



Testando a teoria do agendamento: o poder público municipal no quadro “Calendário” da TV Globo Nordeste¹

Alexandre Cavalcanti²
Danilo César³
Polyanna Vieira⁴
Simone Graf⁵
Juliano Domingues-da-Silva⁶

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Este trabalho teve como propósito principal testar a aplicabilidade da teoria do agendamento, a partir da análise do quadro “Calendário”, do telejornal NETV Primeira Edição, exibido pela Rede Globo Nordeste. Por meio do citado quadro, a emissora possibilita ao telespectador propor pautas de denúncia de descaso do poder público municipal na Região Metropolitana do Recife. A partir daí, a TV fiscaliza e cobra soluções para problemas denunciados dentro de prazos estabelecidos pelas prefeituras. Nesse sentido, a pesquisa cujos resultados são aqui apresentados se dividiu em três etapas: (i) revisão bibliográfica; (ii) levantamento dos dados sobre atendimento ou não das solicitações; (iii) análise dos dados, para se verificar em que medida o quadro influencia a agenda do poder público municipal.

PALAVRAS-CHAVE: agendamento; telejornalismo; poder público municipal; pauta

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013 na Uern - Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, em Mossoró – RN.

² Estudante de Graduação 7o. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, email: alexander.cavalcanti@tvglobo.com.br

³ Estudante de Graduação 7o. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, email: danilocsantos@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 7o. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, email: polyannavieira8@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação 7o. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco, email: mony.graf@gmail.com

⁶ Professor do Departamento de Comunicação Social do Centro de Ciências Sociais da Universidade Católica de Pernambuco, email: juliano@unicap.br



INTRODUÇÃO

Pautar o poder público. Este o objetivo do quadro “Calendário” do NETV 1ª Edição, da Rede Globo Nordeste. Por meio de reportagens que denunciam o abandono do patrimônio público, a ausência de políticas públicas e a falta de cuidados com a população, o quadro expõe problemas e busca, por meio da mídia, soluções.

Nesta pesquisa, a teoria do agendamento se faz presente, explicando e confirmando que o público pauta a mídia, assim como a mídia pauta o poder público. Na busca da resolução desses problemas, o “Calendário” tenta expô-los para que se torne algo que todos possam se aliar, cobrando do governo - no caso da pesquisa, oito prefeituras da Região Metropolitana do Recife - uma resolução o mais rápido possível.

O jornal, no qual o quadro em estudo está vinculado, tem sua exibição sempre no horário do almoço – período em que muitas pessoas estão nos intervalos de seus trabalhos e aproveitam para assistir ao programa.

Temas de relevância ao público, de uma maneira geral, sempre atraem e mantêm a audiência. Desse modo, a mídia procura veicular o que vai trazer mais telespectadores fiéis ao seu conteúdo: os problemas do cotidiano da população.

É dentro dessa perspectiva que a análise do quadro “Calendário” foi elaborada, tendo como objetivo principal analisar até que ponto a população consegue pautar as notícias que serão veiculadas no programa, de modo a repercutir e obter resposta positiva dos órgãos governamentais.

Para se alcançar o objetivo geral deste trabalho, foi necessário atingir os seguintes objetivos específicos: analisar os casos apresentados no quadro “Calendário”, durante o primeiro trimestre de 2012; verificar quais são os problemas mais frequentes pautados pela sociedade; monitorar o número de casos que houve intervenção e resolução do poder público; verificar se os problemas foram solucionados dentro do prazo estabelecido pelo programa.



Nesse sentido, o presente trabalho partiu das seguintes perguntas: Se a população tem poder de pautar a mídia, até que ponto os assuntos abordados no quadro “Calendário” movimentam o poder público para a resolução dos problemas mais frequentes da população? Será que a televisão é suficiente para que a problemática da sociedade seja solucionada pelo governo?

É dentro da perspectiva que o estudo afirma a hipótese de que o telespectador define o assunto veiculado no NETV primeira edição, mas que a mídia, com seu poder de persuasão, é quem mobiliza os órgãos do governo, para que estes se pronunciem - com uma resposta positiva à sociedade - na resolução dos problemas expostos no programa.

Fazendo um cruzamento da teoria estudada com a análise empírica, verifica-se que realmente a sociedade pauta a mídia e esta, conseqüentemente, irá mobilizar o poder público. Sendo assim, a pesquisa feita é de extrema importância para saber se realmente a mídia, com seu poder de influência, pautada pelos problemas apresentados pela população - os quais, geralmente, são de interesse de todos -, conseguem atingir e mobilizar os órgãos governamentais, para solucionarem os casos da comunidade telespectadora.

ASPECTOS TEÓRICOS

O conceito básico da teoria do agendamento é mostrar que os meios de comunicação exercem forte influência sobre a agenda pública. E que estes meios agem sobre a sociedade. É através da chamada teoria da agenda *setting* que o público de modo geral, expõe, busca e vê nos meios a melhor opção para agendar o poder público. Na nossa pesquisa, restringimos o objeto (a mídia) como sendo a televisão, muito utilizada em nosso país, ela mostra a realidade de uma forma forte, pois através das imagens se é capaz de perceber a real situação/ problema de um grupo ou boa parte dos indivíduos.

Sabe-se que a população em geral não se cansa de querer apresentar as dificuldades pelas quais passa. E a televisão exerce forte influência sobre isso e assim, consegue dar visibilidade a temas que mesmo afetando um pequeno grupo se torna de interesse público. Sendo assim, será preciso que o poder público tome providências para

sanar este inconveniente, e então, mídia, mais especificamente a televisão, entra como mediadora, pedido uma solução um prazo para que tudo se resolva.



Figura 1: problema da comunidade no quadro "Calendário"
(Fonte: Cedoc/TV Globo NE).

Porém, no meio dessa discussão, tendo a mídia eletrônica como destaque, McCombs destaca que ainda é forte a presença da agenda *setting* nos meios impressos. Às vezes, a televisão falha no agendamento do poder público, mesmo com todo o destaque dado pelos telejornais, o poder público passa a não atender mais as necessidades daquele grupo mostrado. Sendo o jornal bem mais sucedido nesse ponto, segundo McCombs:

[...] se realizarmos uma generalização empírica nesse sentido, temos que em 50% do tempo não há diferença discernível entre o efeito de *agenda setting* por jornais e por notícias veiculadas na televisão. Porém, em 50% do tempo, parece que os jornais são mais eficazes em fixar a agenda pública do que a televisão em um proporção de 2 para 1 (MCCOMBS, 2006 *apud* BARROS FILHO; LOPES; PERES-NETO, 2011, p. 35).

Há uma escolha por parte da mídia para definir o que será ou não veiculado. É segundo a agenda *setting* que nós determinamos o que é importante para nós ou não, o que nós conversaremos e discutiremos baseados pelo que foi veiculado nos meios de comunicação. Sendo assim, essa escolha da televisão, por exemplo, será responsável, seguindo o conceito do agendamento, pela difusão de assuntos estabelecidos pela população ou mesmo, o esquecimento de outros.



Figura 2: programa estabelece data para a resolução do problema
(Fonte: Cedoc/TV Globo NE).

Muitos pesquisadores de comunicação acreditavam que a mídia tinha o papel apenas de informar e não de persuadir, porém, a teoria da agenda *setting* diz respeito ao efeito que a mídia passa para o público, determinando os assuntos sobre os quais o público pensa e conversa.

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligência elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas tem tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, as pessoas (SHAW, 1976, p. 96).

Os meios agem sobre a sociedade e esta, por sua vez, pauta a mídia. Diante disso, a mídia pautará o poder público, servindo de porta-voz da sociedade.

Desta maneira, tem-se um conceito do poder que o jornalismo [leia-se também que a mídia] exerce sobre a opinião pública. Este conceito remete à hipótese do *agenda setting*, que em definição simples é "... 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).

Nos estudos sobre a teoria do agendamento, é notória a interferência da mídia na opinião pública. A hipótese da agenda *setting* possui um efeito social da mídia, pois seleciona e dispõe as notícias de interesse público, as quais a população irá discutir, e mesmo sugerir. Como é o caso do “Calendário”, que, pautado pelo povo, mostra problemas de uma determinada comunidade e busca através da televisão uma maior exposição do problema para uma possível solução por parte do poder público.

A influência da agenda pública sobre a agenda da mídia é um processo gradual através do qual, a longo prazo, se criam critérios de noticiabilidade, enquanto a influência da agenda da mídia sobre a agenda pública é direta e imediata, principalmente quando envolve questões que o público não tem uma experiência direta. Desta maneira, propõe-se que a problemática do efeito do agendamento seja diferente de acordo com a natureza da questão (EBRINGET *et al.* apud TRAQUINA, 2000, p. 33).

Baseados em alguns conceitos da teoria da agenda *setting*, a Mídia, em específico, a Televisão, tem o poder de dar relevância a um determinado tema, dando um destaque maior ao fato. E no exemplo do “Calendário”, há um intervalo de execução de um primeiro contato, onde é exposto o problema, para a visita final, já mostrando a solução, ou mesmo, cobrando melhorias que não foram cumpridas. Com isso cria-se uma expectativa do público com o governo - no caso desta pesquisa, com as oito principais prefeituras da Região Metropolitana do Recife - Olinda, Recife, Paulista, Itamaracá, Jaboatão dos Guararapes, Camaragibe, Abreu e Lima, São Lourenço da Mata.



Figura 3: repórter Bruno Fontes cobra resposta da prefeitura do Recife (Fonte: Cedoc/TV Globo NE).

A mídia, com sua eficácia de atingir o público, consegue transformar em realidade os problemas citados no quadro “Calendário”. O jornalismo hoje tem um papel relevante na sociedade. Os telejornais cumprem a função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma, contribuem para uma organização do mundo circundante.



Figura 4: representante da prefeitura do Recife marcando prazo para resolver problema
(Fonte: Cedoc/TV Globo NE).

Através do quadro estudado, constatamos o quanto a mídia pode ajudar na solução um problema de certo bairro, levando o caso tratado ao poder público para que seja resolvido. Sendo assim, a TV Globo se utiliza dessa ferramenta para atrair o público e, conseqüentemente, obter audiência.

Relativamente à audiência genérica, os resultados revelam um claro efeito de agenda-setting aqueles que viram a transmissão, retêm, antes do mais, que o programa ajuda domiciliária é importante, que a ajuda governamental a esse programa é indispensável (COOK, 1983, p. 24).

Com os públicos específicos a influência é homogênea: os responsáveis governamentais manifestam um efeito agenda e os grupos de utilidade pública, também. No caso estudado, é necessária uma ação política em relação ao assunto e, sobretudo, a opinião acerca da percepção que o público em geral tem quanto à importância do tema. Pois, a ação do poder público sobre a resolução do problema trará um efeito positivo no



final. Portanto, o receptor é ativo ao pautar o tema e, logo, consegue interagir com a mensagem transmitida pelos meios de comunicação.

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

O “Calendário” trata-se de um quadro exibido pela TV Globo Nordeste, no telejornal NETV primeira edição. O programa é exibido ao meio-dia e é caracterizado por ter um grande índice de audiência. Segundo uma estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2011, a Região Metropolitana do Recife possui uma população de 3.717.640 milhões de habitantes.

Neste contexto, a TV Globo Nordeste registra, diariamente, cerca de 250 mil pessoas com a televisão ligada no NETV primeira edição. Ou seja, uma audiência média domiciliar de 13 pontos⁷. É se valendo desse grande número de telespectadores que a emissora utiliza o artifício “Calendário” para se aproximar ao máximo do seu público. Tendo em vista que, através do quadro, a TV abre para que a população exponha o seu problema e trabalhe como porta-voz da sociedade, indo em busca de respostas do poder público.

ANÁLISE DESCRITIVA

Dos casos analisados, os problemas mais frequentes no quadro “Calendário” foram os de pavimentação de ruas, conservação de praças, serviços prestados nos postos de saúde, construção de galerias de esgoto, limpeza de canais, reforma de escolas, construção de escadarias e pontes, manutenção de terminais de ônibus e sinalização de vias públicas.

Ao estudar esses dados nos municípios de Olinda, Recife, Paulista, Itamaracá, Jaboatão dos Guararapes, Camaragibe, Abreu e Lima, São Lourenço da Mata, foi verificado que, dos 83 casos, apenas 15 (18%) foram resolvidos dentro do prazo estabelecido. O restante dos problemas levantados pelo quadro “Calendário” foram reagendados.

⁷ Dados relativos a audiência fornecidos pela própria emissora à equipe.

Total de Casos Resolvidos

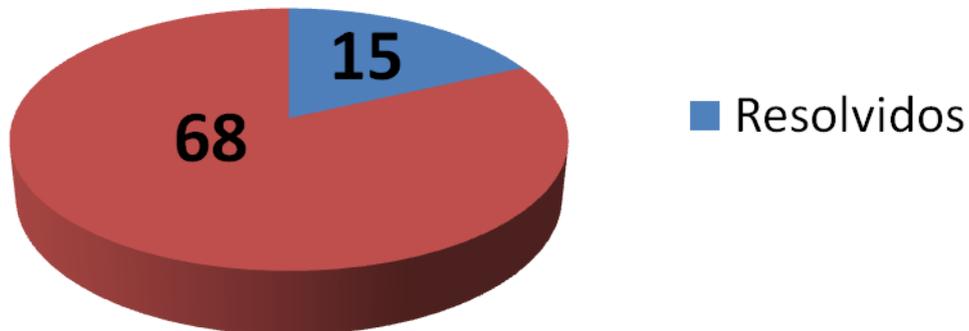


Figura 5: gráfico com o resultado dos casos estudados.

Dos oito municípios da Região Metropolitana do Recife que fazem parte da amostragem, seis – Olinda, Itamaracá, Jaboatão dos Guararapes, Camaragibe, Abreu e Lima e São Lourenço da Mata - tiveram 100% de casos não resolvidos.

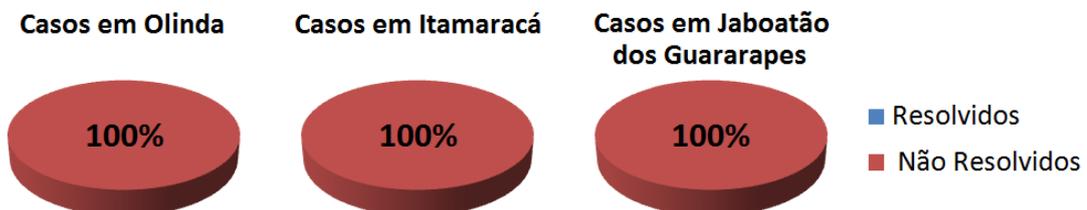


Figura 6: gráfico dos municípios com 100% dos casos não resolvidos.

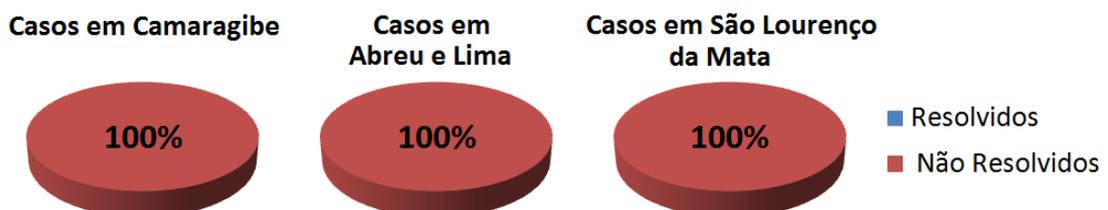


Figura 7: gráfico dos municípios com 100% dos casos não resolvidos.

Vale destacar a cidade do Paulista, onde 29% dos casos foram resolvidos. Das 14 solicitações, quatro tiveram respostas positivas. Em seguida, ficou a capital Recife

com 26% de resolução. Das 35 reportagens exibidas, nove tiveram os problemas solucionados.

Casos Resolvidos em Paulista

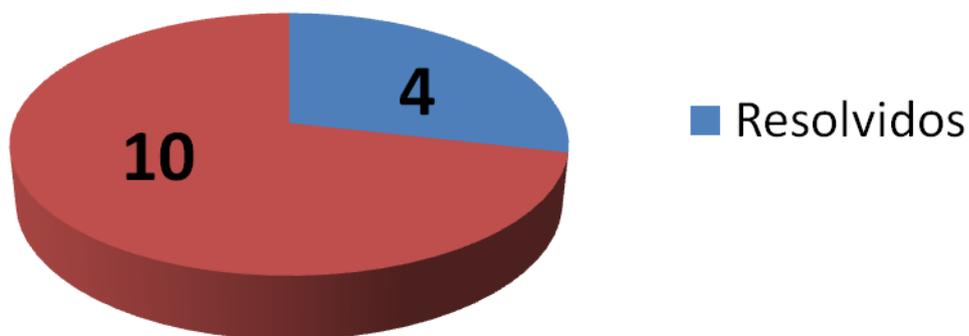


Figura 8: gráfico dos casos no município do Paulista

Casos Resolvidos em Recife

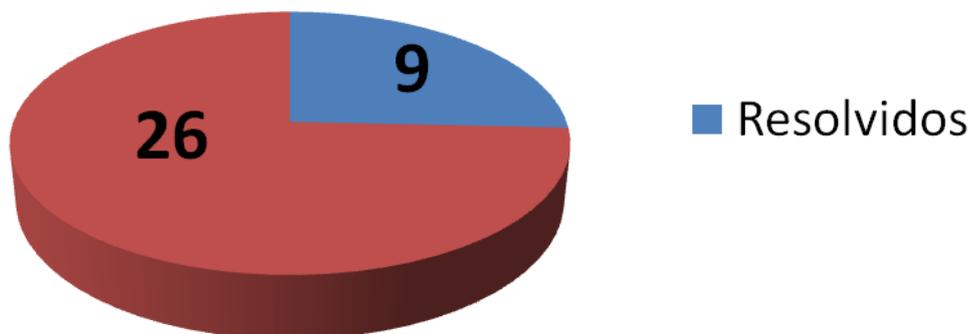


Figura 9: casos no município do Recife.

ANÁLISE INTERPRETATIVA

De acordo com a teoria do agendamento, há uma relação direta entre a intensidade de cobertura e a relevância do assunto para o público. Desse modo, o agendamento acontece pelo fato da imprensa selecionar o que será noticiado. Ou seja, os profissionais envolvidos na produção das notícias trabalham como gatekeepers –



porteiro de informações -, atuando na escolha do que será veiculado. Sendo assim, o público vai se interessar diretamente pelo produto midiático do momento, no qual é fruto da influência do que é importante para a sociedade.

É dentro dessa perspectiva que o quadro “Calendário” vai atuar como intermediador entre a opinião pública e a ação governamental. Na medida em que noticia a percepção social acerca de determinada obra política, informa ao público sobre as ações empreendidas pelo governo. Assim sendo, o programa exerce as três funções da Teoria do Agendamento: de Agenda da Mídia, da Sociedade Civil e das Políticas Públicas.

No entanto, diante dos resultados analisados, com números que constata o baixo índice de atuação governamental, percebe-se que, mesmo o “Calendário” agindo como intermediador entre a sociedade civil e o poder público, os casos que não foram solucionados dentro do prazo ainda se sobressaem diante dos que obtiveram alguma resolução por parte do governo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todos os preceitos analisados na pesquisa, não se pode desconsiderar que a problemática vai muito além do uso de uma ferramenta, no caso a TV, para intermediar as organizações e instituições cívicas voluntárias na cobrança de ações políticas, mas é preciso ter a real consciência do cumprimento do papel social dos personagens inclusos nesse processo.

Sendo assim, concluí-se que a teoria do agendamento se aplica ao quadro “Calendário”, tendo em vista que há o interesse da sociedade em utilizar a mídia como porta-voz diante do poder público - para requisitar soluções dos problemas da administração pública municipal-, mas também existe a intenção da mídia em manter o quadro jornalístico para que, assim, mantenha-se também o público preso à emissora, sustentando-se do desígnio primordial da busca incessante pela audiência.



No entanto, mesmo a TV atuando como mensageiro dos problemas da sociedade, observa-se que há uma tendência dos órgãos públicos negligenciarem os casos abordados. Isso é notório com a decrescente participação dos representantes governamentais nos programas. No início da atual gestão da prefeitura do Recife – em janeiro de 2013-, por exemplo, os secretários compareciam sempre que eram solicitados. Agora, com um pouco mais de cem dias de governo, muitas das respostas são dadas via nota oficial.

Desse modo, sugere-se uma pesquisa futura sobre a real atuação do poder público junto à mídia e, conseqüentemente, à sociedade civil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Livraria Minerva Editora, 2000.

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

FILHO, Clóvis; LOPES, Felipe Tavares Paes; PERES-NETO, Luiz. **Teorias da comunicação em jornalismo**: reflexões sobre a mídia. Editora Saraiva, 2011.

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