



## **CRIAÇÃO DO SITE PAUTE AQUI E A RELEITURA DA HIPÓTESE AGENDA SETTING: Nova ordem de agendamento para o usuário<sup>1</sup>**

Tabata MARTINS<sup>2</sup>  
Vinícius LAS CASAS<sup>3</sup>  
Bruna DORNAS<sup>4</sup>  
Érica FONSECA<sup>5</sup>  
Carla MENDONÇA<sup>6</sup>

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG.

### **RESUMO**

O presente paper refere-se à produção do trabalho de conclusão de curso “Criação do site Paute Aqui e a releitura da hipótese de *Agenda Setting*: Nova ordem de agendamento para o usuário”. Por meio da prática do jornalismo cidadão e ênfase no jornalismo colaborativo, o site propõe uma releitura das hipóteses de *Agenda Setting e Newsmaking*.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo colaborativo, jornalismo cidadão, *Agenda Setting*, *Newsmaking*, site, Paute Aqui.

### **1 INTRODUÇÃO**

Em época que noticiar um fato em tempo real para todo o mundo é possível, ferramentas como celulares, *notebooks*, *Ipods*, *Ipad*, *e-books* ganharam notoriedade e tornaram-se, cada vez mais, parte do dia a dia das pessoas. O leitor atual é também interlocutor participante das mídias digitais, pois não somente lê o que foi noticiado, como também expressa sua opinião e comenta as variadas informações adquiridas por meio do ciberespaço.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Internet.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e graduada no Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: martins.tabata@gmail.com.

<sup>3</sup> Aluno do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, e-mail: lascasas.vinicius@gmail.com.

<sup>4</sup> Aluna do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: brunaddornas@yahoo.com.br

<sup>5</sup> Aluna do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: erica.fonseca@gmail.com

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, email: cmcmendonca@uol.com.br.



Perante esse contexto, criamos um site de notícias denominado *Paute Aqui*, que é uma experimentação de um modelo jornalístico que apresenta interatividade ao ser elaborado com a prioridade de que o usuário é quem pauta a mídia proposta. Por meio desse modelo, esse site serve como canal de voz para o usuário belo-horizontino entre 16 e 30 anos, uma vez que, dividido em diversas editorias pré-selecionadas, os internautas podem promover a divulgação dos seus problemas sociais – bairro, trânsito, saúde, direitos do consumidor, cultura, meio ambiente e outros – e/ou promover alguma ação ou projeto importante para ele e para o seu meio.

A proposta do site é demonstrar como é possível a viabilidade de práticas jornalísticas que ampliam o espectro das mídias convencionais, através da troca de lugar do usuário com o produtor no que diz respeito à definição do que é notícia em relação aos novos meios de comunicação e dos costumes da sociedade atual. Uma sociedade que convive com a chamada “convergência de mídias”, com a dispersão e a diferenciação de emissores e interlocutores e com as novidades e as facilidades das tecnologias audiovisuais. Pontos de extrema importância para o conhecimento e para a formação de profissionais da área de comunicação social, que enfrentarão as características descritas acima no mercado de trabalho.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo principal do site é mostrar que é possível a prática do jornalismo cidadão aliando tecnologia, interatividade e familiaridade com o processo de produção da notícia por meio de uma forma mais personalizada de exercer a função social do jornalista. Assim como, tornar viável a prática de um novo modelo jornalístico.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Ao propor uma análise de um estudo publicado, que é usado como parâmetro desde 1972 – a hipótese do Agendamento –, surgiu a possibilidade de uma nova visão do que seja o recorte da realidade por meio do domínio midiático atual, em que a maioria dos veículos de comunicação pertence a um pequeno grupo de empresários e considera pouco o valor de



proximidade em relação às matérias jornalísticas. O que, na maioria das vezes, acontece nos portais mineiros (como Uai e O Tempo Online, por exemplo), que publicam muitos assuntos relacionados às situações nacionais e mundiais e esquecem os temas ligados ao estado e a capital em que o site e o público estão inseridos.

A proposta do site é demonstrar como é possível a viabilidade de práticas jornalísticas que ampliam o espectro das mídias convencionais, através da troca de lugar do usuário com o produtor no que diz respeito à definição do que é notícia em relação aos novos meios de comunicação e dos costumes da sociedade atual. Uma sociedade que convive com a chamada “convergência de mídias”, com a dispersão e a diferenciação de emissores e interlocutores e com as novidades e as facilidades das tecnologias audiovisuais. Pontos de extrema importância para o conhecimento e para a formação de profissionais da área de comunicação social, que enfrentarão as características descritas acima no mercado de trabalho.

Diante disso, constatou-se que o site *Paute Aqui* se apresenta como forma de estabelecer um canal de voz para esse perfil de usuário entre 16 e 30 anos inserido na chamada Web 2.0 na cidade de Belo Horizonte, em que foi viável agregar formas de interação e atualização, especificamente, sobre seu cotidiano e contribuir assim para a tentativa da resolução de suas necessidades sociais. Assim como se apresentou também como forma de experimentação de uma nova prática jornalística testada a partir de um produto inovador no que diz respeito ao agendamento dos fatos e à relação da mídia com o usuário.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Definiu-se a criação de um site de notícias correlacionado com o assunto Jornalismo Cidadão e com o tema “A releitura da hipótese *Agenda Setting*– nova ordem de pautar com a criação de um canal de voz para o usuário belo-horizontino” - na perspectiva de aliar tecnologia, interatividade e familiaridade com o processo de produção da notícia.

O formato site na Internet é um modelo que responde de maneira satisfatória às expectativas dos usuários, por meio de sua própria configuração, linguagem e tecnologias já testadas e praticadas pelos usuários e responsáveis pelo abastecimento de conteúdo na web. É um produto contemporâneo que possibilita maior interatividade entre o usuário e a mídia,



além de proporcionar maior diversidade de assuntos. Esses são alguns dos motivos que resultaram na escolha da criação de um site.

Obviamente, a Internet foi a mídia escolhida para abrigar o *Paute Aqui*. Desta forma, a definição do público-alvo do site - internautas belo-horizontinos de 16 a 30 anos – foi correlacionada com a tendência do usuário da Internet. À medida que, atualmente, a juventude já nasceu na era da web, as habilidades, interesses e familiaridade com o ciberespaço são superiores nessa faixa etária do que em pessoas acima dos 40 anos, em sua maioria. Isso os caracterizou como o público-alvo com maior poder de fornecer pautas para o site, devido ao costume de usar a Internet como principal fonte de informação e educação diária, conforme indica pesquisa do *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística*, em 2005

Na web, as reportagens, geralmente, são sempre muito objetivas e passam uma imagem superficial do fato, sendo característica do meio não se aprofundar na análise do objeto noticioso. Com isso, a ideia foi que as matérias fossem apresentadas com textos concisos, informativos, com lead bem estruturado e com o uso de intertítulos. Uma vez que, de acordo com pesquisa do Ibope divulgada em julho de 2009, o brasileiro passa aproximadamente 45 horas mensais navegando na Internet, mas apenas uma hora e quatro minutos são gastos com notícias, indicando que matérias mais breves atraem maior atenção do leitor. Moraes opina sobre o assunto e acredita que as mudanças proporcionadas pelo chamado jornalismo online acontecerão até na cultura dos povos. “A era da hipervelocidade reconfigura irreversivelmente os campos da comunicação e da cultura”. (2001, p. 67).

Uma característica de linguagem adotada no site *Paute Aqui* foi a interatividade, que, de acordo com André Lemos (1997, p. 1), “é hoje em dia uma palavra de ordem no mundo dos *media* eletrônicos”. Apostamos na ideia de que quem também reporta o que a notícia é o cidadão comum e não apenas os jornalistas. Alguns outros portais, voltados para o *hard news*, já utilizam essa lógica da interatividade (como Vc no G1 – globo.com -, webRepórter – O Tempo Online -, vc repórter – Terra -, entre outros), mas o material postado passa antes pelo crivo de jornalistas – tal qual explicado na teoria do *Newsmaking* –, não existindo nenhuma delimitação do público-alvo e sendo apenas uma seção, dentre inúmeras outras, de um grande site jornalístico. Desta forma, o exemplo difere da proposta do *Paute Aqui*, que é de uma mídia totalmente dedicada ao Jornalismo Cidadão para os jovens (16 a 30 anos) da cidade de Belo Horizonte. Sendo assim, no site, todas as pautas enviadas, desde que



contivessem informações verídicas, foram produzidas pela equipe de jornalistas, que tiveram o papel de mediadores em relação à checagem das informações fornecidas e à transformação dos dados em um texto informacional de fácil leitura.

A Internet pode proporcionar a interatividade do tipo “todos para todos”, inversa à interatividade “um para todos” à qual se resume as outras mídias tradicionais. Acreditamos que esse formato viabilizaria a descentralização da informação. Esse argumento é mais bem explicado por André Lemos.

A imprensa escrita, o rádio e a televisão têm, através de seus colonistas, jornalistas e editores, o poder de escolher (editar) a informação que deve ser acessível ao público e, com isso, ser um bastião da democracia e da liberdade de idéias. Com a entrada das tecnologias digitais, novas formas de circulação da informação surgem. Ao modelo “Um-Todos” dos media tradicionais, opõem-se o modelo “Todos-Todos”(13), ou seja, uma forma descentralizada e universal (tudo pode ser convertido em “bits” - sons, imagens, textos, vídeo...) de circulação das informações. Os novos media, como Internet por exemplo, permitem a comunicação individualizada, personalizada e, além do mais, bidirecional e em tempo real. Com os novos media a “edição” não é mais uma norma, e todos podem participar na produção e circulação da informação. (LEMOS, 1997, p. 3)

A oportunidade proporcionada pela própria característica da Internet, de dar voz a qualquer pessoa que tenha em mãos um computador com acesso à rede, é vista também como o futuro da comunicação, não só em termos jornalísticos. As teorias comunicacionais já começaram a ser revistas pelos teóricos por conta das modificações proporcionadas pelo modelo de emissão “todos para todos”.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Nosso site é composto por matérias jornalísticas inteiramente pautadas pelo cidadão belo-horizontino. Todas as matérias são escritas na norma culta da língua portuguesa, já que o site pertence ao gênero informativo. A fonte padrão usada nos textos é verdana, tamanho 10. O alinhamento do texto das matérias postadas é justificado e o espaçamento é 1,5 cm. Em relação ao *layout*, o *design* do produto respeita as formas já consagradas pelos grandes portais, seja na disposição do menu, seja na construção das capas. O site, conteúdo e *layout*, foram produzidos para atender ao público entre 16 e 30 anos, morador da cidade de



Belo Horizonte. Esse recorte no público, sobretudo em relação à idade, visou abranger quem mais consome serviços de Internet no Brasil e em Minas Gerais. A forma de apresentação do site pode ser resumida desta forma: *Home page* e quatorze páginas subsequentes. Sendo que, no topo da *home Page*, está o menu com os botões das páginas que são as editorias. Na esquerda, está a matéria de destaque do dia ou da semana. E, em torno dela, estão as manchetes de cada editoria. Já a organização do conteúdo, o site é dividido em editorias – bairro, trânsito, saúde, direitos do consumidor, cultura, meio ambiente, e outros. Sendo que, cada editoria tem a sua *home page* com todo o conteúdo relacionado e com suas manchetes em destaque. Além disso, em cada *home page* de uma editoria, há um botão para o usuário pautar a mídia proposta. Vale ressaltar que cada editora tem a sua cor específica, assim como as suas respectivas *home page*.

## 6 CONSIDERAÇÕES

A iniciativa de criar um site de notícia - direcionado para o belo-horizontino entre 16 e 30 nos – proporcionou a experimentação de uma nova prática jornalística. Por meio da viabilização de que o usuário pudesse sugerir as pautas do produto, houve de fato uma inversão de papéis e o usuário pode assumir o papel de “pauteiro”. Com isso, criou-se também a oportunidade de promover a discussão da hipótese comunicacional *Agenda Setting* – que pressupõe que os assuntos públicos são pautados pela mídia. E, nesse caso, constatou-se que o usuário também é capaz de agendar o que é notícia para o seu meio de acordo com seu repertório de vida pessoal, social e profissional. Essa constatação foi possível devido ao fato de que tivemos um período para teste do produto que idealizamos e construímos, uma vez que foi colocado no ar um mês antes deste trabalho ter sido protocolado.

O desenvolvimento deste projeto e sua experimentação possibilitaram a confirmação de sua viabilidade e de sua interatividade com o público-alvo, além da descoberta do que é notícia para o cidadão belo-horizontino e sua relevância em serem noticiadas – fatos com maior valor proximidade são os considerados mais relevantes. Desde que foi posto no ar, foi possível confirmarmos que o belo-horizontino realmente sente falta de uma mídia abastecida com notícias relacionadas diretamente ao seu cotidiano. Assim como foi perceptível o potencial do belo-horizontino enquanto definidor do que é notícia para ele, já que até chegamos a ser surpreendidos com sugestões de informações que nem tinham sido



divulgadas pela grande mídia e que tinham um importante valor social e de serviço para o belo-horizontino. Um exemplo disso foi uma sugestão de pauta sobre um projeto de lei que propõe que não se cobre taxa de assinatura telefônica (no anexo).

Além das constatações sobre a sua função social, o resultado deste projeto também mostrou-se satisfatório em relação à visualização do site. Na primeira semana (9/11 de novembro até 16/11), foram constatados 396 acessos e 3.373 visualizações de páginas, de acordo com o *Google Analytics*. Até o momento (9/11 até 28/11), foram registrados 820 visitas e 5.928 visualizações. Ressalta-se também a constante participação de seguidores nas redes sociais (*Twitter, Facebook, Orkut*) utilizadas para divulgação e propagação do produto – 39% das visitas vieram por sites de referência

Desta forma, concluímos que o principal objetivo do projeto foi alcançado. Assim como, poderá servir de base para futuros trabalhos acadêmicos que pretendam discutir a essência e a viabilidade da prática do Jornalismo Cidadão associada à nova prática jornalística de inversão da teoria da *Agenda Setting*, que foi instalada no mercado jornalístico de Belo Horizonte por meio do site *Paute Aqui*.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Inês Albuquerque. **A interactivade na esfera do Ciberjornalismo.**

Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/amaral-ines-interactividade-esfera-ciberjornalismo.pdf> Acesso em: 18 set. 2010

BRUM, Juliana de. **A Hipótese do Agenda Setting: Estudos e Perspectivas.** 2003. Artigo

publicado no site Razon y Palabra. Disponível em:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/jbrum.html> Acesso em: 17 abr. de 2010.

FOSCHINI, Ana Carmen e TADDEI, Roberto Romano. disponível em:

<[http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-](http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Redde_Jornalismo_Cidadao.pdf)

[rede/Conquiste\\_a\\_Redde\\_Jornalismo\\_Cidadao.pdf](http://www.anacarmen.com/download/conquiste-a-rede/Conquiste_a_Redde_Jornalismo_Cidadao.pdf) Acesso em: 17 abr. de 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), **Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento**, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2005.



LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 1994.

LEMOS, André. **Anjos Interativos e Retribalização do Mundo. Sobre Interatividade e Interfaces Digitais**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf> Acesso em: 18 set. de 2010.

LEMOS, André. **Morte aos Portais**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/portais.html> Acesso em: 18 set. de 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34,1999.

MATTOS, Celso. **O Agenda Setting e o discurso circular da informação**. Disponível em: [http://www.ump.edu.br/midialogos/ed\\_01/artigos/Agenda%20Setting%20-%20Celso%20Mattos.pdf](http://www.ump.edu.br/midialogos/ed_01/artigos/Agenda%20Setting%20-%20Celso%20Mattos.pdf) Acesso em: 15 mar. de 2010.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultix,1964.

MORAES, Denis. **O concreto e o virtual**. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2001.

PINTO, Fernanda Iarossi. **A segunda chance de uma revista na banca: o reaproveitamento de revistas em versão encadernada na Editora Astral**. Disponível em: <http://www.fibbauru.br/> Acesso em: 17 abr. de 2010.

RIOS, Patrícia e DA SILVA, Elane Gomes. **A teoria do newsmaking e a influência da Internet no cotidiano dos jornalistas: estudo de caso das editorias de Cultura da Paraíba**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1700-1.pdf> Acesso em: 17 abr. de 2010.

SHAW, Donald. **Agenda-Setting and Mass Communication Theory**, 1979.

TRAQUINA, Nelson, **Teorias do Jornalismo**, volume I. Florianópolis: Insular, 2004.

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

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

WOLFART, Graziela. José Luiz Braga. **Mediatização: a complexidade de um novo projeto social**. Publicado em 13/04/2009, na Revista IHU Online. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/> Acesso em: 17 abr. de 2010.

Sites consultados:

<http://info.abril.com.br/noticias/internet/aceso-a-internet-cresce-8-2-no-brasil-31032010-19.shl>



<http://tecnologia.br.msn.com/noticias/artigo.aspx?cp-documentid=25499097>

[http://www.tobeguarany.com/internet\\_no\\_brasil.php](http://www.tobeguarany.com/internet_no_brasil.php)

[http://www.correiodoestado.com.br/noticias/internauta-reduz-uso-do-orkut-diz-ibope\\_79736/](http://www.correiodoestado.com.br/noticias/internauta-reduz-uso-do-orkut-diz-ibope_79736/)

<http://www.slideshare.net/MagowebCampoGrande/mdias-sociais-estratgias-para-microempreendedores>