



A VALORAÇÃO DA AGENDA MIDIÁTICA¹

Diego Roberto Barreto Costa²

Profº Dr. Ruy Aguiar Dias³

Universidade Estadual da Bahia, UNEB

Resumo

Enquanto agente ofertante de informações e de “visões de mundo”, a mídia é percebida como organizadora da uma agenda social e responsável pela formação da opinião pública. Este artigo, parte do projeto *Os espaços virtuais na construção da democracia*, aborda o valor da agenda política da mídia, considerando a discussão que seus temas geram entre os receptores – particularmente nos blogs políticos Informe JB e Blog do Josias. Nestes casos, percebeu-se a valoração de certos temas, tais como poder executivo, economia e fatos políticos, estes últimos relacionados com necessidades sociais ou escândalos. Permeado por tensões, tal valor social outorgado a estas temáticas não é inerente à pauta midiática, como se pode pensar, mas sim resulta das escolhas dos sujeitos e de sua atuação de reordenamento do mundo.

Palavras-chave

Agenda; Blogs; Política; Temáticas; Valoração

Introdução

As águas fluem para baixo formando várias cascatas, todas elas interrompidas por uma série de piscinas. Esta é a imagem empregada por Karl Deutsch para entender o processo de disseminação de opiniões, e nele o papel dos meios de comunicação. São as águas represadas, que ainda sim transbordam as piscinas e prosseguem em seu destino, que emprestam sentido à consideração dos meios de comunicação enquanto difusores de opinião.

Para Deutsch (1968 apud SARTORI, 1994), o curso das águas fala da disseminação de opiniões que seguem desde as elites, passando pelos meios de comunicação e chegando às “massas”. Como formulado por este autor, as opiniões que vêm de outros níveis sociais – como as elites econômicas e políticas – só podem ganhar destaque, alcançando toda a sociedade, ao “fluir” através dos meios de comunicação. Daí que as opiniões só podem ser abrangentes, causando discussões, sob atuação midiática, o que mostra a influência desta instituição na sociedade.

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior, na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste.

² Formando (9º semestre) em Relações Públicas, bolsista pelo Programa de Iniciação Científica da Uneb - PIBIC. diegorobertob@gmail.com

³ Professor do curso de Relações Públicas da Universidade Estadual da Bahia, e orientador deste trabalho.



Tal modelo, fundado em uma metáfora do mundo natural, sugere a importância da mídia enquanto incentivadora de discussões sociais, e conseqüentemente, da opinião pública mesma. “Nas democracias de hoje são os meios de comunicação de massa que desempenham o papel mais amplo e mais central na formação da opinião pública” (SARTORI, 1994, p. 133). É justamente a noção “de vigilância, de formulação da ordem do dia, da função de cão de guarda” (SARTORI, loc. cit.) que oferece aos meios de comunicação a capacidade de apresentar a sociedade a si própria, expondo fatos sobre os quais possa pensar e discutir. Sua influência sobre a opinião pública, então, manifesta-se justamente na possibilidade de gerar a ordem do dia ou organizar uma pauta de discussão a respeito da própria sociedade.

A pauta de discussão: uma questão de valor

A construção de uma pauta para discussão pública é a perspectiva assumida pela hipótese da *agenda setting*. Esta hipótese inscreve-se numa linha de estudos voltados para o efeito cumulativo causado pelas mídias. Sob a concepção desta linha, os meios de comunicação social não geram um resultado imediato sobre a audiência, expresso em comportamentos condicionados, pelo contrário.

A influência da mídia se expressa na cognição, não circunscrita a um período limitado de tempo, mas dispersa temporalmente, visto que os conteúdos midiáticos conformam maneiras de enxergar o mundo e de valorá-lo. Seguindo a lógica dos estudos cognitivos, a hipótese em questão entende que “a mídia apresenta ao público uma lista de fatos a respeito dos quais se pode ter uma opinião e discutir [...]. A asserção fundamental da *agenda setting* é que a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa” (SHAW, 1979, pp. 96, 101 apud WOLF, 2005, p. 143).

Apesar da exposição das assertivas da *agenda setting*, cabe discutir esta hipótese sob o viés da valoração. A valoração representa o ato de reconhecer ou conceder valor a determinados objetos e seres. Ela implica em associar virtude a algo do mundo, assumindo-o como pertencente a uma categoria de *status*. Esta lógica de concessão de valor se faz presente na concepção dos estudos de *agenda* na medida em que eles defendem que “um argumento fortemente valorizado no diário [nos impressos] tem quase todas as possibilidades de ser igualmente valorizado na agenda do leitor” (BECELLONI, 1982, p. 288 apud WOLF, 2005, p. 156).



A *agenda setting*, em outras palavras, oferece a idéia de que a pauta social apresentada pela mídia tende a ser assimilada tal e qual pelos leitores, como resultado da exposição às suas mensagens⁴. Esta assimilação se revela em termos contedúísticos, já que as informações ofertadas são “absorvidas” pelos sujeitos, mas também em termos de valor, pois o que é visto como preponderante na veiculação midiática também o é entre os receptores. Desta forma, a hipótese em questão transparece duas dimensões para a valoração. Uma relacionada à mídia e à construção de pauta que realiza, e a outra dimensão referente aos receptores, aos quais é associada uma completa apropriação do valor midiático, como que por fruto das veiculações.

A mídia constrói sua abordagem, influenciando e conformando a ordem do dia, por meio da seleção de questões e temáticas. “A ênfase constante de certos temas, aspectos e problemas forma uma moldura interpretativa, um esquema de conhecimento, um *frame* que se aplica (de maneira mais ou menos consciente) para dar sentido ao que observamos” (WOLF, 2005, p. 145 – grifo do autor). Agindo deste modo, ela dá relevância a certas questões ou assuntos de acordo com seu interesse e os expõe para a sociedade como sendo dignos de valor. Este valor midiático possui um cunho informativo, pois que os acontecimentos do mundo transformam-se em notícias seguindo critérios de escolha que permanecem intrínsecos às mensagens veiculadas. Essa moldura interpretativa, no que se refere à produção, representa um valor de noticiabilidade que se aplica aos fatos que são apresentados pelos meios.

O valor oferecido pela mídia expõe também um caráter público, um “interesse social”, já que todos devem discutir esses ou aqueles conteúdos. Este valor público liga-se intimamente ao valor de notícia, a partir do momento em que indica a possibilidade de um acontecimento se fazer notícia por ter abrangência, por despertar debates. É como se o fato tivesse intrinsecamente a capacidade de estar presente no ambiente midiático, de sair da esfera do desconhecido para adquirir um “verniz” público, para ter o mérito de ser debatido. Assim como a noticiabilidade, este valor é resultado da lógica interpretativa das mídias e não um aspecto objetivo dos fatos do mundo.

Na pressuposição da recepção da pauta midiática, por seu turno, espera-se “que toda a lista de *issues* na agenda dos meios de comunicação de massa possa transferir-se para a agenda do público, mantendo a mesma ordem de prioridade entre os argumentos” (ZUCKER, 1978, p. 277 apud WOLF, 2005, p. 155). É esta noção de absorção da pauta

⁴ Segundo Shaw, “o público tende a conferir ao que ele [conteúdo] inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída aos meios de comunicação de massa aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas” (1979, apud Wolf, 2005, p. 143).



mediática que dá norte à discussão deste texto. Há importância em considerar esta transferência de valor, isto porque existem critérios diversos de valoração entre os sujeitos, assim como entre a recepção e a mídia. A experiência, não só a respeito dos assuntos explicitados, mas também em relação à própria mídia, funciona como base axiológica dos sujeitos. Sabendo que as experiências são diversas e específicas, como pensar numa transferência direta entre a valorização midiática e a social?

Considerando tal perspectiva, o presente artigo – parte do projeto *Os espaços virtuais na construção da democracia* – discute os assuntos disponibilizados pelos meios de comunicação, pensando esta transferência de valor explicitada na *agenda setting*. A discussão presente neste texto baseia-se numa observação da valoração dos assuntos agendados no caso das “novas mídias”, representadas nos espaços virtuais. Para isso, foram tomados o *Blog do Josias* – da Folha de S. Paulo e o *Informe JB* – do Jornal do Brasil para apreciar a exposição de questões políticas e sua repercussão entre os internautas, enquanto comentadores do cenário político apresentado nestes espaços.

A escolha por estes objetos formais se deu em virtude de sua ligação com a versão online dos meios de comunicação tradicionais, o que poderia oferecer outros aspectos que os diferenciavam dos blogs usuais – além do que eles se voltam para os temas políticos. Estes blogs foram estudados num período de sete meses, compreendido entre maio e novembro de 2008, visando identificar que assuntos agendados pela mídia, no âmbito da política, são valorizados pelos internautas. No conjunto das veiculações, os assuntos foram selecionados tendo como critério-base o envolvimento dos sujeitos em termos de conversação. Em outras palavras, foram observadas as questões políticas que estiveram: 1) entre as postagens⁵ comentadas⁶, no caso do Informe JB, ou 2) entre as mais comentadas (acima de 80 comentários⁷), considerando o Blog do Josias.

Os blogs

Os blogs escolhidos para análise surgiram logo após a recente difusão da blogosfera em 2003, ano em que os sites *Blogger* e o *Weblogger* ofereceram acesso livre à criação de blogs. O Informe JB surgiu em fevereiro de 2008, inaugurando suas atividades com um *post* a respeito da eleição de Fernando Collor para senador

⁵ Postagem ou *post*, termo que se refere à publicação específica de um blog.

⁶ Tal escolha representa uma relação com a lógica própria ao ambiente virtual, o qual costuma categorizar, em muitas de suas páginas, seus conteúdos com base no número de comentários. Os números de comentários servem de indicadores de questões que despertam o interesse dos internautas.

⁷ Este intervalo, acima de 80 comentários, serve de base para pensar, em outros estágios desta pesquisa, o grau de discussão que é gerado entre os internautas na blogosfera. Esta escolha arbitrária associa-se à concepção de que o maior número de falas potencialmente tende a explicitar a presença de uma discussão sobre as questões.



(MAZZINI, 2008). O responsável pelo blog é Leandro Mazzini que trabalha como jornalista político do Jornal do Brasil. O Blog do Josias, por sua vez, entrou na rede em outubro de 2005, tendo como blogueiro Josias de Souza, o qual trabalha há 20 anos como repórter da Folha de S. Paulo, atuando hoje como colunista.

O repórter Josias, na postagem inaugural do seu blog, deixa claro que seus compromissos com o leitor “estão baseados na experiência do repórter e na cultura editorial da ‘Folha de S. Paulo’, jornal a cujo sítio na internet este blog está vinculado” (SOUZA, 2005). Este enunciado demonstra uma característica importante a ser explicitada nos blogs estudados: se de cunho autoral (pessoal) por um lado, os blogs observados expressam também uma vinculação com os jornais que os disponibilizam, ou seja, guardam consigo uma dimensão institucional.

Parte das características desses blogs tem que ver com aspectos do meio que os hospeda. Isto ajuda a entender por exemplo, o número (alto) de comentários que tendem a existir no Blog do Josias, já que a Folha Online possui uma participação expressiva dos internautas. Tal aspecto também se reflete no Informe JB, o qual se hospeda num jornal (o JB Online) que não conta com um ciberespaço ativo de participação dos internautas. Afirmar isto significa dizer que a mídia online empresta algumas de suas características, principalmente em termos simbólicos – como representação social, concepção política, normas de funcionamento, e maneiras de produção – para os blogs.

Tal vinculação institucional, que neste caso não se relaciona a um contrato de provedor, mas a um meio de comunicação, representa logicamente uma alteração no funcionamento, na gramática destes espaços. Este tipo de blog não somente “vigia” o conteúdo apresentado na mídia e o analisa, como ocorre com outros blogs (RODRIGUES, 2006, p. 49), mas expressa uma atuação jornalística paralela que oferta questões e dá oportunidade, no próprio espaço midiático, para que se fale a respeito delas. Não é por acaso que os repórteres responsáveis pelos blogs em questão não são vistos pelos seus jornais como “blogueiros”, mas como “colunistas⁸”: estes blogs funcionam como formas “modernas” e interativas das conhecidas colunas de jornal.

A atuação jornalística paralela, nestes blogs, expõe dois tipos de conteúdo. O primeiro deles refere-se a uma produção de textos baseada na coleta de material de outras mídias. Ao explicar a lógica de seu trabalho, Josias de Souza afirma: “numa atmosfera marcada pela proliferação dos meios informativos, o repórter empreenderá um esforço para organizar a informação fragmentária, selecionando-a e tornando-a mais

⁸ Isto fica claro no perfil dos jornalistas responsáveis pelos blogs estudados. Na descrição do seu trabalho nos blogs, tanto Josias de Souza quanto Leandro Mazzini são apresentados como colunistas.



compreensível” (SOUZA, 2005). Esta organização de conteúdos fragmentários dá origem às postagens presentes nos blogs, as quais retrabalham as informações obtidas.

Junto a estas, existem as informações não retrabalhadas, como os vídeos e charges, os clippings, as citações de outras colunas, as matérias de assessorias – conteúdos estes dispostos de maneiras diferentes nos blogs estudados. Enquanto o Blog do Josias posta vídeos, charges, e clippings (as charges e clippings veiculados diariamente), o Informe JB dá especial atenção às citações na íntegra de colunas e à postagem de matérias de assessoria (com origem indicada). Vale destacar que para o conteúdo coletado de outras mídias, em especial para as informações reorganizadas, existe um elemento analítico acrescentado pelos blogueiros. “Sem perder de vista a exclusividade e a base informativa dos dados aqui divulgados, o repórter adicionará aos textos o componente da análise. Uma análise parcimoniosa, subordinada à fundamentação objetiva dos fatos” (SOUZA, loc. cit.).

Há também uma produção de notícias como resultado de trabalho de campo – este é o segundo tipo de conteúdo. Este tipo surge de uma produção paralela de notícias que muitas vezes pauta o próprio jornal que aloca o blog. Tal tipo de conteúdos se apresenta somente no blog do Josias⁹. Em uma de suas postagens, Josias cita esta forma de coleta de informação: “o signatário do *blog* avistou-se com Jefferson Péres na tarde da última quarta-feira (21), no Senado. Encontro de corredor, fortuito” (idem, 2005). Percebe-se, assim, neste blog um fazer jornalístico relacionado com coletas em campo, isto como forma de produzir conteúdos.

Ambos os blogs trazem consigo as marcas da experiência dos seus autores, personagens que fazem chegar aos leitores uma informação crítica, pois que comentada. Mas não só isto. Como argumentado até aqui, eles destacam-se como espaços institucionais que demonstram características dos meios que os hospedam.

Comentários: uma participação refletida

Se os blogs funcionam como espaço de exposição de conteúdos, também figuram como oportunidade de “voz” aos internautas-leitores. Para as postagens dos blogs, existem as falas dos internautas, os quais emitem sua posição sobre as questões levantadas. Tal contexto de interlocução materializa-se nos blogs, graças aos espaços para comentários. Esta oportunidade de fala, em primeiro lugar, representa uma participação ativa no ambiente midiático, participação na qual os interlocutores

⁹ Algumas postagens do blog foram apresentadas na primeira página do jornal, tornando-se manchetes da Folha de S. Paulo.



posicionam-se sobre postagens de seu interesse geralmente sem limitações temáticas e temporais – ao contrário das discussões restritas a intervalos de tempo e a um tema, como se dá em entrevistas da mídia tradicional. Tal participação, por vezes, chega mesmo a mostrar uma influência no próprio processo de apresentação do conteúdo, quando os leitores indicam outros vieses e “complementam” a abordagem do blogueiro.

Além da participação, os comentários apontam para um aspecto importante no âmbito da recepção. Junto à possibilidade de se fazer ouvir e influenciar os conteúdos, os comentários demonstram que os assuntos apresentados nas postagens chamam sua atenção. Tal atenção atesta que certos temas encontram valor de fala entre os sujeitos, são dignos de serem comentados.

Os atos de falas, porém, não existem por si só. Há formas de pensar que se fazem presentes através deles. O *commento*, o ato de comentar, faz alusão, como demonstra a própria etimologia da palavra, a um processo de reflexão e, ao mesmo tempo, de atualização da memória. Assim, as falas dos internautas, mais que simples conjuntos de textos, resultam da sua intelecção e reflexão sobre os assuntos expostos. Ora, *commento*, assim como *commentus*, ligam-se à palavra *memini* (HOUAISS, 2001), que representa o ato de lembra-se, de ter “presente no espírito”. Isto significa que os enunciados dos internautas, que se engajam na consideração das postagens, nascem de atos cognitivos de interpretação dos textos e vinculam esta interpretação a reflexões ou idéias já “presentes em seu espírito”. Associam-se reflexão e memória no simples ato de considerar as informações.

Os comentários, deste modo, mostram uma valoração dos assuntos políticos fundada nas interpretações dos sujeitos e também em sua história. Esta valorização tem um viés discursivo na medida em que se manifesta no ato de “fala” ou, mais propriamente, no momento de expressão das idéias. Os temas comentados são aqueles reconhecidos como tendo o mérito de “contar com minha opinião” – reconhecimento este, nos casos estudados, materializado no “número” de comentários. Ele [o número] serve de símbolo do valor social – de conversação – que permeia os temas.

Assim, ponderando o valor das temáticas em termos de comentários, cabe observar quais delas ocasionam reflexão entre os internautas. É fato que certas temáticas possuem maior consideração, cumpre então identificá-las e observar a participação midiática neste âmbito de valoração – isto é, perceber se há efetivamente uma transferência de valor, como se pensa, para o caso da pauta midiática.



As temáticas e sua valoração

A política aparece como sendo intrínseca à existência dos espaços estudados. Estes existem por uma concepção do jornal que os hospeda de que a política é uma questão a ser tratada com os leitores. Por isso, o Blog do Josias e o Informe JB expõem o mundo da política como um mote que tem valor público e de notícia, pois que pode resultar em conversação, tem possibilidade de ser discutido na blogosfera e na sociedade. Desta maneira, a representação-base que se tem da política, enquanto abordagem no espaço midiático-virtual, é seu mérito de ser uma questão pública – ela é digna de ter espaço de exposição e discussão.

A política, porém, não é tratada como um grande bloco temático, pelo contrário. Nos objetos observados, há uma exposição temática descrita em diversos tópicos, em diferentes matérias que permeiam a esfera do poder estatal. Nesta exposição, existem temas que geram maior envolvimento dos sujeitos, o que indica a existência de valor social em tornos das problemáticas que eles trazem. Neste íterim, para efeito de entendimento, há uma diferenciação didática entre temática e assunto. Temática ou tema refere-se à categoria geral que engloba certos assuntos, ou tópicos, os quais, por sua vez, falam das abordagens feitas nas postagens. A discussão aqui empreendida trata da preponderância dos temas, apesar de não diminuir a relevância dos assuntos neles expressos. A tabela 1 demonstra estes temas, os assuntos que trazem, e o número de comentários – Com (nº) – no Informe JB.

De acordo com esta tabela, aparecem como temáticas: cada um dos três poderes (executivo, judiciário e legislativo), diplomacia, economia, governo local, as eleições¹⁰, o poder público e a vida pessoal. Cabe, contudo, descrever três destas temáticas, a saber: o poder público, os fatos políticos e a vida pessoal. “Poder público” é uma expressão que engloba as instituições que fazem parte do aparato do governo, assim como inclui características que, midiaticamente, são associadas a este aparato, tais como o espiritualismo ou o espetáculo. A categoria “fatos políticos” fala de acontecimentos que movem a mídia e geram posicionamento dos indivíduos. Erros dos governantes, atos de corrupção (ou denúncias), problemas locais, ou acontecimentos de valor histórico (como o caso da punição dos agentes da ditadura) inserem-se nesta categoria. Já a “vida pessoal” refere-se ao âmbito privado tanto de políticos quanto de empresários do país.

¹⁰ As divisões que permeiam este tema, na tabela 1, demonstram a multiplicidade de aspectos que a ela se relacionam. Não há somente uma apresentação de *ranking* dos candidatos, na disputa, mas também veiculação de suas alianças, atuação política, dentre outros.



Tabela 1 – Informe JB

Categoria: temática	Assuntos abordados	Com. (nº)
1. Diplomacia		2
	Relações Diplomáticas	1
	Relações Diplomáticas (caso pré-sal)	1
2. Judiciário		7
	Atuação do Judiciário	7
3. Poder Público		8
	Espiritualismo	1
	Polícia Federal	1
	Política Partidária	1
	Espetacularização	2
	Atuação de Órgãos Públicos	3
4. Legislativo		9
	Atuação Parlamentar	9
5. Economia		11
	Mercado	4
	Economia Nacional	7
6. Eleições		11
	Eleições Municipais (candidato)	1
	Eleições Municipais (alianças)	2
	Eleições Municipais (fraudes)	2
	Eleições Municipais (<i>ranking</i>)	6
7. Vida Pessoal		11

	Personalidades Econômicas	2
	Personalidades Políticas	2
	Vida Pessoal Políticos	7
8. Governo Local		16
	Esfera Municipal (caso Grampo)	1
	Esfera Estadual	5
	Esfera Municipal	10
9. Fatos políticos		17
	Violência no Rio (Esfera Municipal)	1
	Reforma Tributária	1
	Punição Agentes da Ditadura	2
	Caso Garotinho	3
	Caso Yeda Crusius	3
	Crítica ao Congresso	3
	Contravenção	4
10. Executivo Nacional		18
	Sucessão Presidencial	2
	Figura do Presidente	3
	Ministra da Casa Civil	3
	Ministérios	10
Total:		110

Fonte: Observação empírica (2008)

Estas temáticas, em sua maioria, repetem-se no Blog do Josias:

Tabela 2: Blog do Josias

Categoria: temática	Assuntos Abordados	Com. (nº)
1. Diplomacia		669
	Relações Diplomáticas	669
2. Legislativo		672
	Atuação Parlamentar	672
3. Poder Público		984
	Ministério Público	95
	Política Partidária Nacional	111
	Esfera Estadual	323
	Polícia Federal	455
4. Judiciário		1.047
	Atuação do Judiciário	1.047
5. Economia		1.251
	Economia Internacional	103
	Economia Internacional (medidas americanas)	220
	Economia Nacional (crise)	928
6. Eleições		1.752
	Eleições Americanas	290
	Eleições Municipais	324
	Eleições Municipais (candidato)	322

	Eleições Municipais (política partidária - alianças)	816
7. Executivo		4.013
	Ministérios	93
	Programas de Governo	114
	Espetacularização (Figura do Presidente)	114
	PAC	377
	Sucessão Presidencial	924
	Ministra da Casa Civil	1.087
	Figura do Presidente	1.304
8. Fatos Políticos		4.248
	Caso Lindemberg	309
	Caso "Pré-Sal"	427
	Reajuste dos aposentados	508
	Caso Grampo	516
	Caso Yeda Crusius	553
	Caso CPMF	844
	Caso Dantas	1.091
Total:		14.636

Fonte: Observação empírica (2008)



Em se tratando dos temas valorizados, as tabelas demonstram uma proximidade entre o Blog do Josias e o Informe JB. Conforme observado, os fatos políticos, a economia, o executivo, a diplomacia, dentre outros, repetem-se nos dois casos. Isto significa que estes temas, no conjunto da exposição da mídia – que inclui outros assuntos como Saúde, a questão da Bolívia, o dossiê FHC –, é que despertam a atenção dos internautas, em termos de conversação. Existe, assim, uma seleção operada na leitura dos internautas que dá a estes pontos um *status* de conversação. Há para estas temáticas (e para os assuntos que as compõem) um valor de “objeto de fala”, de motivo de discussão entre os indivíduos.

Contudo, este valor de consideração não é uniforme. Dentre os temas selecionados, existem aqueles que, ainda sim, suscitam maior atenção dos leitores. Opera-se, por assim dizer, uma hierarquização na medida em que se diferenciam, no bojo das temáticas selecionadas, aquelas que têm maior consideração – uma hierarquização que distingue “as mais comentadas” dentre as já comentadas. Tal é recorrente nos blogs estudados: nos dois espaços há diferentes matizes da valoração, como demonstração de preponderância de certos temas. Observe-se, por exemplo, o “executivo”. Ele destaca-se dos demais por estar entre os que mais geram envolvimento dos leitores. No Informe JB, este tema traz consigo 18 comentários, sendo a categoria com mais falas neste espaço. No blog do Josias, esta realidade se assemelha, já que o “executivo” conta com 4.013 comentários. Em termos de escala, esta categoria estaria em “segundo lugar” no caso do blog da Folha de S. Paulo.

Não é diferente com “os fatos políticos”, os quais também se destacam no processo de hierarquização (ver tabelas). Eles representam acontecimentos que suscitam problemáticas sociais ou morais. O reajuste do salário dos aposentados, a contravenção, a extinção (e recriação) de impostos, as novas propostas econômicas advindas do “Pré-Sal”; são assuntos que permeiam necessidades sociais, interferem na esfera privada – como no caso dos gastos implicados na definição dos impostos – e por isso tendem a se configurar como tema de fala dos indivíduos. Além do que estes fatos englobam questões morais, noções de “certo” e “errado”, quando tratam de corrupção, de erros de gestão, o que permite manifestações de opinião ligadas a um desejo de moralidade na política.



As tensões do processo de valoração

A coerência destas observações, entretanto, não deve desconsiderar as tensões que permeiam a valoração dos temas. Existem especificidades de participação e conteúdo, conforme demonstrou a pesquisa, que não permitem posições unívocas a respeito da valoração. Em termos participação, as tabelas explicitam o desnível que há no grau de comentários dos blogs. Enquanto um deles, o Informe JB, no período de sete meses, angariou 110 comentários, o outro apresenta cerca de 15 mil comentários, somente no conjunto de *posts* com mais de 80 *comments*.

Tal desnível em termos de participação indica características destes blogs. Como aspecto primordial, tem-se a vinculação institucional destes espaços. O Informe JB liga-se a um jornal de menor abrangência nacional (se comparado à Folha de S. Paulo) e que não possui uma cultura de envolvimento dos internautas. A Folha, por outro lado, com uma influência nacional, conta com uma participação expressiva dos leitores virtuais, apresentando matérias com centenas de comentários. Estas características, então, não se restringem somente aos meios, elas permeiam a blogosfera em questão influenciando seu próprio funcionamento. Além disto, tem-se a publicização destes espaços pelos próprios jornais. A Folha de S. Paulo não só apresenta *links* para os blogs, mas liga estes blogs às matérias da página principal e coloca postagens como matérias de *home*: uma estratégia para aumentar as visitas aos blogs. O Jornal do Brasil, contrariamente, não oferece tamanho espaço aos seus blogs, o que favorece um menor contato do público com o Informe JB.

No que se refere a conteúdos, pode-se perceber, logo de início, que a temática “vida pessoal”, por exemplo, não figura da mesma maneira nos dois blogs. Em um deles, o Informe JB, ela possui alguma expressividade, enquanto que no outro, ela não aparece nem mesmo nas postagens. Isto indica diferenciações referentes aos próprios espaços, visto que há mudanças nos conteúdos. Os blogs, apesar das aproximações, tratam distintamente o mundo da política, de acordo com as especificidades de suas gramáticas.

As especificidades de conteúdo – e as tensões a que se associam – também dizem respeito às diferentes abordagens feitas pelos blogueiros. Apesar das semelhanças generalizáveis, ou seja, da proximidade das temáticas, há distinções no âmbito dos assuntos que compõem algumas destas temáticas. As ênfases se alteram em cada um dos objetos estudados e se refletem na valoração. No Informe JB, o tema “executivo nacional” aborda o poder executivo federal de forma mais descentrada, sem dar ênfase



na pessoa do presidente, pois representa este poder como agente de atuação político-econômica. Isto fica claro na consideração dos assuntos que compõem a temática. A “figura do presidente” desperta menor conversação (3 *comments*) se comparado aos “ministérios” (estes com 10). O Blog do Josias, ao contrário, mostra o presidente como pano de fundo do executivo. Lula, enquanto dirigente do governo, personifica o poder executivo – mesmo no caso das relações ministeriais, em que há um componente de “presença do presidente” nas rédeas dos ministérios. Assim, vê-se neste blog uma incidência maior de consideração em torno da figura do presidente – este é o assunto mais comentado, com 1.304 *comments*, dispostos em diferentes meses.

As eleições, de igual forma, possuem especificidades na exposição. Ao contrário de Josias, no blog de Mazzini este tema aparece sob o limite da localidade, discutido no âmbito das alianças políticas e fraudes ‘locais’. Ele está desvinculado de um contexto partidário nacional de apoio e manobras políticas. Josias, por seu turno, expõe as eleições como vinculadas a interesses contextualizados nacionalmente. Em outras palavras, o aspecto local das eleições municipais, liga-se a uma concepção de alianças partidárias e também, a uma projeção da sucessão presidencial, visto que a vitória de certas alianças poderia fortalecer figuras políticas para 2010. No caso das eleições americanas – desconsideradas nas matérias comentadas do Informe JB, mas comentadas – existe um interesse globalizado dos internautas em perceber os rumos políticos da maior potência econômica do planeta, justamente por considerar a influência desta na política nacional.

Tal diferença de abordagem também está presente na economia. Enquanto o blog político do Jornal do Brasil fala de uma economia “cotidiana”, descrita em estratégias de mercado e em diretrizes econômicas do governo; o Blog da Folha trata este aspecto como ligado à crise econômica. As bolsas internacionais, as medidas americanas para conter a crise, incluindo os pacotes votados no governo Bush, e as repercussões da crise no Brasil compõem o cenário econômico pautado neste blog – cenário que, por sua vez, é valorizado pelos internautas.

Estas tensões em torno da valoração, assim como a seleção/hierarquização das temáticas operada nos comentários, definem um cenário representativo da política que não é necessariamente aquele descrito pelas exposições do blog, apesar de estar ligado a ele. Tal cenário demonstra uma representação construída pelos internautas na escolha dos aspectos políticos que refletem seus interesses de discussão. Cada blog apresenta

um conjunto temático diversificado, mas específico em suas ênfases; este conjunto, porém, é reorganizado pelo ato de conversação dos internautas.

Sob este viés de reorganização, tem-se, na política valorizada na recepção, uma representação composta pela atuação dos três poderes e os fatos morais e sociais que ocasionam, pelas manifestações do poder público (por meio da Polícia, do Ministério Público) e pelas ações diplomáticas. Esta política pautada e retrabalhada pelos leitores dos blogs é também influenciada por certas personalidades políticas e econômicas, e tem sua existência baseada no ato democrático de escolha representativa.

É importante destacar que a coerência desta representação da política esconde um aspecto relevante: os temas valorizados pelos leitores expressam o mundo político como factual e não procedimental. Tal concepção é importante para a construção social que se tem da política. O político aparece sempre “materializado” em acontecimentos, fatos, ou ocorrências, mas dissociado dos seus procedimentos-básicos, ou, em linguagem mais técnica, desvinculado das regras do jogo democrático. As alianças, a política de previdência, a agenda internacional do presidente do país são fatos-noticiosos, muitas vezes criticados pela população, que não são vistos como necessários para a estabilidade de governo, para a segurança financeira a longo prazo, ou mesmo para a projeção do país no cenário internacional.

A política como um conjunto de fatos que merece ser discutido – esta é a “imagem geral” do mundo político proporcionada pela lógica dos blogs, lógica esta que reduz a complexidade dos objetos para dar abrangência as suas informações. É sobre a realidade de uma política agendada e factual que os internautas, então, exprimem sua valoração e constroem sua concepção do poder público. Estes sujeitos valorizam assuntos no seio de uma política midiaticizada, expressa na “ordem política” dos meios.

Sobre a transferência de valor

Às conclusões demonstradas neste trabalho resta ainda a questão da transferência da valoração, como defendido pela *agenda setting*. Pode-se pensar, o que é passível no percurso argumentativo deste artigo, que as temáticas valoradas pelos internautas, o são porque a mídia lhes confere valor. De fato, existem temáticas que são valorizadas pela mídia, em termos de exposição, tendo valor público e também de notícia. Entretanto, segundo a *agenda setting*, a preponderância de certos temas não se dá por estratégias simbólicas, mas sim pela repetição, isto é, pelo número de vezes que eles são veiculados (WOLF, 2005).



Caminhando pelo terreno desta hipótese, mesmo sabendo que existem outras formas de cunho simbólico para dar preponderância a fatos¹¹, percebe-se a repetição de certos temas nos blogs, o que serviria para indicar o ato de valoração efetuado pela mídia. Tome-se como exemplo o mês de maio de 2008 para objetivar esta argumentação. Neste mês, os tópicos mais apresentados foram: as prévias das eleições paulistanas, com 24 ocorrências; as mudanças de direção no Ministério do Meio Ambiente, que aparece 14 vezes; as discussões sobre a CPMF (14), o Dossiê FHC (9), Dilma Rousseff (7 vezes) – isto para o Blog do Josias. Já no Informe JB as temáticas foram o Ministério do Meio Ambiente (4 vezes) e as prévias das eleições em SP (3).

Apesar destas abordagens, os assuntos que mais foram discutidos durante este mês no blog do Josias foram as atuações do presidente e da Ministra da Casa Civil, assim como a CPMF, em parte. No Informe JB, houve discussão sobre a aceitação da pasta do Ministério do Meio Ambiente por Minc, porém, a investigação de Garotinho também tomou repercussão, esta pouco enfatizada por este blog (existem duas postagens este a respeito). As prévias das eleições de S. Paulo, apesar de aparecerem em ambos os blogs, não são valoradas em termos de conversação.

Isto permite afirmar que a valoração dos assuntos não é resultado direto do valor social ofertado pela mídia. Existe uma base social de valoração fundada na experiência dos sujeitos, que é *a priori* da veiculação. Apesar de a mídia por em pauta certos temas, o que atesta sua influência na sociedade, a capacidade de valor de conversação desta pauta não é posta pela mídia, mas sim pelos sujeitos, que as escolhem com base em seus interesses.

Considerações Finais

Ao que parece, a cascata de opiniões que advém da mídia, ao chegar na “massa” não dissemina visões de mundo e opiniões de modo unívoco. As “águas” de informações são “filtradas” das mais diversas formas quando entram em contatos com os receptores. A noção da *agenda setting*, adotada como hipótese norteadora deste texto, assim como a imagem da cascata de Deutsch, não explicitam a atuação dos sujeitos enquanto reordenadores da pauta social exposta pela mídia. Assim com a mídia ordena o mundo, criando uma realidade (LUHMANN, 2005) associada à sua gramática, que é apresentada à sociedade em forma de agenda temática; os internautas – representando os

¹¹ Algumas estratégias são: escolha de horários de veiculação; a presença em diversos meios; o envolvimento de certos atores, como os especialistas ou pessoas do governo; a “profundidade” com que são veiculados certos assuntos; dentre outros.



sujeitos que entram em contato com os conteúdos midiáticos – reordenam esta agenda temática, criando um duplo dela, uma agenda social que enfatiza determinados temas midiáticos, em detrimento de outros.

Deste modo, à lógica midiática de redução da complexidade do mundo, que escolhe e conforma temas construindo um mosaico do real (MATOS, 2002); os indivíduos adotam uma razão de seleção e hierarquização de conteúdos fundada no seu próprio âmbito da interação. São os interesses advindos da experiência e do espaço de conversação assumido pelos sujeitos que servem de critérios para a valorização de certos assuntos. O engajamento a alguns temas midiáticos explicita a capacidade dos sujeitos, eles mesmos, de conferir valor a determinadas questões, construindo uma pauta sua, que representa seu olhar (individual e coletivo) da realidade.

Referências Bibliográficas:

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001

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

MATOS, Rita de Cássia Aragão. **A metástase da imagem: um estudo sobre a representação da Exclusão Social no Jornal Nacional**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2002.

MAZZINI, Leandro. **Não largo**. Informe JB: Jornal do Brasil Online, Rio de Janeiro, 13 fev. 2008. Disponível em: < <http://www.jblog.com.br/informejb.php?blogid=80&archive=2008-02>>. Acesso em: 20 abr. 2009

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006. Disponível em: < www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>. Acesso: 27 abr. 2009

RODRIGUES, Catarina. **Blogs e a fragmentação do espaço público**. Universidade da Beira Interior, 2006. Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/livros/labcom>>. Acesso em: 30 mai. 2008.

SAPERAS, Enric. **Manual básico de teoría de la comunicación**. Barcelona: CIMS, 1998.

SARTORI, Giovanni. **A teoria da democracia revisitada**. Vol. I – O debate contemporâneo. São Paulo: Ática, 1994.

SOUZA, Josias de. **Termo de compromisso**. Blog do Josias: Folha Online, São Paulo, 15 out. 2005. Disponível em: <http://josiasdesouza.folha.blog.uol.com.br/arch2005-10-09_2005-10-15.html>. Acesso em: 20 abr. 2009

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