



***Agenda - setting* na revista *Rolling Stone*: tematização e focalização nas matérias de capa¹**

Sarah Oliveira QUINES²

Dr^a Márcia Franz AMARAL³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

O texto analisa de que forma a revista *Rolling Stone Brasil* opta por determinadas pautas de capa, através da hierarquização temática. O objetivo é descobrir se há algum padrão no modo em que a publicação elabora os focos das matérias de capa – especificamente as relacionadas ao universo da música. A recorrência do assunto em outras seções da revista também foi verificada com a finalidade de descobrir se a revista realiza um agendamento sobre si mesma.

Palavras-chave: *agenda-setting*; revista; música.

Introdução

Pretende-se verificar, através da análise das capas da revista *Rolling Stone Brasil*, o assunto que é destaque em cada edição, para saber se há alguma semelhança na hierarquização temática - os critérios em que a publicação se apóia para agendar uma determinada pauta em vez de outra. A escolha de analisar a capa se dá justamente por ser o local da revista onde se situa o conteúdo que vai atrair o leitor para comprá-la ou não.

Além disso, o texto busca a recorrência do assunto da capa em outras partes da publicação, num processo de tematização no qual a *agenda setting* é exercida pela mídia sobre si mesma.

O processo de agendamento que a mídia realiza junto ao receptor é explicado na hipótese da *agenda setting*, que foi formulada no final dos anos 1960, pelos professores

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFSM, bolsista IC/CNPq, email: sarahquines@yahoo.com.br.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da FACOS-UFSM, tutora do grupo ligado ao Programa de Educação Tutorial – PET mantido pelo Sesu/MEC, responsável pelo Grupo de Estudos do Jornalismo. Email: marciafranz.amaral@gmail.com



Maxwell E. McCombs e Donald L. Shaw (HOHLFEDT, 2001). A denominação de hipótese, em vez de teoria, deve-se à sua característica de ser um sistema inacabado, aberto a novas reformulações, enquanto que a teoria é um paradigma fechado, e sua escolha é passível de erro. Shaw (apud WOLF, 1999, p. 62) realiza a seguinte definição para o agendamento:

Os *mass media*, descrevendo e precisando a realidade exterior, apresentam ao público uma lista daquilo sobre o que é necessário ter uma opinião e discutir. O pressuposto fundamental do agenda-setting é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo pelos *mass media*.

De um modo simples, pode-se definir a hipótese da *agenda setting* em "[...] um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá" (BARROS FILHO, 2001 p. 169). Nesse sentido, os assuntos dispostos na capa da revista são selecionados entre uma gama de outros tantos para ter destaque na publicação, e conseqüentemente, na atenção que o leitor dará à matéria.

Maxwell McCombs e Donald Shaw investigaram a capacidade de agendamento dos meios de comunicação na campanha política para presidente dos EUA em 1968. O estudo foi publicado no artigo *The Agenda Setting Function of Mass Media* (1972). Os autores analisaram o que os eleitores de Chapel Hill (local onde a pesquisa foi aplicada) citaram como sendo as questões relevantes da campanha com o conteúdo veiculado pela mídia (McCOMBS e SHAW, 1972 In: TRAQUINA, 2000, p. 49).

A definição de *agenda setting* recebe críticas pela falta de rigor na utilização dos termos. De acordo com Barros Filho:

Observamos que essa falta de rigor costuma começar pela própria noção de agendamento. O que é a determinação da agenda (*agenda setting*)? Trata-se de dar a conhecer ao receptor (que, não fosse pelos meios, não se inteiraria do fato)? Ou se trata de uma hierarquização temática (quando os meios determinam qual a importância a dar a este ou àquele fato)? Ou ainda de impor uma abordagem específica ao fato, enfocando o tema desta ou daquela maneira? (2001, p. 180-181)

Neste texto, trataremos a *agenda setting* a partir da hierarquização temática, ou seja, como se dá a escolha por uma pauta em detrimento de outra? A metodologia utilizada nos estudos de agendamento compreende a análise de conteúdo e a pesquisa de opinião. Analisaremos aqui o conteúdo, através das chamadas de capa e as matérias



correspondentes, para encontrar os marcadores que justificam a narrativa jornalística sobre tal assunto.

A mídia é apresentada como responsável por selecionar os assuntos sobre os quais o público deve estar informado. Nessa perspectiva do agendamento, os meios de comunicação são vistos como detentores do poder em relação à opinião pública. Desse modo, propõem um sentido unilateral, que parte da mídia para a sociedade, no qual os veículos comunicacionais seriam os responsáveis pelos assuntos que circulam nas relações interpessoais.

Não obstante, o que se observa na realidade não é apenas isso. Os *media* têm sua influência sobre o que as pessoas falam, mas a agenda pública é também determinante no que será pautado pela mídia.

O processo de agendamento é classificado de acordo com os tipos de agenda, que são: a) agenda individual ou intrapessoal - corresponde às preocupações sobre as questões públicas que cada indivíduo interioriza; b) agenda interpessoal - são os temas mencionados nas relações interpessoais, percebidos por cada sujeito e discutidos nas suas relações; c) agenda da mídia - é o elenco temático selecionado pelos meios de comunicação; d) agenda pública - é o conjunto de temas que a sociedade como um todo estabelece como relevante e lhes dá atenção e e) agenda institucional - são as prioridades temáticas de uma instituição (BARROS FILHO, 2001, p. 179).

Rolling Stone: da contracultura ao mainstream

A *Rolling Stone* foi criada pelo editor e *publisher* Jann Wenner e pelo crítico musical Ralph J. Glason em 1967 em São Francisco nos EUA. A primeira capa da edição norte-americana, que saiu no dia nove de novembro, trouxe John Lennon vestido de soldado britânico numa fotografia promocional do filme *How I won the war*, do qual os Beatles participaram.

Já na primeira capa, estavam imbuidos os temas sobre os quais a revista falaria ao longo de seus mais de 40 anos: música, política, comportamento e sociedade.

A revista foi fundada na efervescência da contracultura, propondo-se a explorar a cena musical, ignorada por outras publicações, com entrevistas que traziam informações sobre os artistas além das suas carreiras, aproximando os ícones da música de seu público.



Na década de 1980, a revista mudou sua sede para Nova York, deixou a contracultura para trás e entrou para o *mainstream*. Em 2006, a revista comemorou a sua 1000ª tiragem nos EUA. No restante do mundo, está presente em outros 16 países, como China, Itália e Austrália.

No Brasil, a revista chegou em plena ditadura militar, no ano de 1971, com a marca zero, durando por 36 edições. Depois de um hiato, a revista retornou ao país em outubro de 2006 pela editora Spring Comunicações. Na capa, trouxe o símbolo do entretenimento brasileiro reconhecido pelo mundo todo: a *top-model* Gisele Bündchen. Como a própria chamada de capa anuncia “a maior popstar brasileira”, nas capas de outras edições posteriores, a aproximação com o leitor pela nacionalidade é uma característica recorrente.

A revista tem periodicidade mensal e o número de páginas variam em torno de 114 a 130. As editorias fixas são: Capa, Política Nacional, Ordem & Desordem, Arquivo RS, Conexão Brasilis, RNR, Acontece, P&R e Guia. Outras seções da revista são: Estilo, Consumo, Randômicas, Mixmídia, Shows, Filmes, Livros, DVDs e Games – os cinco últimos estão dentro da editoria “Guia”.

Entre as capas, figuram não apenas nomes da indústria fonográfica, mas também ícones da cultura pop, como *top-models*, o ator da série 24h, o vilão da saga cinematográfica Star Wars, os personagens da série Os Simpsons, atrizes globais, políticos e o apresentador Faustão.

Por uma reformulação da hipótese de agendamento

A hipótese da *agenda setting*, para McCombs, carrega alguns pressupostos, dentre os quais Hohldfeldt (2001) destaca o fluxo contínuo de informação que gera um efeito de enciclopédia no receptor, o qual guarda informações na memória sem perceber. Assim, a mídia traz ao público um efeito a médio e longo prazo. No entanto, o modo como os estudos do agendamento situam a mídia em relação ao receptor, deixa este em uma posição de passividade, enquanto aquela detém o poder de selecionar o que ele deve saber ou não.

Certamente, há influência do que é pautado pela mídia nas conversas interpessoais, incluindo-se a agenda da mídia na agenda individual e, até mesmo, na agenda social. Numa situação hipotética, um leitor da *Rolling Stone* leu a matéria sobre a Madonna, que resgata momentos da carreira da cantora, e ainda traz informações



sobre o seu show no Brasil. Esse mesmo leitor armazenará algumas informações que julgou mais interessantes, que serão adicionadas ao seus conhecimentos anteriores e terá o efeito de enciclopédia. As informações sobre o show podem vir a influenciar a agenda individual do receptor, caso este resolva ir ao evento. Embora a definição da agenda individual seja influenciada pela mídia, a escolha é do receptor.

Além das agendas individual e social serem influenciadas pelos meios de comunicação, a agenda da mídia também passa por um processo, no qual outras variantes atuam na seleção das pautas. Por exemplo, no caso da *Rolling Stone*, que é direcionada à cobertura de jornalismo musical. Se, entre as possíveis pautas para a matéria de capa, estiverem a banda The Police e o conjunto Titãs, a variável determinante é o fato de a primeira estar em turnê com show no país. Nesse aspecto, entre os critérios de noticiabilidade, a proximidade do público-alvo (leitores brasileiros) e a atualidade (data do show) tornam-se as justificativas da escolha pela pauta do The Police. Nessa hipótese, houve a influência externa da agenda da banda, um segmento da sociedade, portanto uma agenda social que esteve presente no processo produtivo da agenda da mídia.

Hohldfeldt (2001) destaca 10 conceitos básicos no estudo do agendamento. A acumulação concerne à relevância dada a um tema; a consonância é a similaridade entre a forma como mídias diferentes transformam o fato em notícia; a onipresença diz respeito a um assunto que aparece em outras editoriais que não apenas a sua relacionada diretamente; a relevância avalia os temas que são tratados por várias mídias; o frame temporal permite interpretar o contexto do fato; o *time-lag* é o tempo que a influência da mídia se dá sobre a agenda do receptor; a centralidade é a ênfase dada a um tema, dando-lhe hierarquia e significado; a tematização refere-se ao destaque atribuído ao assunto (formulação e maneira pela qual é exposto); a saliência é o valor que o receptor dá a um assunto e, por fim, a focalização é como a mídia aborda um assunto, contextualizando em uma linguagem.

Barros Filho (2001, p. 181) critica a hipótese do agendamento pela pouca diversidade de temas estudados pelas pesquisas. Os estudos envolvem as campanhas eleitorais majoritariamente, não explorando outros assuntos como esporte, economia, variedades. Por isso, a análise da *agenda setting* formulada por uma revista do segmento do jornalismo musical faz-se necessária para expandir as pesquisas na área e apontar as falhas da hipótese que não tenham surgido nas pesquisas sobre a política.



Nesse trabalho, trataremos da tematização e da focalização das matérias de capa da revista *Rolling Stone BR*.

A agenda da mídia pode influenciar a agenda individual e a agenda social. A agenda social pode influenciar a agenda da mídia. Há ainda uma outra situação, que será apresentada a seguir neste texto, a qual pressupõe que a mídia exerce sobre si mesma um efeito de agenda.

A matéria de capa

O corpus é composto por oito edições da revista *Rolling Stone Brasil*, que obedece aos seguintes critérios de seleção: acessibilidade às edições impressas por parte da autora e, dentre essas publicações, foram escolhidas as que trazem uma banda/artista da indústria fonográfica na capa.

O conteúdo da chamada da capa e do sumário foram analisados na tentativa de encontrar o enquadramento pelo qual a matéria de capa foi produzida. Entendemos o enquadramento a partir da conceituação de Goffman (2006):

Parto do princípio de que as definições de uma situação são construídas de acordo com princípios de organização que governam eventos – pelo menos os sociais – e o nosso envolvimento subjetivo neles; *enquadramento* é a palavra que eu uso para referir-se a um destes elementos básicos, tais como sou capaz de identificar. Esta é minha definição de *enquadramento*. Minha expressão análise do *enquadramento* é um slogan para referir-me, nesses termos, ao exame da organização da experiência. (GOFFMAN, 2006, apud CARVALHO, 2010, p.4)

Além disso, as outras seções da revista também foram pesquisadas para ver se a banda/artista da matéria de capa aparece em alguma delas. O último item considerado na análise é o tipo de agenda, isto é, o processo de como a revista seleciona os assuntos dos quais falará. Podemos observar algumas características recorrentes que serão explicadas no parágrafo sobre a análise interpretativa dos dados.

No quadro abaixo estão descritos os dados considerados de cada edição.

	Capa	Sumário	Outras seções	Tipo de agenda
Nº 15 dezembro	Rita Lee: a grande estrela	(...) completa 60 anos	Não	Histórica e atual



2007	do rock brasileiro	cercada de histórias e lendas		
Nº 17 fevereiro 2008	O futuro da música pertence a Thom Yorke e ao Radiohead	A “banda mais importante do mundo” rompe com a indústria da música	Guia Download disco-bônus	Atual
Nº 18 março 2008	A reconciliação de Iggor e Max Cavalera	(...) se reencontram depois de quase 10 anos e retomam a parceria musical com o Cavalera Conspiracy	Guia Novos CDs	Atual
Nº 26 novembro 2008	O evangelho segundo Madonna: assistimos ao show que você vai ver	Com um disco, um longa de ficção (...) chega depois de 15 anos	Calendário Shows	Atual
Nº 30 março 2009	U2: A tortuosa busca da banda por um novo som(...)	(...) acaba de lançar o 12º disco	Guia Novos CDs	Atual
Nº 34 julho 2009	Michael Jackson Exclusivo: arquivo RS Especial	O adeus ao rei do pop	Não	Atual
Nº 35 agosto 2009	As origens do mito Raul Seixas	Raul Seixas é lembrado – em depoimentos de seus primeiros colaboradores e eternos amigos (...)	Texto inédito de Paulo Coelho sobre Raul	Histórica
Nº 36 setembro 2009	Por que os Beatles acabaram?	Os bastidores da tortuosa separação dos Beatles	<ul style="list-style-type: none">• Remasterização dos álbuns• Lançamento do game The Beatles: Rock Band	Histórica e Atual



Análise da tematização e focalização

Nas oito edições analisadas foi possível identificar algumas características parecidas nos assuntos que são agendados. O jornalismo musical produz não apenas resenhas de lançamento de discos e shows, objetiva também explorar o lado humano dos artistas em suas experiências de vida, fazendo o papel de mediador ao aproximar os ícones da música dos seus leitores. Nesse sentido, as pautas foram classificadas em duas categorias distintas: histórica e atual.

De modo sucinto, descreverei do que trata cada uma das matérias. A matéria da publicação de dezembro de 2007 mostra a cantora Rita Lee sob o enfoque de seus 20 anos de carreira e a comemoração de seu 60º aniversário. A edição de fevereiro de 2007, que traz a reportagem sobre o conjunto Radiohead, destaca a estratégia usada pela banda no lançamento de seu CD, que foi disponibilizado na íntegra para download no site. Em outra seção da revista, o Radiohead aparece novamente, com uma resenha sobre o novo disco na editoria “Guia - Download”.

Já a revista de março de 2008 trata da reconciliação dos irmãos Iggor e Max Cavalera. Depois de quase uma década de intrigas, os ex-integrantes do grupo Sepultura unem-se em uma nova parceria musical, o Cavalera Conspiracy. Na seção “Guia – Novos CDs” há uma resenha sobre o álbum lançado pelos irmãos.

A *Rolling Stone* de novembro de 2008 destaca Madonna nos seus 25 anos de carreira e na sua turnê que está de passagem pelo Brasil no mês seguinte. A cantora aparece também no “Calendário de shows”. A edição de março de 2009 traz a banda U2 na capa, falando sobre a sua busca por um novo som no 12º CD lançado, cuja resenha está no “Guia – Novos CDs”.

Em julho de 2009, a revista trata da morte do rei do pop, Michael Jackson, com 21 páginas dedicadas ao assunto na “edição tributo”. Outra morte é assunto da capa da edição seguinte. Raul Seixas é o assunto em agosto de 2009, na comemoração dos 20 anos de sua morte, a matéria explora os depoimentos das pessoas que o conheciam. Há também um texto feito por Paulo Coelho sobre o amigo.

A última edição analisada, de setembro de 2009, traz os Beatles na capa. A banda de Liverpool é abordada em três matérias diferentes na mesma edição: na reportagem de capa, sobre os motivos de sua separação, em um texto sobre a remasterização dos seus álbuns e no lançamento do game *The Beatles: Rock Band*.



A partir dos dados, podemos inferir que as matérias obedecem a duas maneiras pelas quais o assunto é focalizado ou explorado: a histórica e a atual. O agendamento “histórico” refere-se a pautas sobre assuntos importantes na história da música, como aniversário de morte de artistas, aniversário do lançamento de um álbum, aniversário da última vez em que uma banda se apresentou. Já o agendamento atual se relaciona a pautas sobre fatos que são atuais. O lançamento de um disco, a turnê em andamento, os shows no Brasil, alguma inovação na indústria fonográfica ou a morte recente de algum artista são pautas tematizadas na revista.

Das oito edições analisadas, constatamos que três apóiam-se numa agenda histórica e cinco em agenda atual. Das três matérias com agendamento histórico, duas apresentam também o atual. O aniversário de 60 anos (atual) de Rita Lee e as histórias de seus 20 anos de carreira (histórico), a morte de Michael Jackson (atual), a última foto que os Beatles tiraram juntos (histórico) e o show de Madonna no Brasil (atual) são alguns dos exemplos encontrados.⁴

A focalização, que é “a maneira pela qual a mídia aborda um determinado assunto” (HOHLDFELDT, p. 203), pode ser identificada nas matérias de capa da revista pelos dois tipos de agendamento encontrados. As matérias apresentam foco histórico, atual, ou ambos.

Um segundo ponto encontrado na análise é a repetição do tema da capa com outro foco. Das oito edições, seis tiveram o assunto da capa explorado em outra parte da revista. Há um reaproveitamento do assunto na tematização, isto é, a formulação de uma reportagem é feita de modo a possibilitar um desdobramento sobre algum ponto da matéria que é abordado em outra seção.

Como a tematização está ligada à centralidade, que é, segundo Hohldfeldt (p. 203), a relevância, hierarquia e significado que a mídia dá a um determinado assunto, podemos notar essas características no modo em que a publicação reaproveita o que está na capa em outras editorias.

Anotações finais

As observações descritas neste texto são fruto de uma análise inicial no aporte teórico do agendamento.

⁴ O restante da classificação está no quadro com os dados.



Seria interessante, em uma próxima etapa, dar continuidade ao que foi exposto aqui, aprofundando a análise do conteúdo.

A pesquisa de opinião pública, que também faz parte da metodologia da *agenda setting*, complementar e levaria a resultados mais consistentes na pesquisa sobre a agenda da mídia e sua interação com a agenda social.

Considerando que as pesquisas de comunicação atualmente atribuem uma posição interativa do receptor com as mídias, ao contrário do que inicialmente se pensava nos estudos de *agenda setting*, os resultados da interação entre agenda social e agenda da mídia podem ser muito profícuos para reformular uma hipótese, que, *per si*, está em constante adaptação.

Referências bibliográficas

BARROS FILHO, Clóvis de. *Ética na Comunicação: da informação ao receptor*. São Paulo: Moderna, 2001.

CARVALHO, Carlos Alberto de. Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico. *Contemporanea* (UFBA. Online), 2010.

HOHLFELDT, A. Hipóteses contemporâneas de Pesquisa em Comunicação In: HOHLDFELDT, A.; MARTINO, L. e FRANÇA, V. *Teorias da Comunicação*. Petrópolis, RJ, Vozes, 2001.

McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media, 1972 In: TRAQUINA, Nelson. *O Poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra, Minerva, 2000.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 6.ed. Lisboa: Presença, 2001.