



The Interview: O Impacto Causado Pelo Filme No Agendamento Do Site Washington Post¹

Ana Carolina Souza de OLIVEIRA²

Vitor José BRAGA³

Universidade Federal de Sergipe, Sergipe, SE

RESUMO

A pesquisa pretende analisar de que forma o filme ficcional *The Interview* (2014) causou impacto no agendamento do site *Washington Post*. Devido a problemas causados antes mesmo do lançamento do filme, envolvendo questões empresariais e políticas, em um período de 15 dias foram noticiadas 43 matérias relacionadas ao ocorrido no site do jornal. O grande número de matérias desperta o interesse em entender como a produção noticiosa online mudou as possibilidades de agendamento. Para a análise, foram estudadas as manchetes e editorias da notícia, a fim de entender aspectos quantitativos da cobertura, desvendando qual ênfase foi dada à cobertura na versão online do *Washington Post*.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; ficção; jornalismo online; *agenda setting*.

INTRODUÇÃO

Em 25 de dezembro de 2014 foi lançado nos cinemas estadunidenses o filme *The Interview* (A Entrevista, em português), comédia política americana dirigida por Seth Rogen e Evan Goldberg, que passou por uma série de vedações antes da sua veiculação. Para entrar nos vastos problemas enfrentados por esta produção cinematográfica, que desencadeou uma repercussão mundial, é preciso entender o enredo do filme.

Estrelado por Seth Rogen e James Franco, a história tem os atores como jornalistas que planejam a morte do líder supremo da Coreia do Norte⁴, Kim Jong-Un⁵, interpretado pelo ator Randall Park. O nome do filme já remete à ideia de que uma

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Recém-graduada do Curso de Comunicação Social – Hab, Jornalismo da UFS-SE, email: anacarolina.sdo@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFS-SE, email: vitorbragamg@ufs.br

⁴ País socialista com adoção de ideais considerados de ditadura totalitarista quando comparado a países democráticos.

⁵ Atual líder supremo da Coreia do Norte, desde dezembro de 2011.



determinada entrevista será o clímax da história e usam, com certo nível de deboche, o jornalismo de entretenimento para construir uma atmosfera mais leve, mas com a sátira sempre presente. A sátira ao modelo político coreano, com a concepção negativa de Kim Jong-un, líder da República Popular da Coreia do Norte, é justamente o que causou a sua quase não veiculação.

Desde junho de 2014 que os Estados Unidos já estavam recebendo ameaças caso a Columbia Pictures, distribuidora do filme, fosse adiante com o lançamento. De acordo com a Agência Central de Notícias da Coreia (KCNA), um porta-voz da diplomacia norte-coreana comentou que “os inimigos foram além do limite de tolerância em seus gestos desprezíveis para tentar prejudicar a dignidade do líder supremo da República Popular da Coreia. Uma prévia do filme insultando e assassinando Kim Jong-un está rolando nos Estados Unidos, um atentado de terrorismo” (Tradução livre). Com essa posição, a Columbia transferiu a data de lançamento de 10 de outubro para 25 de dezembro, a fim de fazer mudanças no filme.

No mês antes do lançamento, os computadores da Sony Pictures Entertainment foram hackeados por um grupo intitulado *Guardians of peace* (Guardiões da Paz, em português) que a polícia americana, FBI, acreditou ter ligação com a Coreia do Norte, causando o vazamento de diversos projetos e informações profissionais da Sony, além de relatos sobre *The Interview*. Os hackers exigiram que o filme fosse retirado, afirmando que a película tratava-se de um “filme de terrorismo”.

No dia 16 de dezembro, nove dias antes da data programada para a estreia, os *Guardians of peace* novamente pressionaram os Estados Unidos informando que, caso não fosse atendido o pedido, eles provocariam um atentado aos cinemas, fazendo comparações alusivas ao 11 de setembro, data em que aconteceu o ataque às torres gêmeas em Nova York. As ameaças fizeram com que os atores do filme, Seth e James, cancelassem diversas promoções publicitárias do filme em programas televisivos. No dia posterior, a Sony declarou o cancelamento do filme, afirmando que não havia mais intenções de levar o projeto às telas de cinema.

Surpreendendo pela última vez o público e o sistema coreano, no dia 23 de dezembro a Sony anunciou o relançamento do filme para o dia 25 de dezembro nos cinemas estadunidenses, com distribuição no dia 24 de dezembro pela internet, através do Youtube, Xbox Video, Play Store e no site do filme. Com a distribuição inicial nessas plataformas, no mesmo dia outros sites de downloads também começaram a



propagar a película, gerando a incapacidade de controlar a proibição e circulação do filme.

Esse caso repercutiu mundialmente, provocando a atenção da mídia, principalmente por colocar em foco instituições políticas. Em seu exercício, o jornalismo é pautado por valores-notícia, guiado por critérios que indicam quando algum fato dever ser transformado em notícia. A partir do momento que um produto cinematográfico ficcional pauta de forma tão intensa a agenda midiática, é preciso levar em consideração que o tema correspondeu aos critérios de noticiabilidade, contribuindo para agendar discussões sociais, sendo relevantes ou não para a sociedade como um todo.

Para este trabalho, o foco é relatar como isso foi agendado em um canal midiático, que tomou as dimensões já exemplificadas, fazendo uma análise quantitativa das manchetes veiculadas no *website* do jornal *Washington Post*⁶, no período de 16 a 31 de dezembro, a quinzena em que os fatos foram acontecendo de forma mais intensa. No total, foram localizadas 43 matérias sobre o assunto em diversas editorias.

O agendamento feito pelo site vai além da cobertura em si dos fatos. Algumas das matérias publicadas são desdobramentos e abordagens diferenciadas, com opinião e perspectivas sobre o acontecimento que vão além do factual. Dessa forma, será feito um estudo teórico sobre a *Agenda Setting* e como o agendamento online revoluciona a forma de abordar um acontecimento, levando em conta a dimensão que uma peça cinematográfica ficcional impactou na mídia. Posteriormente, as manchetes serão analisadas, a fim de obter um olhar mais aprofundado sobre o assunto, as editorias e a evolução dos fatos, que provocou um período de intenso agendamento no *Washington Post*.

AGENDAMENTO DA MÍDIA

A hipótese do agendamento, *Agenda Setting*, foi formulado por Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972), com a proposta de analisar os efeitos cognitivos que os mídias produzem a curto, médio e longo prazo sobre a sociedade. Inicialmente, essa abordagem deu-se para notícias políticas, através da investigação da capacidade de agendamento dos meios de comunicação na eleição presidencial dos EUA em 1968.

⁶ O *Washington Post* é um jornal diário americano, fundado em 1877. É o maior jornal da capital americana, Washington D.C, e um dos maiores do EUA como um todo. Nesta pesquisa, o formato digital do jornal é utilizado para a análise, que está ativo na web há 19 anos. www.washingtonpost.com.br



Em entrevista para a Revista Intercom (2008), em homenagem aos 35 anos da hipótese do agendamento, McCombs explica que havia uma pergunta clara que norteava o estudo da agenda: Qual o principal problema que as pessoas enfrentam atualmente neste país?

A teoria é uma metáfora utilizando a ideia simbólica de agenda. E se preocupa com a agenda dos meios de notícia e a agenda da sociedade, e como são colocadas as notícias em termos de ideias e opiniões que tentam persuadir o público. Se você guardar os exemplares do seu jornal preferido durante duas ou três semanas, e em uma tarde passar pelas primeiras páginas, você terá uma noção da agenda que aquele jornal teve ao longo desse tempo. Alguns assuntos estarão nas capas desse jornal por muitas e muitas vezes. Evidentemente, muitos assuntos nem estarão lá. Agenda é simplesmente a questão da cobertura da notícia. (McCOMBS, 2008, p. 206)

O agendamento só acontece quando a mídia repete o mesmo tema continuamente, mesmo que com perspectivas diferentes. Diversos fatores podem condicionar o agendamento: tempo de exposição do receptor, o tipo da mídia, de que forma o assunto é pertinente para o público, a relevância do tema, entre outros. Com isso, a mídia constrói o que é chamado de ‘realidade midiática’. Denis McQuail (2003) explica que, no processo do agendamento, é construído um quadro para ver o mundo. Se os media podem fazer passar uma impressão sobre as prioridades e dirigir a atenção seletivamente entre assuntos e problemas, podem fazer muito mais. (MCQUAIL, 2003, p.467).

Apesar da mídia ser apresentada como responsável por selecionar os assuntos que o público deve saber, a relação não é exclusivamente unilateral. A agenda pública também determina o que é pautado pelos meios de comunicação, os temas da sociedade chamam a atenção da mídia, refletindo no conteúdo noticioso. Há similaridades entre as duas e, muitas vezes, o que é assunto na agenda pública corresponde quase que perfeitamente ao que é dito pela agenda midiática, pois a fraqueza de vínculos entre mídia e diversos membros públicos dificulta a premissa de que a agenda da mídia deveria estar a favor de uma agenda pública.

A dificuldade da relação entre público e mídia evidentemente é a fraqueza de vínculos e a falta de acesso de muitos membros do público a informações dos tópicos tratados no dia. Então, definitivamente, os meios de comunicação precisam causar um interesse público, eles precisam fazer isso e ser parte do público correspondendo a esse *feedback*. Mas eles podem, evidentemente, votar diariamente nas agendas da mídia e dizer se é relevante ou irrelevante. Há poucos veículos noticiosos que conseguem fazer, sistematicamente, a aferição das respostas. Acredito que aquilo que nós, como jornalistas, devemos ter em mente é uma das mais



importantes questões éticas: que tópico colocamos nessa agenda, porque há um espaço limitado na agenda, não apenas o tópico que colocamos nela, mas quais aspectos em torno do tópico, que atributos daquele tópico também estão inseridos na agenda. A formação da agenda midiática é, muitas vezes, aquilo que você sugere para a confiança pública. (McCOMBS,, 2008, p. 216-217)

Com o tempo, a hipótese foi sendo aplicada em diversos campos da comunicação e até mesmo em outros ramos acadêmicos. A ascensão da internet também trouxe questionamentos sobre o futuro da agenda, seja na forma de produção, recepção e/ ou modo de enquadramento. O próximo tópico abordará essas questões mais especificamente, fazendo uma ligação com o objeto estudado.

AGENDAMENTO NA ERA VIRTUAL

A tecnologia virtual causou uma reinvenção para o modo de operação das práticas executadas pelos profissionais da comunicação. É inevitável não pensar que, assim como as práticas, as teorias e hipóteses também sofrem alterações, mas isso não quer dizer que elas se reconfiguram totalmente, apenas sofrem modificações e adaptam-se ao que o novo traz para a profissão, criando novas perspectivas para o campo da comunicação.

Estudos posteriores sobre a teoria da agenda vão relativizar essa ação dos media no estabelecimento de agendas. Entram em questão variáveis antes desconsideradas o que acaba por restringir essa ação de agendamento a certas situações e circunstâncias. Não se trata de uma invalidação da teoria, mas de um conhecimento concreto mais aprofundado de seu funcionamento. (SANTOS, 2011, p. 4)

Alguns trabalhos que procuram estudar os efeitos da relação entre Internet e *Agenda Setting* põe em perspectiva o modo como o espaço digital traz novas possibilidades de debate, associado ao conceito de Opinião Pública. Castro e Sousa (2013) explicam que este novo cenário possibilita o empoderamento do receptor, alargando o debate público e interferindo consideravelmente no processo de agendamento.

Com a ascensão da internet, o receptor tem o poder de interagir mais diretamente com o veículo na rede, através da troca de e-mails ou comentários no próprio site, propondo novos debates, críticas e sugestões. Através dessa troca, a viabilização de uma agenda pública tem mais chances de acontecer, porém é preciso levar em consideração



que a internet ainda é um meio de comunicação restrito. No Brasil, por exemplo, 53% da população⁷ ainda não usa a rede, fragilizando a ideia de um espaço mais democrático.

Outro ponto de estudo da agenda correlacionada ao *webjornalismo* está na capacidade ampliada de publicação. Juliano Borges (2002) faz um estudo das eleições de 2002 e chega a conclusão que os jornais *online* permitem que pautas e temas dispensados ou subvalorizados pelo jornalismo impresso venham a público, podendo compor a agenda política dos meios de comunicação.

De fato, os critérios que determinam o que será publicado nos *webjornais* não são tão diversos dos critérios exigidos em suas versões tradicionais. Eles combinam princípios técnicos oriundos do jornalismo impresso (tempo de produção, espaço disponível, horário de fechamento da edição) com a adequação às características essenciais da notícia – atualidade, periodicidade, universalidade, publicidade (Fidalgo, 2004), complementadas pelo sentido de relevância pública –, em conformidade com a linha editorial do veículo. (BORGES, 2002, p. 214)

Essa liberdade de produção, configurando uma agenda mais aberta a diversos olhares sobre a notícia, é o que desperta o foco desta pesquisa. Ao que parece, o *Washington Post* tratou do filme com enquadramentos diversificados, não se restringindo ao problema em si, mas revelando outros desdobramentos que o tema pode oferecer. É uma tendência presente em *webjornais*, e redes sociais na era digital contemporânea, prolongar a conversa sobre um assunto sem que ele esteja obrigatoriamente na agenda dos chamados veículos tradicionais, como os jornais impressos, a TV e o rádio. A instantaneidade, a hipertextualidade e a facilidade de publicação no portal oferecem amplas possibilidades para a agenda.

Essa necessidade de diferenciação requisita dos *webjornais* atenção para pautas e fontes originais, frequentemente consideradas menos relevantes pelos jornais impressos, mas que acabam ganhando destaque nas versões da internet (...). Os jornais impressos, no entanto, tendem a se comportar de forma mais regular na veiculação de notícias. Essa regularidade é mantida por uma linha editorial, a que os *webjornais* a princípio também devem atentar, mas que a dinâmica acelerada das redações com frequência desvirtua. Os jornais *online*, por outro lado, não apresentaram o mesmo padrão. (BORGES, 2002, p. 216)

Constata-se que a rotina e as práticas jornalísticas interferem diretamente no que é agendado pela mídia. Se por um lado os jornais impressos precisam manter um padrão

⁷ Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE - em maio de 2013.



jornalístico, levando em conta as *deadlines* e a diagramação, o *webjornalismo* surgiu como o espaço para a exploração de desdobramentos diversos de uma notícia, podendo tanto destacar os fatos quanto agregar novos olhares para a notícia.

Através da análise do objeto pretende-se observar essa capacidade de agendamento diferenciado, relatando como o *Washington Post* trabalhou com a cobertura do filme *The Interview*, com foco nos desdobramentos cabíveis ao jornalismo *online*.

THE INTERVIEW NO WASHINGTON POST

O impacto de um acontecimento em um veículo online pode ajudar a entender um pouco mais sobre o modo como o conteúdo está sendo agendado virtualmente, estudando o que os *webjornais* consideram relevante para o público, pois, como já mencionado no tópico anterior, os *webjornais* costumam tratar os fatos de um modo diferente dos veículos tradicionais. Dessa forma, podemos notar uma mudança no agendamento da mídia. A escolha do tema deu-se porque, ao mesmo tempo que trata de um filme ficcional de comédia com sátiras, à primeira vista sem indicar a possibilidade de grande repercussão, a história acabou causando impacto entre dois países, com desdobramentos diversos.

Para a análise, o objetivo foi fazer a coleta de todas as matérias noticiadas sobre *The Interview* no *webjornal Washington Post*, durante o período de 15 a 31 de dezembro de 2014. No total, foram selecionadas 43 manchetes⁸, um número alto considerando que se trata de uma quinzena. Para sistematizar a pesquisa, a divisão⁹ foi feita em três partes: data, manchete¹⁰ e editoria.

DATA	MANCHETE	EDITORIA
15 de dezembro	Sony Pictures tem dor de cabeça matadora depois de ser <i>hackeada</i>	Opinião

⁸ O intuito da pesquisa foi procurar todas as matérias na data referida – 15 de dezembro a 31 de dezembro de 2014. Devido ao sistema de pesquisa do site, que não faz a seleção por período desejado, chegou-se ao número de, pelo menos, 43 notícias sobre o tema no período solicitado, mas pode ser que mais matérias tenham sido escritas sobre o fato.

⁹ Todas as manchetes e algumas editorias estão traduzidas do inglês para português (Tradução livre). As editorias que não foram traduzidas possuem nomes específicos e constam em itálico. Ex: *Morning Mix*, *Style Blog*.



16 de dezembro	Seth Rogen e James Franco cancelam ‘Tonight Show,’ ‘Late Night,’ e outras presenças em programas de TV depois de ameaças	<i>Style Blog</i>
16 de dezembro	Por que a Coreia do Norte tem razão em estar irritada sobre o filme <i>The Interview</i>	<i>Morning Mix</i>
16 de dezembro	Sony luta contra <i>hackers</i> que ameaçaram violência nos cinemas que transmitissem <i>The Interview</i>	Economia
16 de dezembro	<i>Hackers</i> da Sony Pictures invocam 11 de setembro enquanto ameaçam cinemas que passam <i>The Interview</i>	Negócios
17 de dezembro	<i>Hackers</i> ameaçam Sony Pictures para protelar lançamento de ‘The Interview’ no Natal	Economia
17 de dezembro	Sony diz a cinemas para transmitirem <i>The Interview</i> . <i>Premiere</i> cancelada.	<i>Morning Mix</i>
17 de dezembro	Atualização: Sony agora arrastou <i>The Interview</i> dos cinemas	<i>ComPost</i>
17 de dezembro	Criminosos vencem novamente: cinemas cancelam exibição de <i>The Interview</i> devido às ameaças de ataque terrorista	Nacional
18 de dezembro	Repercussão do cancelamento de <i>Interview</i> : Obama quer que a gente vá ao cinema	<i>Morning Mix</i>
18 de dezembro	Sony, <i>The Interview</i> e a verdade não dita: todos os filmes são políticos	Estilo
18 de dezembro	Ator que interpreta Kim Jong Un estava louco para atuar um personagem tão importante em <i>The Interview</i>	Style Blog
18 de dezembro	Sony cancelou <i>The Interview</i> : Observe o que acontece quando um filme é liquidado	Style Blog
19 de dezembro	Sony cancelou o release de <i>The Interview</i> . Saiba como ele poderia sair	Estilo
19 de dezembro	O violento e repressivo futuro do cancelamento de <i>The Interview</i> promete está aqui	Opinião
19 de dezembro	Obama: Sony cometeu um erro com a retirada do filme após ciberataque	Política
19 de dezembro	Senador Kirk sugeriu fazer campanha a fim de arrecadar dinheiro para colocar <i>The Interview</i> nos cinemas	Política
19 de dezembro	Intimidação da Coreia do Norte sobre Hollywood não pode ficar sem resposta	Opinião
19 de dezembro	Por que <i>The Interview</i> não é “O grande ditador” do nosso tempo	Mundo
20 de dezembro	Coreia do Norte pede por investigação conjunta com os Estados Unidos sobre ciberataque contra Sony	Ásia/Pacífico
20 de dezembro	Estados Unidos atribui ataque da Sony à Coreia do Norte	Segurança Nacional
22 de dezembro	Sony disputa relatório dizendo que está	Nacional



	disponibilizando <i>The Interview</i> de graça	
23 de dezembro	<i>The Interview</i> : Hora da pipoca no Capitólio?	Política
23 de dezembro	Sony confirma <i>The Interview</i> terá exibições no Dia de Natal	<i>The Switch</i>
23 de dezembro	Donos de cinema pediu a Sony para considerar uma data limite para o lançamento de <i>The Interview</i>	Negócios
23 de dezembro	Democrata quer que exibam <i>The Interview</i> no Capitólio	Política
24 de dezembro	Sony anuncia distribuição online de <i>The Interview</i>	Economia
24 de dezembro	<i>The Interview</i> realmente subverte o regime da Coreia do Norte	<i>Wonkblog</i>
24 de dezembro	Donos de cinema independente desafiam Coreia do Norte com o estilo de Patrick Henry	Nacional
24 de dezembro	Vídeo: Tudo é satirizado em <i>The Interview</i>	Estilo
24 de dezembro	Sony lança <i>The Interview</i> no Google Play, Youtube e Xbox Video	<i>The Switch</i>
24 de dezembro	Análise: <i>The Interview</i> tem algumas risadas e faz alguns pontos, mas não é tão afiado quanto sua reputação sugere	Estilo
24 de dezembro	Eu tenho que ir assistir <i>The Interview</i> agora? Perguntas e respostas	ComPost
24 de dezembro	<i>Hackers</i> inglórios da Coreia do Norte	Opinião
25 de dezembro	Seth Rogen faz surpresas para fãs de Los Angeles exibindo <i>The Interview</i>	Nacional
25 de dezembro	Assista <i>The Interview</i> no Natal, seja por diversão ou patriotismo	Local
25 de dezembro	<i>The Interview</i> inaugura seguida de controvérsia e ciberataque	Estilo de Vida
26 de dezembro	<i>The Interview</i> , Justin Bieber, Amy Adams: três histórias que resumem esse ano na cultura pop	Style Blog
27 de dezembro	Coreia do Norte critica Estados Unidos sobre interrupção de internet e chama Obama de macaco	Ásia / Pacífico
28 de dezembro	Agora um popstar coreano está processando a Sony por causa do filme <i>The Interview</i>	Style Blog
29 de dezembro	Cinemas das redondezas de Washington inauguram <i>The Interview</i> no Natal	Going out Guide
30 de dezembro	Antes da Sony e de <i>The Interview</i> : Esse filme vencedor de uma premiação imaginou o assassinato de George W. Bush	Nacional
31 de dezembro	Quando você estava no cinema este ano, realidade não estava muito longe	Estilo

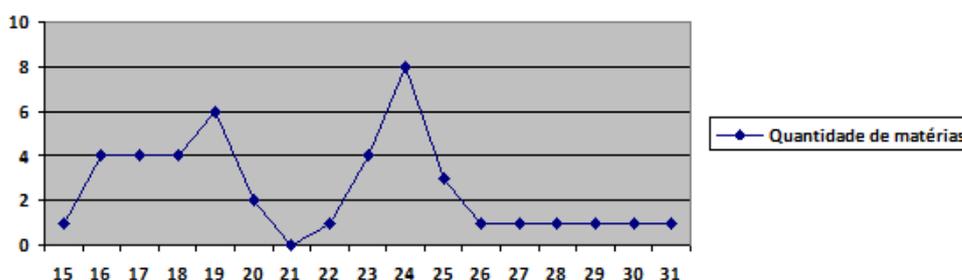


Das 26 editorias presentes na versão virtual do jornal, 17 delas abordaram o fato. Ou seja, 65% das editorias do site atentas ao fato. O número de manchetes por editoria foi o seguinte:

Quantidade	Editorias
5	<i>Style Blog</i> , Estilo, Nacional
4	Opinião, Política
3	<i>Morning Mix</i> , Economia
2	Negócios, <i>ComPost</i> , Ásia/Pacífico, <i>The Switch</i>
1	Mundo, Segurança Nacional, <i>WonkBlog</i> , <i>Going out guide</i> , Local, Estilo de Vida

Por ser um episódio que causou impacto na política, na segurança nacional e nos negócios, é curioso notar que essas três editorias não se encontram em destaque na quantidade de matérias noticiadas. Porém, analisando as manchetes, há exemplos em que outras editorias conotam a notícia com essas características. Como exemplo, há duas manchetes do dia 18 de dezembro com caráter político: a primeira está na editoria *Morning Mix* com o título “Repercussão do cancelamento de *Interview*: Obama quer que a gente vá ao cinema” e a segunda encontra-se na categoria Estilo “Sony, *The Interview* e a verdade não dita: todos os filmes são políticos”.

Na quinzena analisada, 34 matérias foram veiculadas antes de 25 de dezembro, estreia oficial do filme, revelando que o agendamento circulou primordialmente ao redor dos efeitos primários do filme. Os dias com maior impacto foram: 19 de dezembro, com seis matérias, e o dia 24 de dezembro, dia anterior à estreia do filme que chegou a um total de oito matérias relacionadas.



Outro aspecto interessante de notar está ligado à quantidade de matérias factuais. Das 43 manchetes, 26 são factuais, que apenas transcrevem o desenrolar dos fatos entre os atores envolvidos; e 17 matérias abordam o caso por um lado mais opinativo, analítico e/ou comparativo. Desde o dia 16 de dezembro, um dia após o começo da veiculação do problema, já havia matéria que se desvirtuava do factual, como a matéria “Por que a Coreia do Norte tem razão em estar irritada sobre o filme *The Interview*”. No dia 19 de dezembro, quatro dias após o fato, já havia uma matéria concluindo que o filme não causaria tanto impacto quanto o filme “O grande ditador”¹¹, com a manchete “Por que *The Interview* não é “O grande ditador” do nosso tempo”. Vale ressaltar que o filme não havia sido lançado oficialmente no cinema, promovendo, assim, uma conclusão precipitada sobre os efeitos¹² que o filme poderia promover na cultura de massa, pois o espectador já chega aos cinemas com uma imagem programada do que ele deve sentir.

Essa análise quantitativa do objeto captou detalhes relevantes para construir uma reflexão sobre o agendamento online da mídia. Com o recorte quinzenal foi possível olhar mais de perto o quanto o *website* dedicou espaço para o assunto, com produções intensas sobre o fato em diversas editorias, chegando até a oito matérias por dia, cerca de uma matéria a cada três horas, desencadeando, assim, um excesso de produção para manter o leitor atualizado.

O processo e o formato jornalístico interferem diretamente na agenda do jornal, o que acaba por denotar uma diferença muito mais ligada às práticas do que à própria teoria – nesse caso, hipótese- do agendamento.

Como os jornais estão em permanente atualização, não existe «a» edição do dia, como nos jornais impressos. Isso possibilita que diferentes leitores, acessando a mesma página, tenham acesso a informações diferentes. O *webjornalismo* instaura uma heterogeneidade do produto, uma vez que o jornal *online*, a rigor, nunca está finalizado. Essa característica é relevante para a dinâmica de produção das notícias porque permite ao *webjornal* uma interação instantânea com fatos e personagens. Dessa maneira, a atualização constante da informação estabelece uma relação entre o fato noticiado e processos de repercussão imediata. Uma versão sobre um fato pode ser desmentida, complementada ou reafirmada por outros atores,

¹¹ Filme dirigido por Charles Chaplin em 1940, uma comédia dramática que satiriza o nazismo e o fascismo.

¹² Apesar de não ser o foco do trabalho desenvolver reflexões sobre efeitos e recepção, McCombs (2008) também aborda os efeitos que o agendamento atribui sobre o público, provocando influência nas atitudes e opiniões públicas.



permitindo uma comunicação imediata entre os acontecimentos e os personagens neles envolvidos. (BORGES, 2002, p. 222)

O uso de muitas editorias é uma estratégia no agendamento do *Washington Post* para o caso, já que o site utiliza grande parte do seu espaço para alcançar o maior número de leitores possível, mostrando uma equipe disposta em promover a leitura dos artigos a todo custo, mesmo que o leitor não estivesse procurando por isso. Um exemplo seria a inserção da notícia “*The Interview* inaugura seguida de controvérsia e ciberataque” na editoria “Estilo de Vida”, quando se adaptaria melhor em editorias como “Nacional” ou “Política”.

Houve uma preocupação em dar espaço para notícias com caráter analítico e opinativo, como um modo de repercutir cada vez mais o caso e mostrar ao leitor o posicionamento do jornal. Esse é outro ponto que o agendamento em sites pode oferecer ao leitor, uma influência mais forte sobre o que pensar do que os veículos tradicionais, que muitas vezes precisam se ater ao resumo dos fatos do que a reflexões decorrentes sobre um acontecimento.

Com isso, constata-se que na cobertura feita pelo *Washington Post* foi posto em pauta os fatos inerentes ao caso *The Interview* e, além disso, também foi publicado um grande número de notícias sobre o fato que, muito provavelmente, os formatos impresso e audiovisual não priorizam em suas agendas, pois, no formato online, a sistemática de produção é mais veloz e fornece o suporte para a disseminação de mais conteúdo.

NOTAS CONCLUSIVAS

Estudar a hipótese do agendamento em conteúdos online abre uma gama de possibilidades e resultados. O recorte feito por esta pesquisa priorizou o estudo a partir do formato e do modo de produção.

Como não se aprofundou os efeitos causados no receptor e questões sobre o modo de endereçamento, uma sugestão para novas pesquisas sobre agendamento online seria abordar mais especificadamente o público ao qual se destina determinado veículo online, encontrando nos leitores a causa dos veículos abordarem os fatos com múltiplos desdobramentos no formato virtual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BORGES, J. (2002) **Webjornalismo político e a cobertura online das eleições presidenciais de 2002**. Matriz, São Paulo, Vol. 2, Nº 1, 2008.



CASTRO, D.; SOUSA, J. **Agenda-setting e internet: uma análise da produção científica brasileira na área da Comunicação.** Revista Estudos em Comunicação, Universidade da Beira Interior, Portugal, nº 14, dezembro 2013.

DA SILVA JUNIOR, J. A.; Procópio, P. P.; MELO, M.. **Um Panorama da Teoria do Agendamento, 35 anos depois de sua formulação.** Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 31, núm. 2, julho-diciembre, 2008, pp. 205-221

HOHLFELDT, A. **Os estudos sobre a hipótese de agendamento.** Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 7, novembro 1997.

LIMA, R.G. **A Televisão Regional e o Caso Lindemberg: Desdobramentos do Agenda Setting.** XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2009.

JUNIOR, J. A.; PROCÓPIO, P. P.; MELO, M. **Um Panorama da Teoria do Agendamento, 35 anos depois de sua formulação.** Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 31, núm. 2, julho-dezembro, 2008. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69830990011>

MCQUAIL, D.; DE JESUS, C.; PONTE, C. **Teoria da comunicação de massas.** 2003.

SANTOS, N. **Agendamento e Sites de Redes Sociais: Um novo lugar para o cidadão?** XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais. 2011. Disponível em: http://www.xiconlab.eventos.dype.com.br/resources/anais/3/1307749647_ARQUIVO_ninasantos_conlab.pdf

SOARES, W.B. **O agendamento noticioso na Era da Tecnologia: uma análise de como a Agenda Setting interfere nos critérios de noticiabilidade.** 2011.

QUINES, S.O.; AMARAL, M.F. **Agenda - setting na revista Rolling Stone: tematização e focalização nas matérias de capa.** XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 2010.