



A Teoria do Agendamento e o Movimento Ocupe Estelita: como as mídias sociais estão pautando o jornalismo¹

Andréa Farias PESSOA²

Escola de Contas Públicas Professor Barreto Guimarães, Recife, PE

Resumo

A Teoria do Agendamento (Agenda-setting), proposto por McCombs e Shaw (1972), em grande parte foca em examinar a correlação de força entre a agenda midiática e a agenda pública. O estudo que estamos propondo neste artigo científico vai por este viés: quer trazer à tona como essa agenda pública, proposta pelos representantes do Movimento Ocupe Estelita, por meios das mídias sociais, estão forçando a pauta do jornalismo.

Palavras-chave: Teoria da Notícia; Agenda Setting; Mídias Sociais; Jornalismo; Repórter-amador.

Introdução

Este artigo pretende analisar o fenômeno midiático provocado pelo Movimento “Ocupe Estelita”, com o viés da Teoria do Agendamento (Agenda-setting), proposto por McCombs e Shaw (1972), indo para a revisão do paradigma atualizado pelos próprios autores americanos e outros estudiosos de comunicação da área. A proposta é olhar profundamente a influência da agenda pública, provocada pelo movimento ocupe estelita, via mídias sociais, e o que isto provocou na mídia tradicional, perfazendo um caminho da Teoria do Agendamento, a partir das novas mídias sociais.

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com.



A teoria do agendamento explica, inicialmente, que as mídias podem não dizer às pessoas “como pensar” mas induz sobre o “que pensar”. Em síntese, os estudiosos americanos afirmam que:

“A capacidade dos media em influenciar a projecção dos acontecimentos na opinião pública confirma o seu importante papel na figuração de nossa realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente, fabricado e montado quase completamente a partir dos mass media”. **McCombs and Shaw** (1997, pág. 7).

Ao apresentar esta teoria, os pesquisadores americanos pesquisaram o produto do campo jornalístico, especificamente a questão da influência do jornalismo no eleitorado durante campanhas políticas americanas.

Na época, os teóricos disseram, que ao contextualizar a comunicação política com o paradigma do agendamento, há uma condição avaliada por eles como “fulcral” na decisão do voto devido à crescente importância das questões, ou seja, dos assuntos que são intencionalmente discutidos nas campanhas políticas, em detrimento das questões destes partidos políticos.

Eles enfatizaram que a arte da política, estando num processo democrático, traz em seu bojo e de forma considerável, a “arte de determinar as dimensões das questões que são de importância maior para o público ou podem tornar-se salientes de forma a conseguir apoio político”.

Muitos anos antes da teoria do agendamento, teóricos como Walter Lippmann (1922), já havia abordado que há uma relação causal entre a agenda midiática e a agenda pública.

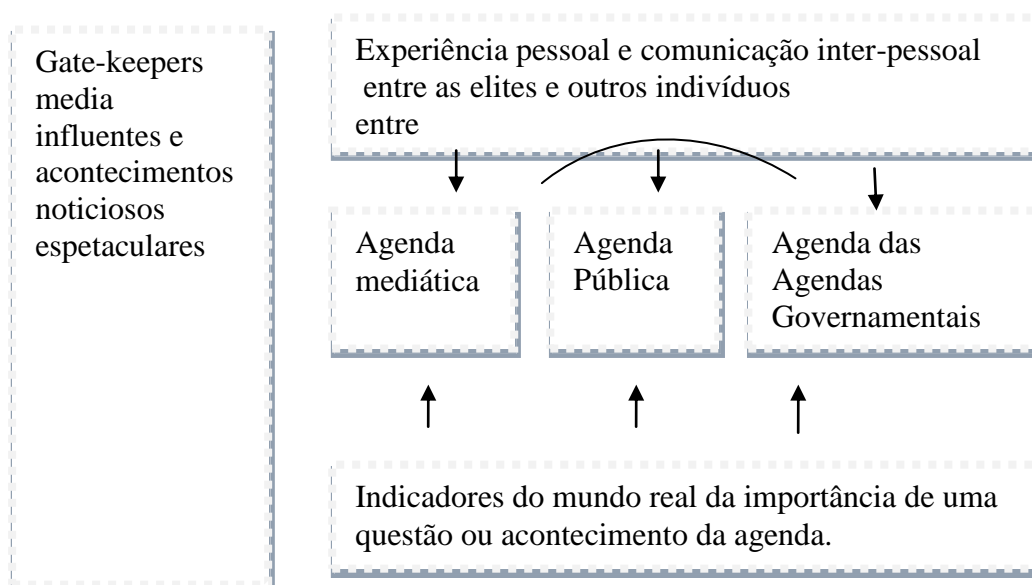
Lippmann disse que as mídias são a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e a imagem desses acontecimentos na nossa mente. “Sem usar a expressão agenda-setting, Lippmann escreveu acerca daquilo a que hoje chamamos o processo de agenda-setting da agenda pública”. **TRAQUINA** (1999, pág 20).

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com.

Por outro lado, o paradigma da “Agenda-setting” não ficou estagnado e houve uma revisão da literatura, que traz inversões inclusive do próprio paradigma. Inicialmente, a exemplo do que mostrou Rogers, Dearing e Bregman (1993), a literatura do agendamento mostra três componentes que constituem o seu processo. São eles: Os estudos da agência mediática (media agenda-setting), que são os conteúdos de mídia; os estudos da agenda pública (public agenda-setting), que tratam a conceitualização da relativa importância que é dada a diversos acontecimentos e assuntos por parte de membros do público, e os estudos por parte das políticas governamentais (policy agenda setting), explicado como sendo o estudo da agenda de entidades governamentais.

Figura 1- Os três componentes do processo do agenda-setting.



Baseado em Rogers, Dearing e Bregman (1988, pág. 557)

A teoria do Agendamento em grande parte foca em examinar essa correlação de força entre a agenda midiática e a agenda pública. O estudo que estamos propondo neste artigo científico vai por este caminho: quer trazer à tona como essa agenda pública, proposta pelos representantes do Movimento Ocupe Estelita, por meios das mídias sociais, forçaram a pauta das mídias tradicionais de Pernambuco.

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com.



Durante os estudos do agendamento, após vinte anos da teoria lançada, uma releitura foi realizada pelos seus próprios teóricos Mc Combs and Shaw (1993). Um ano antes de inverter o paradigma do agendamento, os pesquisadores americanos trouxeram também uma abordagem, que traz reflexões éticas sobre o jornalismo, pois eles disseram que a seleção de enquadramentos para as “estórias” acerca dos tópicos em discussão são “poderosos papéis do agenda setting” e que isto traz “responsabilidades éticas terríveis”. Mc Combs and Shaw (1992, pág 820-821).

Ao fazer uma análise da evolução histórica do agendamento, Traquina (1999), explicou que a inversão do paradigma traz a própria redescoberta do poder do jornalismo. Ele destaca que outros estudiosos, a exemplo de Weaver, Graber, McCombs e Eyal (1981), dizem que por que este paradigma se debruça sobre a problemática da influência midiática no contexto das campanhas eleitorais, faz com que haja “uma pertinência para a comunicação política de forma natural”. Estes pesquisadores citados salientam que há um papel importante da teoria do agendamento que não é apenas em relação às questões que figuram na agenda pública, mas advertem que se relacionam “também quanto à agenda dos atributos ou qualidade da imagem dos candidatos políticos” (TRAQUINA, 1999, pág 26)

Traquina (1999) apud Rogers and Dearing (1988) propõe questionamentos à luz da Teoria da Notícia, onde há a agenda das agendas políticas. Ele reforça que:

“é na definição dessa agenda política que constitui um dos objetivos principais da luta política nas democracias modernas, que influencia a agenda jornalística (até que ponto influencia? E que actores políticos do campo político e não outros agentes sociais as principais fontes ?”.
(Traquina, 1999, pág 27)

Sob a luz da Teoria da Notícia e das questões da Sociologia do Jornalismo, Traquina (1999) relembra que a Teoria do Agendamento faz com que tanto os profissionais do

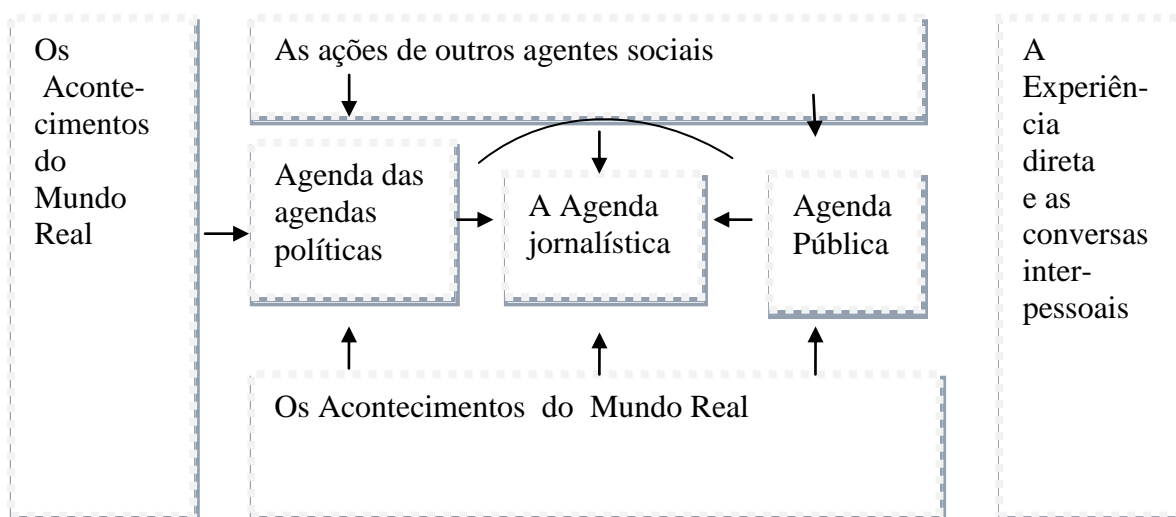
¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com.

campo político como os profissionais do campo jornalístico, lembrando que, mais “os primeiros do que os segundos procuram tomar o pulso da opinião pública”.

Traquina (1999) conclui que a consequência disto tudo é que todo o desenvolvimento do marketing comercial e o político trazem sinais da transformação do “fazer política e estar na política” e conclui: “a agenda pública também pode influenciar a agenda das agendas políticas e a agenda jornalística”. O mesmo pesquisador questiona ‘até que ponto são os atores do campo político e não outros agentes sociais as principais fontes?’. (Traquina, 2000, pág. 22)

Figura 2- O paradigma do Agenda-setting numa teoria da notícia



Baseado em Traquina (1999, pág. 29)

Por outro lado, Traquina (2000), ao falar do efeito das mídias na Teoria do Agendamento, lembra que na definição do que e do que não é notícia, os produtores de notícia decidem o que deixar passar ou a rejeitar. E depois desta escolha, mesmo as notícias que passam neste crivo (“gate”) são tratadas de forma desigual na sua apresentação ao público. Ele explica que muitas vezes algumas notícias são tratadas extensivamente, outras severamente cortadas.

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com.



Nesta perspectiva apresentada acima, Traquina observa que alguns itens são temas de destaque num noticiário, outros surgem no final do seu alinhamento. Para ele, os jornais afirmam claramente a sua valoração de um assunto através do tamanho do título e da sua localização em termos de paginação. Ele levanta a ideia de que a tese do agendamento defende que :

“Os públicos decidem a saliência de cada assunto a partir desses julgamentos veiculados pelos ‘media noticiosos, incorporando na sua agenda pessoal uma escala de pesos semelhante. Numa época em que se colocam à imprensa fortes exigências no sentido da “objectividade” e do “equilíbrio” na condução da cobertura jornalística, estas induções (cues) podem estar entre as características mais importantes da mensagem transmitida ao público”. TRAQUINA, 2000, pág. 65 e 66.

É neste contexto das agendas políticas e midiáticas tradicionais, que “escondem” ou não pautam o que movimento Ocupe Estelita promove, e no esforço da agenda pública destes agentes sociais, representado por mais de 30 mil ativistas digitais, por meio do Grupo Aberto no Facebook intitulado Direitos Urbanos. Eles tentam emplacar a pauta para a sociedade por meio das mídias sociais, fontes alternativas de comunicação com seu público de interesse, que é a sociedade como um todo, e por consequência, para as mídias jornalísticas, fazendo um processo contrário ao que acontece normalmente: a agenda política pauta a mídia tradicional e a pauta jornalística e estes fazem a esfera pública “pensar” e “ como pensar” sobre o movimento.

Atualmente, o movimento ocupe Estelita está pautando a agenda da política e a agenda da agenda de notícias por meio das mídias sociais e isto será apresentado ao longo deste artigo.

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com .



Este estudo científico pretende avaliar e fazer um percurso de como a pauta jornalística está sendo pautada pela esfera pública, pela sociedade, por meios dos ativistas do Movimento Ocupe Estelita, nas suas atuações on-line pelas redes sociais.

O que é o Movimento #OcupeEstelita

O movimento Ocupe Estelita é uma organização de cidadãos do município do Recife, capital pernambucana, que se reúnem on line e off line desde 2012 e ganharam as redes sociais, reivindicando coletivamente assuntos sobre o futuro da questão urbana no Recife. Na atualidade, eles lutam para “ocupar” o Cais José Estelita, próximo ao centro histórico da capital pernambucana, no Bairro de São José, localizado no coração da capital pernambucana, e evitar as construções de um projeto imobiliário privado na área.

Tal fenômeno está em sintonia com muitos outros eventos, também intitulados “Ocupe”, que aconteceram no mundo nos últimos anos, desde os cidadãos malásios, resolveram também ocupar a Praça Datarem, em Kuala Lumpur; os cidadãos madrilenhos, que acamparam na Puerta Del Sol, em Madri; e os cidadãos americanos no Ocupe Wall Street , entre outros.

O movimento Ocupe Estelita questiona o projeto proposto pelo Consórcio Novo Recife, que prevê a construção de um complexo com 12 torres empresariais e residenciais, com alturas entre 20 e 41 andares, que serão construídas por um consórcio de quatro empresas do ramo imobiliário.

No âmbito jurídico, cinco ações tramitam questionando o projeto imobiliário Novo Recife: uma ação civil pública do Ministério Público estadual, uma do Ministério Público federal e três ações populares. As ações populares pedem a nulidade do ato administrativo do então Conselho de Desenvolvimento Urbano (CDU), que aprovou a proposta imobiliária, no fim de 2012.

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com .



Legitimada por um número impreciso de ativistas off line e de 31 mil ativistas digitais, por meio grupo aberto no Facebook, intitulado Direitos Urbanos (www.facebook.com/direitosurbanos), e pelo canal no you tube (https://www.youtube.com/channel/UCtAggLC_iC4qwEoQsWB9PKQ), o grupo vem fazendo ativismo digital sensibilizando a sociedade para o problema da questão urbana, a exemplo de inúmeros vídeos postados, a exemplo do ‘Recife Cidade Roubada’, no link <https://www.youtube.com/watch?v=dJY1XE2S9Pk>, como ator Irandhir Santos; o vídeo com o geógrafo marxista inglês David Harvey, que visitou o #OcupeEstelita no dia 16 de novembro de 2014 e fez um pequeno discurso aos presentes, no <https://www.youtube.com/watch?v=DxW-lnT8XHk>; ou de um vídeo com depoimentos de 14 profissionais das mais diversas áreas de conhecimentos, como urbanistas, jornalistas, arquitetos, designers falando da importância de lutar pelo Recife é lutar pelo direito das pessoas em qualquer cidade, no <https://www.youtube.com/watch?v=KTF0gqoTias&index=120&list=LLqRS5u3kzCDX3wXkl0Eq-Rg>;

O Grupo Direitos Urbanos foi criado a partir da constatação de que a capital pernambucana está passando por um processo de transformação urbana agressiva. Os ativistas constatarem e acompanham a mudança radical na paisagem e concluem que não há um efetivo planejamento por parte do poder público e, ainda, desconsideram a sistemática de princípios e regulamentações do Plano Diretor da cidade.

Além deste, há uma página no Twitter (<https://twitter.com/ocupeestelita>), no Tumbir, com o grupo Pensar Recife (<http://apoieestelita.tumblr.com/post/88519364465/pensar-recife>); da Rede Bambuser (<http://bambuser.com/channel/ocupeestelita>); entre outras redes sociais.

O que os ativistas do Movimento Ocupe Estelita questionam o projeto, intitulado Novo Recife, que pretende ser feito na área do Cais José Estelita, próximo ao centro histórico da capital pernambucana, que segundo eles, é: “o exemplo máximo desse tipo de

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com.



desenvolvimento urbano, em que poder econômico, com convivência do poder público, capitaliza a paisagem dos recifenses”.

Ao se definirem, enquanto grupo social, o Movimento #OcupeEstelita diz que não há um setor específico que se juntou. São formados por um fractal de cidadãos das mais diversas profissões e estudantes preocupados com o futuro da cidade, a exemplo de advogados, arquitetos, sociólogos, artistas, professores, engenheiros, médicos, administradores, publicitários, jornalistas, designers, antropólogos.

Segundo os ativistas, as manifestações são pacíficas e não possuem lideranças específicas. No site <http://www.ocupeestelita.com.br/>, os organizadores explicam que o movimento tem formato horizontal, com o objetivo principal de promover a participação popular no planejamento do espaço urbano. Eles acrescentam que estão dando voz a todos aqueles que não se sentem contemplados com o modelo de desenvolvimento urbano que vem acontecendo na capital pernambucana. “Mais uma vez, nós somos a cidade. Cada um de nós. Ocupamos para continuar sendo cidade e resistimos pelo Recife que fomos, somos e queremos ser”, argumentam no sítio da instituição.

O Movimento #OcupeEstelita vem aumentando a participação popular desde do primeiro Ocupe, em abril de 2012, até os últimos acontecimentos. De lá para cá aconteceram diversos fatos, provocados culturalmente e juridicamente pelo movimento, pela Prefeitura do Recife, pelas empresas construtoras que perfazem o Projeto Novo Recife. Nos últimos meses, houve uma série fatos, provocados pelo grupo, a partir de decisões tomadas pelo poder judiciário e legislativo. Alguns exemplos, resumidamente:

- 1- Ocupação da área do Cais José Estelita, tendo sido retirado por mandado de segurança pelo Tribunal de Justiça de Pernambuco, durante o jogo da Copa do Mundo, 16 de junho de 2014. (TRUFFI, 2014)
- 2- Votação na Câmara Municipal do Recife do Projeto de Lei nº 008/2015, do Projeto Novo Recife e ao mesmo tempo ocupação da área do entorno pelos

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com.



ativistas durante a votação. A lei foi sancionada pelo prefeito no dia 04 de maio de 2015. (MARIA, 2015)

- 3- Ocupação pelo movimento do Shopping Rio Mar, no Pina, bairro próximo ao Cais, no dia 4.5.2015. (MONTEIRO, 2015).
- 4- Ocupação da Rua da residência do prefeito do Recife, Geraldo Júlio, no bairro da Torre. (DANTAS, 2105)

Paralelamente ao que vem ocorrendo no movimento #OcupeEstelita, na opinião dos internautas do Grupo Direitos Urbanos no Facebook, a imprensa não promoveu a cobertura dos fatos com a importância que os protestos vinham ocorrendo. Nesta perspectiva, nosso foco, neste estudo, é trazer à tona como a Teoria do Agendamento começou a acontecer a partir das inúmeras provocações do movimento nas redes, por meio das mídias sociais, forçando a cobertura jornalística das mídias tradicionais em PE, seja por movimentação de vídeos virais, seja porque a sociedade está querendo se informar de fato dos últimos acontecimentos a partir das ações do movimento.

O que o cidadão recebia, pelas mídias tradicionais de rádio, televisões (aberta), internet e jornais locais eram a versão empresarial do Projeto Novo Recife. Inclusive o Projeto também fez mídias sociais, onde o internauta tinha acesso que acessava o canal no youtube, a exemplo do Canal no You Tube do Consórcio Novo Recife <https://www.youtube.com/user/novorecife>. Desta forma, durante os dois últimos anos, o cidadão foi bombardeado por versões editadas e favorecidas pela versão empresarial.

O Agendamento do Ocupe Estelita por meio de vídeo viral nas redes sociais

O movimento não conseguia divulgar suas reivindicações feitas ao poder público municipal nas mídias tradicionais de rádios, televisões, jornais, sites corporativos das empresas de comunicação, entre outros, dando a versão jornalística do movimento #Ocupe Estelita. Isto transformou a mídia social numa opção de divulgação do site e pelo facebook, criados pelo movimento Direitos Urbanos.

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com.



No site www.ocupestelita.com.br os ativistas explicam que no facebook do Grupo Direitos Urbanos (DU), dão conta de que há uma marginalização da informação na versão dos ativistas do movimento, inclusive com questionamentos sobre as versões das mídias locais.

O agendamento público surgiu a partir das mídias sociais promovidas pelo ativismo digital nas mais diversas plataformas, começando a ganhar proporções maiores com a inserção de vídeos no you tube, por meio do canal no You Tube do Movimento Ocupe Estelita https://www.youtube.com/channel/UCtAgqLC_iC4qwEoQsWB9PKQ , além, do Grupo Direitos Urbanos no facebook.

Na perspectiva de aumentar e sensibilizar a população para o tema, o Canal Ocupe Estelita produziu um videoclipe humorístico, divulgado por meio do link <https://www.youtube.com/watch?v=uE0wJi6xNBk> , intitulado Novo Apocalipse Recife, onde há uma sátira com o prefeito do Recife, Geraldo Júlio (PSB-PE), mostrando o vínculo do político com as empresas imobiliárias que querem construir o projeto Novo Recife.

Este foi o exemplo que chamou mais atenção pelos internautas recifenses, pois houve 158 mil visualizações e 8 mil compartilhamentos da sátira, em apenas 16 horas de exposição, trazendo o fenômeno dos vídeos virais, tão comuns no ambiente virtual.

A partir desta movimentação nas redes sociais pelo facebook, o Canal da Globo G1, da Rede Globo, trouxe a notícia do vídeo, com o título “Vídeo do movimento Ocupe Estelita faz sátira a prefeito do Recife e viraliza”:
(<http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2015/05/video-do-movimento-ocupestelita-faz-satira-prefeito-do-recife-e-viraliza.html>).

No texto do site do G1, a notícia explica que o vídeo critica o projeto Novo Recife, que prevê construção de espigões na área do Cais José Estelita, Santa Rita e Cabanga e que

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com .



o vídeo foi lançado ao fim de mais um ato do movimento Ocupe Estelita, na quarta (13/5/15) à noite, depois de uma passeata por importantes vias do bairro de Boa Viagem, na Zona Sul, como as avenidas Domingos Ferreira e Conselheiro Aguiar.

Ainda na matéria jornalística, o G1 informa que “no evento do Facebook, eles explicaram que o ato pretendia procurar Geraldo Júlio pelas ruas do Recife” e que a passeata foi finalizada em frente a um grande empresarial de Boa Viagem, onde a fachada serviu de tela para a exibição do “novo produto audiovisual”.

O que era um ato rotineiro de uma passeata, com os protestos contra o projeto, que não renderia muito tempo na cobertura jornalística, mudou o foco quando passou a ser conectada com uma ação de mídia social, que gerou um efeito viral nas redes. Mais uma vez as empresas tradicionais de comunicação tiveram que noticiar um fato, a partir do agendamento da agenda pública, por meio do Movimento Ocupe Estelita.

Um dia após a divulgação do vídeo, o site BuzzFeed, uma empresa norte-americana de paródias digitais e de estudos de vídeos virais, que possui 170 mil curtidores, criou um post com os “14 momentos hilários do vídeo Novo Apocalipse”, no link : <http://www.buzzfeed.com/enockc/14-momentos-hilarios-do-vadeo-novo-apocalipse-r-1k6nz> . O texto diz que o vídeo é “hilário”, e apesar do tom de brincadeira e leveza, dá conta de toda a reivindicação dos ativistas do Ocupe Estelita, mostrando logo na apresentação do post, com o seguinte relato:

“O vídeo Novo Apocalipse Recife é uma paródia do prefeito atual do Recife, Geraldo Júlio, que sancionou a lei que permite a demolição do histórico Cais José Estelita no centro do Recife para a construção de 12 torres de 40 andares, incluindo um condomínio de luxo e empresariais. A votação da lei sancionada pelo prefeito foi considerada ilegal pelo Ministério Público Estadual. O vídeo é simplesmente hilário”. **14 momentos hilários do vídeo Novo Apocalipse. Site BuzzFeed (2015).**

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com .



A paródia digital, mais que qualquer outro tipo de ação, trouxe para a mídia tradicional a pauta da reivindicação dos ativistas digitais do Ocupe Estelita. A Rede TV, vinculada também ao site UOL, também apresentou a notícia da paródia, no link <http://www.redetv.uol.com.br/jornalismo/cidades/video-faz-critica-ao-prefeito-de-recife-e-viraliza-na-web>.

O Agendamento a partir do ativista digital: o repórter-amador

Nesta perspectiva, o Movimento Ocupe Estelita e o Grupo Direitos Urbanos pautaram o jornalismo local e nacional por meio da agenda pública, conectada e viabilizada por meios das mídias sociais. Esta movimentação no mundo digital, confirma o que Traquina teorizou, ou seja, a “agenda pública também pode influenciar a agenda das agendas políticas e a agenda jornalística” (Traquina, 2000, pág. 22).

Dentro deste contexto, consideramos importante também correlacionar a Teoria do Agendamento com a Tese de Doutorado de Oliveira (2013), no qual a pesquisadora analisa como o cidadão comum se transforma num repórter-amador, ou seja, como funcionam as disposições sociais motivadoras das suas práticas jornalísticas, mesmo sem ter formação acadêmica para tal.

Na tese, ela explica que o cidadão se torna repórter-amador quando “este não quer mais permanecer no papel de audiência passiva ou de personagem secundário da narrativa jornalística”. Define que tal indivíduo quer:

“produzir informação a partir de um espaço próprio para não ficar refém dos filtros que são determinados pelas empresas de comunicação, que selecionam as informações, segundo as suas perspectivas econômica, política e social”.
(OLIVEIRA, 2013, pág 66)

A pesquisadora Sheila Borges de Oliveira explica que a sua pesquisa empírica identificou que a maioria dos veículos que integra os conglomerados de comunicação

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com.



não tem valorizado a opinião desses cidadãos, que agem ativamente, quando define o que é e o que não é notícia. OLIVEIRA (2013, pág 72).

Ao falar da independência e do não-vínculo profissional deste repórter-amador, Oliveira enfatiza que além de colaborar com os jornalistas, parte desses “indivíduos” está criando espaços virtuais e “escreve a notícia, sem se submeter aos filtros de edição das redações”. OLIVEIRA, 2013, pág 14.

A pesquisa reforça que essa prática do cidadão comum tem sido essencial para as mudanças nas configurações e relações sociais que são estabelecidas pelos atores que estão dentro e fora da grande imprensa tradicional. A tese adianta que esse papel mais participativo e provocador do repórter-amador está contribuindo para “quebrar regras, como as da concepção das notícias” e “trazer mudanças estruturais ao campo de disputas do jornalismo”.

Este repórter-amador é exatamente o perfil do ativista do Movimento Ocupe Estelita, que assume tal papel para defender uma posição ideológica perante a sociedade, criticando a intervenção urbana que não favorece o cidadão e o modo de gerenciar o município realizado pelos poderes executivo e legislativo municipais.

É neste espaço social novo, que são as mídias sociais, que o Movimento Ocupe Estelita está pautando o jornalismo, questionando como está sendo o tratamento da notícia, apresentando outras versões das notícias, com um novo foco: o olhar do cidadão que quer democratizar as decisões sobre o espaço público no seu município e que exige que seu lugar de fala seja respeitado e valorizado.

Referências:

DANTAS, Mariana. **Movimento Ocupe Estelita protesta em frente à casa do prefeito Geraldo Julio.** Disponível em <http://noticias.ne10.uol.com.br/grande->

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com .



recife/noticia/2015/05/07/movimento-ocupe-estelita-protesta-em-frente-a-casa-do-prefeito-geraldo-julio-545632.php . Acesso em 26.5.15.

MARIA, Élida. **Com tumulto e portas fechadas, PL do Estelita é aprovado** . Disponível Leia Já. Disponível em <http://www.leiaja.com/politica/2015/05/04/com-tumulto-e-portas-fechadas-pl-do-estelita-e-aprovado/> . Acesso em 26.5.15

McCOMBS, Maxwell E. and SHAW, Donald L (1972). **“Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda setting Research”**. Journalism Quarterly, v. 69.

MCCOMBS, Maxwell E. e Donald L. Shaw (1992). **“The evolution os Agenda-setting Reserch: Twenty five Years in the Marketplace of ideas”**. Journal of Communication, v. 43, n° 2.

MCCOMBS, Maxwell E. e Donald L. Shaw (1993). **“The evolution os Agenda-setting Reserch: Twenty five Years in the Marketplace of ideas”**. Journal of Communication, v. 43, n° 2.

MONTEIRO, Lidy. **Movimento Ocupe Estelita lança nota oficial e promete 2º grande ato nesta quinta** . Disponível em

<http://www.revistaforum.com.br/vozemrede/2015/05/07/movimento-ocupe-estelita-lanca-nota-oficial-e-faz-2o-grande-ato-nesta-quinta/> . acesso em 26.65.2015.

Novo Apocalipse Recife. Vídeo no You Tube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=uE0wJi6xNBk> . acesso em 10.5.2015.

OLIVEIRA, Sheila Borges de. **O repórter-amador: uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum**. UFPE, Recife: 2013. Mimeo.

Pense Recife. **Na rede social Tumbir** . Disponível em <http://penserecife.tumblr.com/> acesso em 10.5.2015. ROGERS, Everett M., DEARING, James W., Dorine

ROGERS, Everett M. , DEARING, James W. e BREGMAN. Dorine. **“The Anatomy of Agenda-setting Research”**. Journal of Communication. V. 43. Nº 2, 1993.

ROGERS, Everett M., DEARING, James W. , Dorine BREGMAN (1988). **“Agenda-setting Research: Whera has it been? Where is it going?.** (Ed.) Communi-cation Yearbook 11. Newbury Park, CA: Sage.

TRAQUINA, Nelson (1999). **A redescoberta do Poder do Jornalismo: Um Estudo da Evolução Histórica do Paradigma do Agenda-Setting**. São Luiz: CAMBIASSU (Estudos em Comunicação), nº 1, vol VIII, São Luís. pp. 14-37.

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com .



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

Consórcio Novo Recife. Canal no You Tube do Consórcio Novo Recife . Disponível em <https://www.youtube.com/user/novorecife> . Acesso em 10.5.2105.

Recife Cidade Roubada. Vídeo no You Tube. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=dJY1XE2S9Pk> . Acesso em 19.5. 15

Rede Bambuser - disponível em <http://bambuser.com/channel/ocupeestelita>. Acesso em 26.5.2015.

#Ocupe Estelita. Disponível em <http://www.ocupeestelita.com.br/>
Ocupe Estelita no You Tube
https://www.youtube.com/channel/UCtAgqLC_iC4qwEoQsWB9PKQ

14 Momentos Hilários do Vídeo Novo Apocalipse .
<http://www.buzzfeed.com/enockc/14-momentos-hilarios-do-vadeo-novo-apocalipse-r-1k6nz> (acesso em 14.5.2015).

TRUFFI, Renan. **A batalha pelo Cais José Estelita**. Revista Carta Capital. Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/a-batalha-pelo-cais-jose-estelita-8652.html> . Acesso em 18/06/2014.

Vídeo do movimento Ocupe Estelita faz sátira a prefeito do Recife e viraliza. Disponível em <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2015/05/video-do-movimento-ocupe-estelita-faz-satira-prefeito-do-recife-e-viraliza.html> Acesso em 14/05/2015.

¹Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Professora da Disciplina de Comunicação Governamental na Escola de Contas Públicas do Curso de Pós-graduação de Gestão e Controle e Professora do Curso de Comunicação e Gestão Pública de Mídias Sociais, email: andrefariaspeessoa@hotmail.com / andrea.pessoa14@gmail.com .