das matérias publicadas e dos discursos adotados por cada um dos blogueiros estudados, os distintos posicionamentos políticos e como estes fazem de seus espaços virtuais, locais para promoção destas diferentes ideologias políticas, tentando promover o agendamento do público.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídia; Política; Blogues.

### 1 INTRODUÇÃO

Em meio à efervescência do cenário político maranhense para as eleições estaduais e nacionais de 2010, aparece um novo espaço, consolidado, na trama das disputas, a Internet. Era a primeira vez desde 1974, que uma nova mídia teria um papel de decisão junto ao eleitor. Antes a propaganda política e os comentários políticos massivos, se restringiam a televisão, rádio e jornal impresso, entretanto, em virtude de ser tão marcante e em algumas situações definidor o papel da Internet, que o Tribunal

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social - Jornalismo da Faculdade São Luis - MA, email: [diego\\_emir@hotmail.com](mailto:diego_emir@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Faculdade São Luis - MA, email: [carloserick8@yahoo.com.br](mailto:carloserick8@yahoo.com.br)



Superior Eleitoral ditou as primeiras regras para veiculação de informações e publicidade na grande rede.

Com a interferência do TSE fica evidente a relação existente entre mídia e política, não à toa, houve uma moderação e/ou controle proposta pelo judiciário que regulamenta as eleições. Dessa forma fica praticamente impossível deixar de se tornar perceptível a presença de alguns jornalistas/blogueiros na disputa eleitoral no Brasil a partir de 2010 de forma mais intensa, cabendo a eles o papel de interferir no jogo político.

A efetiva aproximação da mídia com a política pode ser percebida com o passar dos tempos, desde o surgimento da Imprensa no século XV com Johannes Gutenberg, criador da tipografia, até os dias atuais, sendo que houve sempre um aprimoramento da atividade ao longo dos anos. Primeiro o papel impresso, logo após o rádio, a televisão e por último a Internet, sendo que a última é a mais recente de todas. Neste contexto de proximidade, não podemos deixar de fora, uma das ferramentas midiáticas, *blogues*, mais utilizadas ultimamente, as quais têm servido mais como transformadoras do discurso político do que simples difusoras (MIGUEL, 2004).

Antes de entrarmos de fato na discussão da blogosfera<sup>4</sup> maranhense, devemos tratar a respeito dos conceitos de política e mídia, visto que os ambos estarão no foco de estudo do objeto desta pesquisa - o jornalismo relacionado ao campo político praticado na blogosfera maranhense. Para Arendt (1998), o sentido da política é o da liberdade. A autora diz que as ideias de política e de coisa pública surgem pela primeira vez na *polis* grega, considerada o berço da democracia. O conceito de política que conhecemos nasceu na cidade grega de Atenas e está intimamente ligado à liberdade, que para o grego era a própria razão de viver.

João Ubaldo Ribeiro (1981) diz que a política está ligada ao exercício do poder e de como esse poder é exercido e por quem ele é exercido. A política rege todos os âmbitos, uma vez que aparece na economia, no ambiente empresarial, nas escolas, nas instituições públicas. Por esta razão, não se pode falar em indivíduos apolíticos. Por sua riqueza de detalhes, torna-se inviável definir política com apenas uma frase.

---

<sup>4</sup> Blogosfera é o termo coletivo que compreende todos os *weblogues* (ou *blogues*) como uma [comunidade](#) ou [rede social](#). Muitos blogs estão densamente interconectados; [blogueiros](#) leem os blogues uns dos outros, criam enlaces para os mesmos, referem-se a eles na sua própria escrita, e postam comentários nos blogues uns dos outros. Por causa disso, os *blogues* interconectados criaram sua própria cultura. Outros termos em uso incluem "Blogtopia", "Bloguespaço", "Bloguiverso", "Blogsilvânia" e "Bloguistão". O conceito de blogosfera é importante para a compreensão dos blogues. Os blogues eles mesmos são, essencialmente, apenas o texto publicado dos pensamentos de um autor, enquanto a blogosfera é um fenômeno social.



Dessa maneira, deve ser levado em conta que o tema política é um assunto de extrema relevância para o estudo acadêmico e suas ramificações, do pequeno ao grande assunto, compreendendo assim a natureza da política e suas especificidades. Afinal, o tema está presente em tudo na nossa vida, não podemos ‘apenas’ ignorá-lo e dizer que não faz parte do nosso cotidiano, uma vez que é através dele que saberemos como será regimentada nossa vida enquanto sociedade, enquanto profissionais, ou seja, é impossível não ter contato com a política diariamente.

Pode-se perceber que o conceito de política está intimamente ligado à comunicação, quando ocorre a utilização de uma palavra como ‘liberdade’, visto que a mesma é muito discutida, quando se trata de expressão do pensamento. Já a mídia podemos conceitua-la como o uso de uma ferramenta eletrônica ou não para ocorrer interação entre as pessoas.

Procurando um conceito para mídia podemos citar:

Designa os meios, ou conjuntos dos meios de comunicação: jornais, revistas, TV, rádio, cinema etc, além de atividade e setor de uma agência de publicidade, relacionada com a veiculação das mensagens de interesse do anunciante. (RABAÇA, 1978, p. 311)

Podemos assim apontar que diversos elementos estão presentes nesses meios, entre eles a política. Nesse contexto, cabe localizar a proposta desta pesquisa, a qual terá como abordagem a relação dos atuais blogueiros que têm como principal tema a política, tornando-se estritamente produtores de matérias jornalísticas de cunho político.

Sobre o surgimento dos *blogues*, ainda temos uma história muito recente, visto que no mundo, começa a ser percebida a junção de *blogues* com o jornalismo no ano de 2001, após os atentados de 11 de setembro (FOLETTTO, 2009), mas vale lembrar que os primeiros blogueiros amadores surgem desde a metade da década de 1990.

Em se tratando da realidade local, mais especificamente de São Luís-MA, cidade em que ficam situados os blogueiros a serem estudados neste trabalho, o surgimento dessa nova mídia é mais recente ainda, um dos primeiros nessa modalidade de *blogue* político é o jornalista Décio Sá, o qual já possui o seu espaço virtual desde 2006, sendo que é necessário ressaltar que outros se propuseram a ocupar esse espaço, tendo-se como exemplo o jornalista já falecido Walter Rodrigues.

Os outros jornalistas, Luís Cardoso e John Cutrim, cujos *blogues* também serão estudados, criaram suas páginas pessoais nos anos de 2007 e 2008 respectivamente. O que é notado em relação ao surgimento desses *blogues*, é que estão



precedidos de períodos eleitorais, com exceção do jornalista Luís Cardoso, que assumiu o espaço após deixar as redações de impressos diários. Apesar das ‘temporadas políticas’ terem sido findadas, estes jornalistas permanecem com suas atividades de postagem nos *blogues* em curso, após as eleições, mas sendo perceptível uma queda no ritmo de postagem dos textos jornalísticos. Pode ser observado como se tratam de *blogues* que abordam temas políticos, durante o período eleitoral, a postagem de textos chega a ser frenética, devido a inúmera quantidade de assuntos e acontecimentos surgindo, mas depois, percebe-se uma queda na frequência de postagem de notícias, o que deixa claro que são *blogues* estritamente políticos.

Dessa forma, haverá uma problematização a respeito destes espaços, de que maneira os *blogues* tentam agendar, em sua produção *blogue-jornalística*, o público, havendo assim um escoramento na teoria do *Agenda Setting* ou *Agendamento*.

A hipótese do *agenda setting* é um tipo de efeito social da mídia que compreende a seleção, disposição e incidência de notícias sobre os temas que o público falará e discutirá. (BRUM, 2003, p. 1)

No Maranhão, a situação é também similar, pois os responsáveis por esses espaços, *blogues*, são profissionais que estão ou estiveram ligados, na maioria das vezes, às principais redações de jornais impressos e em alguns casos também a veículos de cunho televisivo e de rádio, características comuns em nível nacional e mundial, como dito anteriormente. Diante do fato, assim pode ser retomada a discussão sobre a produção noticiosa desses meios, analisadas em face pelo *Agenda Setting*.

Esta relação está presente diariamente, possibilitando a percepção de como a agenda jornalística influencia a discussão pública das notícias veiculadas pela imprensa e também como é o modo que as notícias são produzidas, a partir de critérios técnicos próprios da atividade do jornalista (CARDOSO, 2010).

Enquanto os pesquisadores de comunicação, ciências sociais humanas e de áreas ligadas às tecnologias da informação, buscam compreender o fenômeno dos *blogues*, o mercado começa a incorporá-los gradativamente. Grandes grupos de mídia passam a contar, em seus portais, com *blogues* de seus colunistas mais experientes ou mesmo de editorias específicas, embora, num primeiro momento, muito deles sejam apresentados como colunas “que mudaram de nome e se tornaram mais dinâmicas, com atualização contínua e a possibilidade de inserção de comentários dos leitores” (PALÁCIOS, 2003, p. 58).



Diante destes pressupostos, pode-se realizar a demarcação de três jornalistas cujos *blogues* serão analisados: Décio Sá (a), John Cutrim (b) e Luís Cardoso (c). Assim podemos classificar os dois primeiros ligados a veículos de comunicação no Maranhão, de linhas editoriais opostas, e o terceiro sem vínculo empregatício com as grandes empresas de comunicação e auto-intitulado independente. Prevalecendo assim três situações:

- a) Blogueiro vinculado a um veículo de comunicação (O Estado do Maranhão) que está alinhado com a política do Governo Estadual;
- b) Blogueiro vinculado a um veículo de comunicação (Jornal Pequeno) que faz oposição à atual política do Governo Estadual;
- c) Blogueiro que não tem vinculação com veículos de comunicação do estado.

As discussões criadas em torno dos temas citados pelos blogueiros, acabam sugerindo alguns questionamentos: *Quem constitui o público desses blogues? Para que servem estes blogues?* Estas indagações se inserem no ciclo de debate proposto pelo *Agendamento* jornalístico, o qual procura evidenciar a influência dos meios de comunicação no cotidiano das pessoas, visto a infinidade de informações que são disseminadas por estes canais (BRUM, 2003).

## **2 AS RELAÇÕES ENTRE MÍDIA E POLÍTICA**

Nas últimas décadas nenhum assunto foi tão discutido como o jornalismo político, ainda mais diante de inúmeras situações que acabamos vivendo nas últimas décadas: período militar, a volta das eleições diretas, os escândalos do governo de Fernando Collor, a consolidação da *democracia* após as eleições de Fernando Henrique Cardoso e Luís Inácio ‘Lula’ da Silva, além de outra infinidade de fatos que serviram como combustível para o jornalismo.

A mídia tem papel fundamental para a classificação de importância desses acontecimentos, pois ela é que tem dado destaque e relevância para fatos políticos em âmbito nacional. Hoje seria impossível fazer um jornal sem assuntos relacionados à política, como também ficaria difícil a política viver sem o jornalismo. Afinal, os profissionais que trabalham na área são os detentores do poder construtor ou destruidor que a mídia possui.



A relação entre política e comunicação tem se firmado como tema relevante dos estudos contemporâneos (RUBIM, 1999). Basta analisar como o jornalismo acabou transformando a natureza do caráter público, principalmente quando se trata da relação entre poder e visibilidade. Antes as questões públicas eram discutidas em segredo e a população não tinha acesso a esses debates, preocupados com a imagem, políticos começaram a perceber a necessidade de trabalhar sua figura e também a importância de publicizar as decisões políticas, as quais deixaram de ser privadas e passaram a ser algo ao alcance da população (THOMPSON, 1998).

Aliando a necessidade com o desejo da divulgação, a mídia entra como papel fundamental nesse processo, pois assim possibilitou um acesso rápido e imediato. Detentores desse papel, os comunicadores começam a deter o poder, a convencer pessoas e a formar opiniões. Começa então a nascer novas estruturas sociais, pois a mídia passa a ganhar maior importância.

Em um âmbito mais específico, no que diz respeito à temática comunicação e política, em sua modalidade de jornalismo político, encontramos a mesma sendo investigada por diversos teóricos que acabam superando o campo das ciências da comunicação. Temos psicólogos, cientistas sociais e políticos buscando compreender a presença cada vez mais impactante da comunicação midiaticizada em nossa sociedade. Apesar dos esforços na busca de compreender as relações existentes entre a mídia e a política, os pesquisadores ainda encontram algumas divergências em suas pesquisas provocando assim ainda equívocos em questões cruciais nessa relação (RUBIM, 1999).

Assim, podemos afirmar que o jornalismo e a política nos últimos tempos têm caminhado juntos, criando uma relação de interdependência. A atividade jornalística, assim como a política possuem uma grande dinâmica, por isso existe a necessidade de evidenciar as principais características do jornalismo, destacando principalmente como é feito o atual trabalho dos profissionais desta área, debatendo como a política acaba sendo inserida na mídia de massa e também como funciona a relação entre as duas áreas.

Segundo a autora Medina (1982), existem duas formas de se encarar o papel do profissional de jornalismo: exigindo dele a perfeição no fazer jornalístico ou então aceitá-lo com seus erros cotidianos, como erros de linguagem, revisão ou edição, entre outros. Por ser considerado um intermediador, o jornalista tem papel de extrema importância para a sociedade, criando assim um vaso comunicante, afinal é ele que



decodifica o fato, que irá virar notícia para o leitor, tornando-se papel fundamental na transmissão de informações.

Na verdade, o que é necessário destacar é que a mídia não se limita apenas a difundir, ela também propõe ‘transformar’ o discurso político. Diferentemente das falas proferidas em palanques ou em conversas, o texto produzido pelos veículos de comunicação precisa sofrer uma adaptação para que estabeleça uma relação entre a audiência e a mídia que está sendo utilizada. Mas ao mesmo tempo existe uma incerteza quanto à formação dessa fala, de acordo com o público que está sendo atingido, afinal, esta dúvida favorece a diluição dos conteúdos discursivos (MIGUEL, 2002).

Até o momento tratamos dos enlaces que estão permeando a política e a mídia, no parágrafo a seguir, iremos entrar na discussão da presença da teoria da Agenda Setting no campo político, as suas relações, como funciona e como busca analisar as práticas do jornalismo.

## **2.1 Agenda *setting* e o Campo Político**

Para compreender a teoria do jornalismo Agenda Setting ou Agendamento, podemos dividir a sua criação em três momentos. Inicialmente, em sua visão, tratava das décadas de 1960 e 1970, no qual já havia um longo período de normalidade democrática, onde as nações estavam recuperadas ou em fase final de recuperação de seus governos, após às duas guerras mundiais anteriores. Em segundo lugar, é preciso considerar uma mudança no panorama da comunicação de massa. O cinema que era um meio de massa, perdera a função de atualizar o público. O rádio se tornara o principal meio para tanto. É a vitória do broadcasting sobre a reunião social do cinema. As pessoas passavam a se acostumar a receber as notícias em casa. De semelhante maneira, a televisão ganhou muita força, oferecendo além do broadcasting, a experiência audiovisual. Nos anos 70, ela se massificou nos EUA. “Um lar, uma TV”. Ou seja, a universalização do acesso. E, em terceiro lugar, houve uma modificação de indicadores sociais, especialmente, no quesito da educação. O que significa um incremento considerável no acesso ao ensino superior e a alfabetização universal. Logo, uma das maiores restrições aos meios impressos desaparece (GOMES, 2011).

Toda essa circunstância, na opinião de Gomes (2011), permite a volta dos modelos de efeitos fortes na comunicação, mas com uma diferença fundamental: sai a questão do comportamento e entra o elemento cognitivo, mas enfatizando-se que o



comportamento é, em certa medida, afetado pelo cognitivo. Sendo o agenda-*setting* (ou agendamento como costuma ser utilizado em português), o primeiro modelo a ser testado.

A teoria do agenda-*setting* parte da premissa de que os meios de comunicação de massa exercem uma função de agendamento. Eles são responsáveis por dizer quais as prioridades dos problemas sociais, sendo este o principal papel de tais veículos. Como dito por McCombs e Shaw, os meios de comunicação não dizem o que você irá pensar, mas podem ser muito influentes em dizer no quê você irá pensar.

O ponto de partida da pesquisa de McCombs e Shaw é verificar a importância das mídias massivas no período eleitoral, porém, como dito, eles não verificam se os meios geram efeitos comportamentais. Valem-se da ideia de que antes da decisão de voto ou mesmo das preferências individuais, há outros elementos importantes que irão pesar nessas formações. E isso estaria diretamente relacionado com a decisão do quadro de prioridades sociais e, conseqüentemente, aos meios de comunicação. Os fatos “competem” pela atenção para virar problemas sociais, para serem prioritários. Os acontecimentos invisíveis, afinal, não são problemas socialmente reconhecidos por um coletivo.

Logo, há uma função dos meios de comunicação na construção de problemas sociais. Assim, os autores, partindo de tal premissa, desejam averiguar se o material apresentado pelos meios de massa é coincidente com o pensamento das pessoas. Ou, em outras palavras, se a agenda da mídia coincide com a agenda do público. Se ambos consideram as mesmas questões como prioridades ou problemas sociais.

Tal medição é realizada em duas etapas: 1) uma *survey* (pesquisa de opinião) com as pessoas para que elas digam o que é prioritário e 2) análise de conteúdo das matérias dos meios de comunicação. Inicialmente, McCombs e Shaw trabalharam com os meios impressos. E as pesquisas demonstraram que há uma correlação estreita e reiterada estatisticamente entre as duas agendas. E, de acordo com a teoria, primeiro muda a agenda dos jornais e depois a agenda do público se modifica de acordo com o que é publicado nos veículos de comunicação.

Enfim, qual a importância dos estudos do agendamento atualmente? Segundo a opinião de Gomes (2011), os meios de comunicação de massa controlam a esfera de visibilidade política. A política nas sociedades de massa não existe sem tal intermediação. Tanto porque a classe política necessita expor suas mensagens ao

público (que detém o poder do voto) quanto pelo fato de que a mídia é um atalho do público para a classe política.

No primeiro caso, a questão se relaciona em como o campo político responde aos problemas sociais. Há uma batalha para definir qual será a agenda das eleições (o tema principal) e quem é mais capacitado para respondê-la. Todos os grupos na disputa eleitoral, assim, buscam adotar/priorizar o conjunto de agendas que atraiam o maior número de pessoas. O candidato que melhor responder ou que melhor parecer capacitado a responder (seja por histórico ou por capacidade) tal problema social tende a ter grande vantagem na corrida eleitoral.

No segundo quesito, Gomes (2011) defende que os meios de comunicação podem ser um atalho à classe política. Segundo o pesquisador, os representantes políticos veem a agenda das mídias, de modo geral, como idêntica à agenda do público. “O que não se fala, não existe politicamente. Não produz agenda política, não influencia o público e os tomadores de decisão” (SAMPAIO; BARROS, 2010). Isso, de maneira geral, demonstra porque determinados grupos, movimentos ou associações lutam tão intensamente por atenção midiática.

Assim, os estudos de agendamento ainda apresentam grande importância e são vitais para explicar certas lógicas de funcionamento dos meios de comunicação de massa (e seus profissionais) e das ações dos atores políticos do sistema político formal e da esfera civil (indivíduos e coletivos).

Atores políticos que estão presentes nas redações dos principais jornais e que acabam compondo os espaços virtuais, *blogues* estes que usam de artifícios comunicacionais para transmitir informações, entre eles a Teoria do Agendamento, a qual estar sendo estudada nesse trabalho.

#### **4 ANÁLISE DO JORNALISMO POLÍTICO NOS *BLOGUES* MARANHENSES**

Construído o arcabouço teórico desenvolvemos agora a parte da análise empírica, tomando como objetos os blogues dos jornalistas Décio Sá, Luís Cardoso e John Cutrim. A finalidade do trabalho como ressaltada anteriormente, a partir de um estudo comparativo, tendo como aporte a teoria Agenda Setting a fim de discutir como os blogueiros acabam propondo uma discussão dos assuntos destacados por eles e como terminam por construir um cenário, através das suas postagens diárias sobre temas políticos inteiramente ligados às eleições para governador e presidente de 2010.

Devido a uma infinidade de materiais que podem ser encontrados dentro do período delimitado nesta pesquisa, escolhemos e trabalhamos com uma amostra, ou seja, “uma pequena



parte dos elementos que compõem o universo” (GIL, 1999, p. 99). Dessa forma, foram selecionados textos de cada blogueiro, do período de julho a outubro de 2010, ficando da seguinte forma: julho a setembro, período que antecedeu as eleições para o primeiro turno da disputa e outubro, textos da véspera da nova consulta (segundo turno). Sendo assim, fora escolhido um texto por mês de cada jornalista, todos selecionados do mesmo período, entre os dias 27 a 31 de cada mês, em virtude destas matérias se tratarem do resumo de um mês..

Seguindo nossa análise, avaliou-se a as perspectivas propostas pela teoria *Agenda Setting*, a partir da verificação dos conteúdos das matérias veiculadas, possibilitando assim identificar como foi o tratamento dado a alguns candidatos e situações que antecederam as eleições, criando uma discussão de como foram construídas algumas situações, fora a observação se houve ou não um comportamento tendencioso por parte destes blogueiros.

O período eleitoral de 2010 registrou uma das mais intensas disputas políticas, seja no âmbito local ou nacional. No Maranhão, havia o embate entre a candidata Roseana Sarney, que tinha sido derrotada nas urnas em 2006 por seu opositor, Jackson Lago do PDT - vale recordar que o pedetista que fora eleito em 2006 e acabou sendo cassado em meados de 2009. A cassação, portanto, era o gás para que o ex-governador se projetasse mais uma vez para a disputa política. Porém, nessas eleições também estava entrando um novo o personagem, o até então Deputado Federal Flávio Dino, o qual se colocava como alternativa entre as duas mais recentes experiências de ex-governadores do Maranhão.

Após uma breve introdução da situação que antecedeu as votações, podemos diagnosticar os principais motes tanto na disputa para governo do estado do Maranhão como para Presidente da República do Brasil.

No primeiro caso, temos três principais candidatos: uma que vinha de três mandatos e buscava um quarto, a candidata Roseana Sarney que faz parte do grupo que está inserido na política maranhense há mais de 40 anos; Jackson Lago foi três vezes prefeito de São Luís e gostava de se intitular como o libertador do Maranhão; e o candidato Flávio Dino que postulava seu nome como alternativa a Jackson e Roseana, apesar de não deixar isso bem claro.

No segundo, temos a briga direta entre esquerda e oposição, PT e PSDB, disputa essa que dominou todas as eleições presidenciais desde 1994, ambos os partidos representados pelas candidaturas de Dilma Rousseff e José Serra. Mas, assim como no primeiro caso, nasce uma alternativa, a qual é representada por Marina Silva, contudo, a diferença é que nessa situação, ela deixava explícito que representava uma oposição aos dois principais nomes do pleito.



Apesar das disputas eleitorais terem sido iniciadas, não foi escolhido nenhum fato que antecedeu o período oficial de campanha autorizado pelo TSE para destacarmos ou analisarmos. Para fins desta análise foram escolhidos, três jornalistas, cada um com seu posicionamento político, para observar e relatar os estudos a serem feitos após a análise dos textos jornalísticos postados em seus *blogues*. Como já mencionado anteriormente, eles compõem distintos posicionamentos: independente, governo e oposição.

Nesse sentido o foco da pesquisa será a análise dos *blogues* dos jornalistas Décio Sá, Luís Cardoso e John Cutrim. O fato de todos os citados serem veículos virtuais de comunicação permite encaixá-los em critérios metodológicos de comparação, uma vez que possuem a mesma especificidade. Porém, antes de adentrarmos na fase final desta observação, será apresentado um breve relato dos blogueiros em questão.

**Décio Sá** – O jornalista começou a utilizar a sua página pessoal no ano de 2006, vindo da redação do Jornal O Estado do Maranhão, propriedade da família Sarney, aproveitando a oportunidade da inserção do veículo que trabalha para iniciar suas postagens no *blogue*, que tem como nome, sua própria assinatura: [www.blogdodecio.com.br](http://www.blogdodecio.com.br). Atualmente é o espaço jornalístico particular mais acessado do estado, com média mensal de 500 mil visitas, segundo dados apontados pelo *Google Analytics*<sup>5</sup>. Como não existe uma pesquisa realmente comprovando quem constitui o público do *blogue*, existe um entendimento comum por parte de analistas políticos locais e também devido às condições sociais do estado, que o público que mais acessa sua página são das classes A e B. Além do *blogue*, Décio Sá também trabalha como jornalista e repórter da editoria de política do jornal O Estado do Maranhão, é declaradamente apoiador do grupo Sarney no estado e das posturas tomadas por estes.

**Luís Cardoso** – É jornalista e radialista, deu início às atividades jornalísticas no jornal O Diário do Povo, em 1980, foi repórter da Rádio Ribamar, anos depois trabalhou como editor do jornal O Povo do Maranhão. Luís Cardoso ainda teve

---

<sup>5</sup> Google Analytics é um serviço gratuito e é oferecido pela [Google](http://www.google.com) no qual, ao ativar-se o serviço por intermédio de uma [conta do Google](#), e ao cadastrar-se um [site](#) recebe-se um código para ser inserido na página cadastrada e, a cada exibição, [estatísticas](#) de visitação são enviadas ao sistema e apresentadas ao dono do site. Foi criado principalmente como um auxílio aos [webmasters](#) para otimizar seus sites para campanhas de [marketing](#) e para o [Google AdSense](#).



ainda passagens pelos jornais O Estado do Maranhão e Jornal Pequeno. Comandou o programa Capital Político, da Rádio Capital. Foi sócio-proprietário da revista Atos & Fatos, que mais tarde se tornou jornal diário. Atualmente, dedica-se com exclusividade a seu *blog*, que segundo o mesmo é o mais acessado do Maranhão, porém, dados disponibilizados pelo Google Analytics, o colocam como o terceiro mais acessado do estado, atrás de Décio Sá e Marco Aurélio D'êça<sup>6</sup>. Deu início às atividades do seu *blogue* no ano de 2007, quando resolveu deixar a redação do jornal Atos e Fatos e criou o espaço pessoal com a justificativa de que gostaria de adotar um posicionamento independente, sem interferências alheias à sua vontade.

**John Cutrim** – O mais jovem entre os três e se intitula jornalista, porém, é o único dos que foram citados que não possui a graduação, está inserido na blogosfera desde o ano de 2008 e vem se destacando como o principal nome do site do Jornal Pequeno, sendo o seu *blogue* o que possui maior assiduidade entre os que escrevem para o portal oposicionista. É filiado ao PPS, e apesar de tentar manter distância do posicionamento ideológico do partido, de acordo com as suas postagens, deixa claro e evidente uma postura de defesa ao grupo que combate membros da família Sarney. O site em que está hospedado seu *blogue* é de propriedade da família Bogéa, a qual sempre teve inúmeros problemas com o grupo que é dono do jornal O Estado do Maranhão, entre esses atritos podemos citar constantes notas de ataque, citando o jornal da família Sarney como o veículo do outro lado da ponte, entre outras denominações, problemas esses vindos da política defendida por ambos os lados.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível perceber o papel fundamental desempenhado pelo jornalismo na sociedade, o poder de construção e de destruição da atividade é imenso, em uma sociedade, os quais podemos encontrar em diversos contextos que podem ser afetados, desde os econômicos até os de cunho político. De acordo com a teoria da Agenda Setting, criada por volta da década de 70, ficou claro o potencial do discurso de jornalistas em propor discussões no meio social.

---

<sup>6</sup> Blogueiro maranhense que também está ligado à redação do jornal O Estado do Maranhão, não entrou no estudo por pertencer ao mesmo veículo que o blogueiro Décio Sá, então para que se mantivesse o critério de paridade entre os modelos analisados de blogues, governo, independente e situação, este foi mantido fora do estudo.



Pode-se perceber também que, atualmente, é impossível conceber o jornalismo sem a política ou vice-versa, ambos mantêm uma interdependência, esta criada por uma necessidade comum, publicização e aumento de poder em meio a uma sociedade carente de informação e conhecimento, apesar de ter obtido um grande avanço nos últimos séculos.

Os *blogues* nascem como um novo formato de mídia para aqueles jornalistas já consagrados das grandes redações espalhadas pelo mundo todo. Com a expansão da Internet, a ferramenta acaba sendo disponibilizada para todos, criando uma facilidade na e interatividade no mundo virtual, mas deve-se levar em consideração que nem todos jornalistas acabam aderindo à ‘nova’ mídia, ficando por ora ainda incrustados na sua mídia de origem.

No Maranhão, diante de todas as dificuldades encontradas, o estado tem os seus veículos de comunicação como um dos últimos a utilizar o ‘novo espaço’ midiático. Logo após a sua implantação, nascem os primeiros *blogues*, os quais podemos notar e analisar que acabam atingido bons desempenhos em acessos mensais, como é o caso do jornalista Décio Sá, que de acordo com a ferramenta *Google Analytics*, possui mais de 500 mil visitas mensais, o que corresponde um acesso diário de mais de 16 mil pessoas.

Se formos analisar puramente esses números, podemos concluir que a audiência encontrada pelo blogueiro é superior que praticamente todos os jornais impressos da capital maranhense, ficando atrás apenas do jornal popular AQUI-MA, o qual tem marcas de mais de 50 mil exemplares vendidos por mês, porém, o alcance é diferenciado dos nichos populacionais, uma vez que a ferramenta ainda é pouco acessível a determinar grupo de pessoas.

Também foi discutido, durante a pesquisa o público que acessa os *blogues*, assim como os jornais impressos que são produzidos para as elites, os jornalistas que exercem seu papel em suas páginas pessoais, algumas hospedadas em portais das redações que trabalham, e outros com caráter ‘independente’ que acabam possuindo o mesmo nicho de ‘audiência’, membros da classe A e B, mesmo que não exista uma pesquisa que comprove a afirmação, porém, a premissa parte de acordo com os indicadores sociais apontados pelos principais órgãos avaliadores dos índices socioeconômicos do estado, o que deixa evidente que estão a serviço de interesses particulares.



Por fim, apesar das deturpações que podem ocorrer ao longo do processo de construção da informação, é possível perceber como um *blogue* de política acaba ganhando grande importância, mas cabe deixar bem claro que as discussões podem ser pautadas por tais, mas a decisão do leitor vai bem mais além do que é jogado para discussões. Assim, evidencia-se que a imprensa é fundamental para a “construção da realidade”, pois através dela é definitivamente que de fato a política e o mundo criado por ela compreendem-se. Concluindo, pode-se constatar que a imprensa constrói um papel de destaque na construção da política brasileira.

Esse trabalho tem como pretensão iniciar o debate do uso da *Teoria do Agendamento* por blogueiros políticos, ainda pouco estudado no estado no Maranhão, ainda tem como intuito fomentar novos trabalhos e pesquisas na área, possibilitando assim cada vez mais ser estudado e dissecado a análise do discurso político presente no jornalismo maranhense.

## REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. *Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

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

ANDRADE, Regina Glória Nunes. *Neutralidade, mídia e opinião pública*. Rio de Janeiro, UERJ, 2008.

ARENDT, Hannah. *O que é política?* In: LUDZ, Úrsula (Org.) Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BRUM, Juliana de. *A Hipótese do Agenda Setting: estudos e perspectivas*. Nº. 35. México: out./nov. 2003. Disponível em:  
<[www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/html)> Acesso em: 20 out. 2011.

CANAVILHAS, João. *Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada*. Covilhã: BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, 2006. <Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em: 20 out. 2011.

CARDOSO, Luis. São Luís. Disponível em: <<http://www.luiscardoso.com>> Acesso em: 30 out. 2010.

CUTRIM, John. São Luís. Disponível em:  
<<http://www.jornalpequeno.com.br/johncutrim>>. Acesso em: 30 out. 2010.



FOLLETO, Leonardo. Blogosfera x campo jornalístico: conseqüências. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Racuero; MONTARDO, Sandra. **Blogs.Com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p. 199-215.

GOMES, Wilson. **Duas premissas para compreensão da política como espetáculo**. 1994. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mex/antiores/n35/jbrum.html>>. Acesso em: 15 out. 2011.

MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Forense, 1982.

MIGUEL, Luis Felipe. Mídia e opinião pública. In: AVELAR, Lúcia; CINTRA, Antônio Octávio (Org.). **Sistema político brasileiro: uma introdução**. São Paulo/Rio de Janeiro: Editora Unesp/Fundação Konrad Adenauer, 2004. p. 331-341.  
\_\_\_\_\_. **Política e mídia no Brasil: episódios da história recente**. Brasília: Plano Editora, 2002.

OLIVEIRA, Luiz Ademir. **A disputa política na TV**. 1999. 120 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (Iuperj), 1999.

PALÁCIOS, Marcos y Machado, Elias (org.). **Modelos de Jornalismo Digital**. S. Salvador: Ed. GJOL, 2003.

PAQUET, Sébastien. **Personal knowledge publishing and its uses in research**. 2002. Disponível em: <<http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html>> Acesso em 14 de set. 2010

PAVLIK, J. V. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro, Ed. Codecri, 1978.

RIBEIRO, João Ubaldo. **Política: quem manda, por que manda, como manda**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1981.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e Política**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

SÁ, Décio. São Luís. Disponível em: <<http://www.blogdodecio.com.br>>. Acesso em: 28 out. 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1999.