

Artigo recebido em:  
28.06.2016  
Aprovado em:  
11.01.2017

Luana Meneguelli  
Bonone  
Mestra em Comunicação  
e Semiótica pela PUC-  
SP, integrante do grupo  
de pesquisa Políticas  
e Economia Política  
da Informação e  
Comunicação (Peic), da  
Universidade Federal do  
Rio de Janeiro – UFRJ.  
E-mail: luanabonone@  
gmail.com

# Construção de método para pesquisas de *Frame* *Analysis*

Luana Meneguelli Bonone

## Resumo

Este artigo relata a aplicação da metodologia de enquadramento (*Frame Analysis*) na dissertação “Privatizando a opinião: um estudo sobre enquadramento nas revistas *Veja* e *Carta Capital*”. São discutidos os tipos de enquadramentos (noticiosos ou interpretativos), a escolha da análise de conteúdo como ferramenta, bem como as demais opções metodológicas de análises quantitativa e qualitativa. A principal conclusão deste trabalho é que não há modelos prontos de metodologia para as pesquisas que utilizam *Frame Analysis* no campo da Comunicação. É preciso identificar o tipo de enquadramento que se vai estudar e, a partir dos objetivos da investigação, desenhar o método adequado, com base em ferramentas disponíveis (como a análise de conteúdo).

## Palavra-chave:

*Frame Analysis*; metodologia; análise de conteúdo.

## Abstract

This article exposes the *Frame Analysis* methodology applied to the communication research titled “Privatizing the opinion: a study on framing in magazines *Veja* and *Carta Capital*”. It discusses the framing types (news and interpretative frames), also the choosing of content analysis as a research tool, and the others methodologic options for the quantitative and qualitative analyses. This paper’s main conclusion is that there are no set methodological standards for *Frame Analysis* communication researches. It is necessary to identify the frame type one will study and, in accordance with the research’s goals, construct the suitable method using the tools available (such as content analysis).

## Keywords:

*Frame Analysis*; methodology; content analysis

**A** metodologia de um trabalho de pesquisa é a explicação rigorosa do processo de utilização dos métodos na investigação. Inclui instrumentos utilizados, período temporal compreendido, formas de sistematização e tratamento dos dados, enfim, de tudo aquilo que se utilizou no desenvolvimento da pesquisa. Cabe ressaltar que a metodologia se refere a mais do que um conjunto de métodos. Trata-se dos pressupostos filosóficos que fundamentam uma pesquisa. Nas pesquisas recentes em Comunicação, tem sido bastante utilizado o conceito de *Frame Analysis* (enquadramento) para entender o processo de produção das notícias e sua relação com a cultura e com a política em uma determinada sociedade. Entretanto, a metodologia a ser desenvolvida em cada pesquisa depende da precisa apreensão do conceito e eficiente relação deste com as opções metodológicas.

O presente artigo tem por objetivo contribuir com as pesquisas que realizam análise de enquadramento (*frame analysis*), apresentando a metodologia utilizada na investigação que deu origem à dissertação “Privatizando a opinião: um estudo sobre enquadramento nas revistas *Veja* e *Carta Capital*”. Este texto traz um debate acerca do papel do jornalismo na disputa de hegemonia na sociedade, tendo por tema as privatizações no Brasil. Para estudar a relação entre jornalismo e disputa de ideias, a *Frame Analysis* foi identificada como um instrumento atual e complexo que oferece uma ampla gama de opções metodológicas para que o próprio pesquisador estruture sua proposta de investigação – a qual deve ser coerente e rigorosa. Exatamente por esta característica, consideramos que o detalhamento do processo de construção da metodologia de análise realizado pode contribuir com a elaboração de modelos por parte de outros pesquisadores no desenrolar de suas pesquisas. Para tanto, o primeiro passo é justamente apresentar o que se chama de enquadramento (*frame*).

## Marco teórico: conceito de enquadramento (*frame*)

A principal referência do conceito de *frame* (traduzido como “enquadramento”) nas Ciências Humanas é Erving Goffman (1974), sobretudo por sua obra “*Frame analysis: an essay on the organization of experience*”. Entretanto, o conceito foi originalmente proposto por Gregory Bateson, em estudos sobre interação, no campo da psicologia. O autor intenta explicar como as interações ocorrem com base em quadros de sentido que moldam os comportamentos (interpretações e ações) daqueles atores envolvidos<sup>1</sup>. Mauro Porto (2002) explica, ainda, que o conceito ganhou atenção nesta área do conhecimento em especial pelos estudos realizados por Kahneman e Tversky (1984, 1986)<sup>2</sup>. A partir da leitura desses estudos, conclui-se que “enquadramentos são, portanto, importantes instrumentos de poder.” (PORTO, 2002, p. 5).

Goffman traz o conceito para as Ciências Sociais, tendo por foco da sua pesquisa as pequenas interações cotidianas que sistematizam a experiência dos sujeitos no mundo, conforme sua maneira de definir o que são enquadramentos e do que se trata *Frame Analysis*:

E, claro, muito uso será feito do emprego de Bateson do termo “*frame*”. Suponho que as definições de uma situação são construídas de acordo com princípios de organização que governam eventos – pelo menos os sociais – e nosso envolvimento subjetivo neles; *frame* é a palavra que eu uso para esses elementos básicos como eu sou capaz de identificar. Essa é a minha definição de *frame*. Minha frase “*frame analysis*” é um slogan para se referir ao exame desses termos de organização da experiência. (GOFFMAN, 1986, pp. 10-11, tradução nossa)<sup>3</sup>.

O autor desenvolve ainda subcategorias do conceito, como quadros primários (construídos social e contextualmente), *keys* (chaves que possibilitariam

<sup>1</sup> A respeito da utilização do conceito de enquadramento desde Bateson até as pesquisas atuais a respeito da produção noticiosa no Brasil, conferir Mendonça e Simões (2012).

<sup>2</sup> Referências utilizadas por Mauro Porto (2002): KAHNEMAN, Daniel e TVERSKY, Amos. *Choices, values, and frames*. *American Psychologist*, vol. 39, n. 4, 1984. pp. 341-350. KAHNEMAN, Daniel e TVERSKY, Amos. *The framing of decisions and the psychology of choice*. *Science, New Series*, vol. 211, n. 4481, jan. 1986, pp. 453-458.

<sup>3</sup> Texto original: “And of course much use will be made of Bateson’s use of the term ‘*frame*’. I assume that definitions of a situation are built up in accordance with principles of organization which govern events – at least social ones – and our subjective involvement in them; *frame* is the word I use to such of this basic elements as I am able to identify. That is my definition of *frame*. My frase ‘*frame analysis*’ is a slogan to refer to the examination in these terms of the organization of experience”.

alteração do quadro primário) e *footing* (posicionamento do sujeito diante de uma determinada situação). Nas palavras de Ricardo Fabrino Mendonça e Paula Guimarães Simões, que desenvolveram importante trabalho sobre a trajetória do conceito de *frame*,

Como se nota, em Goffman, os *frames* não são estratégias simplesmente construídas por atores sociais para influenciar seus interlocutores. Trata-se de uma estrutura de sentido processualmente delineada por meio do encontro de sujeitos em uma situação. Para o sociólogo, os atores não são completamente livres e independentes no engajamento interacional. (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p. 190).

Trazido para as Ciências Sociais, os teóricos passaram a se apropriar e trabalhar com o conceito no campo da Comunicação (e em muitos outros). A socióloga Gaye Tuchman foi a primeira a propor que as notícias carregam em si enquadramentos que definem e constroem a realidade. Tuchman concebe a notícia como uma “ação negociada”, estruturada em torno do enquadramento dado às escolhas feitas (o que noticiar, como, quando, com que fontes etc.) (TUCHMAN, 1993). Os estudos de como os indivíduos organizam suas experiências no mundo, como produzem “quadros de sentido” (GOFFMAN, 1974), no campo da Comunicação – em especial no jornalismo – ganhou papel de destaque há pouco mais que 30 anos. O primeiro a apresentar uma definição mais sistemática de enquadramento foi Todd Gitlin, para quem os enquadramentos dos meios de comunicação são padrões de apresentação, seleção, ênfase e exclusão que organizam o mundo para os jornalistas e também para os receptores das notícias (PORTO, 2002).

O grupo de pesquisadores encabeçado por William Gamson viria inaugurar e posteriormente consolidar uma tradição de estudos sobre enquadramentos da mídia em relação com a cultura po-

lítica. Robert Entman é o primeiro a fazer uma revisão sistemática dos estudos sobre enquadramentos da mídia e identifica como eles fazem parte do processo de produção de notícias. Em um interessante estudo acerca dos observatórios de mídia e a utilidade do conceito de enquadramento para embasar as críticas de mídia no Brasil, Danilo Rothberg segue a lógica de Entman e identifica como o conceito pode ajudar a entender os enquadramentos como parte do processo de produção das notícias e não como manipulação simplista:

[...] abraçar a noção de enquadramento implica evitar julgamentos que atribuem, a uma suposta intencionalidade de jornalistas e editores, a feição que uma dada matéria vem a assumir. Nesse contexto, as apropriações de sentido, construídas a partir das inevitáveis escolhas implícitas na produção de uma simples pauta, deixam de ser consideradas fruto de manipulação deliberada. Ao invés, eles passam, de acordo com as mais recentes tendências de estudo de mídia, a ser tidas como resultado de esquemas de pensamento arraigados como *habitus* sob fórmulas consagradas por padrões de produção da notícia. (ROTHBERG, 2007, s/p).

Assim, em contraposição a teorias da comunicação conspiratórias ou mesmo de cunho maniqueísta, o conceito de enquadramento ajuda a superar alguns limites teóricos, como o reducionismo das pesquisas pragmáticas, por exemplo, por mais que estas tenham dado também uma importante contribuição ao estudo da recepção. Dessa maneira, o autor sistematiza o conceito de *frame* aplicado ao jornalismo de maneira bastante precisa:

Na prática jornalística, um enquadramento (*framing*) é construído através de procedimentos como seleção, exclusão ou ênfase de determinados aspectos e informações,

de forma a compor perspectivas gerais através das quais os acontecimentos e situações do dia são dados a conhecer. Trata-se de uma ideia central que organiza a realidade. (ROTHBERG, 2007, s/p).

<sup>4</sup> *Texto original: “frames reside in the specific properties of the News narrative that encourage those perceiving and thinking about events to develop particular understandings of them”.*

O conceito de enquadramento para tratar das interações sociais e em especial da Comunicação representa, portanto, uma importante contribuição para os estudos em Comunicação (seja no âmbito da produção de informação/enunciados/discursos, seja na interação ou na recepção). Tal contribuição se localiza justamente na possibilidade de dialogar com o complexo universo do imaginário de uma sociedade, respeitando a pluralidade de construções sociais, culturais, históricas e toda sorte de valores presentes nela, e que fazem parte da constituição dos indivíduos. Todo este arcabouço e mais uma infinidade de injunções do cotidiano compõem a visão de mundo dos indivíduos, instituições, atores sociais etc. O papel cumprido pelas instituições de imprensa no Brasil, em geral, contribuem pouco para um debate público plural, informativo (com qualidade de informação), promotor das diferentes expressões presentes em um determinado contexto social. Por este motivo, a tendência é que os estudos apontem a responsabilidade dos veículos, editores ou mesmo dos jornalistas enquanto profissionais pelas ideias – geralmente monocromáticas – expressas nas reportagens. Em contrapartida, Elton Antunes avalia que:

O jornalista, quando identifica um evento noticiável, mobiliza uma cadeia de percepções, que vão do repertório da sua experiência individual até as molduras produzidas à escala da sua comunidade interpretativa profissional e àquelas molduras pré-definidas no âmbito do meio em que trabalha (editorias, linha editorial, linguagem do veículo, etc.). (ANTUNES, 2009, p. 86).

Não se trata, é claro, de isentar as instituições de comunicação pelo seu papel de reforçar determinadas ideias hegemônicas, afinal, “quadros (*frames*) residem nas propriedades específicas da narrativa noticiosa que incentivam aqueles que percebem e pensam sobre eventos a desenvolver uma compreensão particular deles.” (ENTMAN, 1991, p. 7, tradução nossa)<sup>4</sup>. Pelo contrário, trata-se de compreender este processo dentro de uma teia complexa de valores, relações, interesses etc. Dessa forma, o estudo dos enquadramentos em mídia constitui tema particularmente interessante quando trata do jornalismo político:

O conceito de enquadramento tem sido amplamente empregado por estudiosos de psicologia, ciência política e estudos de comunicação. Na pesquisa em comunicação política, o enquadramento tem sido representado como um processo pelo qual uma fonte (uma matéria de TV ou jornal impresso, ou talvez um único indivíduo) define o problema essencial ao enfatizar um assunto social ou político em particular, e delinea um conjunto de considerações que figuram como relevantes para aquele assunto. (NELSON, OXLEY E CLAWSON, 1997, p. 222).

Todavia, para que sejam desenvolvidos estudos consistentes em Comunicação, é importante conhecer o debate a respeito deste conceito no Brasil, incluindo sistematizações que apresentam desdobramentos e classificações que servem como ferramentas de pesquisa.

### **Enquadramentos noticiosos e interpretativos**

Neste contexto, é especialmente relevante o trabalho de Mauro Porto (2002), que apresenta uma sistematização do conceito para os estudos de mídia e política no Brasil. Porto faz um apanhado de estudos de enquadramento de mídia e política no Brasil e apresenta uma contribuição teórica para futuros

estudos, com uma descrição das etapas a serem vencidas e a apresentação de uma série de recomendações a serem seguidas para o desenvolvimento de uma pesquisa utilizando o conceito. Embora bastante elucidativo, o texto passa longe de ser esquemático e promove uma rica discussão teórica sobre o tema. Tendo como referência as categorias definidas por esse autor, o tipo de enquadramento analisado na pesquisa “Privatizando a opinião: um estudo sobre enquadramento nas revistas *Veja* e *Carta Capital*” é o noticioso. Significa que os textos de notícias foram o alvo de análise. Ou seja, trata-se de uma análise do “ângulo da notícia”, como se expressa no jargão profissional: “enquadramentos noticiosos são padrões de apresentação, seleção e ênfase utilizados por jornalistas para organizar seus relatos.” (PORTO, 2002, p. 15).

Outra possibilidade seria a análise de enquadramentos interpretativos – que exigiria a análise de discursos presentes na sociedade para além daqueles presentes nas reportagens. Entretanto, o objetivo era identificar como os veículos enquadram o tema privatização a fim de disputar hegemonia na sociedade, portanto, a análise de enquadramento noticioso apresentou-se como a mais adequada para a pesquisa.

Conforme alerta James Tankard, caso a definição de possíveis enquadramentos não seja absolutamente sistemática, o pesquisador tende a encontrar os enquadramentos que estava, consciente ou inconscientemente, procurando. O autor defende, ainda, que uma das principais formas de se chegar aos enquadramentos utilizados é a análise de termos, frases e repetições presentes nos textos a serem estudados (TANKARD, 2001). Afinal, parte-se do pressuposto de que as notícias são formadas por palavras e imagens, passíveis de serem mapeadas:

[...] uma vez que a narrativa, afinal, consiste em nada mais do que palavras e imagens, os quadros podem ser detectados por sondagem de palavras particulares e imagens visuais que consistentemente apa-

recem em uma narrativa e transmitem constantes significados temáticos através das mídias e do tempo. (ENTMAN, 1991, p. 7, tradução nossa)<sup>5</sup>.

Isto posto, passa-se à apresentação do método de análise de conteúdo.

### **Análise de conteúdo: uma ferramenta**

O método de análise das reportagens foi a análise de conteúdo, seguindo a tendência dos estudos recentes sobre enquadramento. Esse é um método de tratamento e análise de informações colhidas dos textos por meio de técnicas de coleta de dados. Aplica-se a textos noticiosos, quaisquer textos escritos e também à comunicação oral ou visual pertencente a um texto. O método pressupõe uma leitura crítica do significado das mensagens, seu conteúdo expresso ou velado, ou seja, o que está dito e também o que está implícito ou mesmo disfarçado.

Embora bastante utilizada, a análise de conteúdo sofre críticas. Isso ocorre porque embora haja diferentes formas de aplicação do método, todas pressupõem uma análise quantitativa, e as críticas dizem respeito à insuficiência presente em pesquisas que listam os termos repetidos. Entretanto, Herscovitz (2007) explica que a análise de conteúdo reúne elementos quantitativos e qualitativos – como, efetivamente, é feito em diversos estudos –, o que a torna mais completa.

Certamente nenhum método será completo e livre de lacunas ou limites, mas, como ressalta Herscovitz (2007), os métodos bem conduzidos e construídos levam o pesquisador a responder à hipótese de pesquisa constituída. Coube, portanto, definir as unidades de análise e as categorias nas quais elas foram divididas.

As unidades de análise foram reportagens das revistas *Veja* e *Carta Capital* selecionadas a partir daquelas produzidas sobre o tema privatização, nos períodos que vão de janeiro de 1996 a dezembro de 1998 e de janeiro de 2005 a dezembro de 2007. No recorte definido, as reportagens que tratam de alguma maneira do tema das privatizações

<sup>5</sup> *Texto original: “since the narrative finally consists of nothing more than words and pictures, frames can be detected by probing for particular words and visual images that consistently appear in a narrative and convey thematically constant meanings across media and time”.*

foram reunidas para análise. Com a identificação de um *corpus* volumoso, decidiu-se estipular critérios mais específicos – mantendo-se o recorte temporal, de forma a ter o mesmo número de reportagens analisadas por revista e por período. Desta forma, chegou-se à categorização de notícias: a) que tratam do tema das privatizações como foco principal da matéria; b) que expressem um enfoque de posicionamento ou avaliação em relação a privatizações.

Editoriais, notas, artigos, entrevistas e quaisquer textos que não configurassem reportagens não foram considerados, visto que as reportagens trazem o enquadramento essencialmente jornalístico, o qual a pesquisa “Privatizando a opinião: um estudo sobre enquadramento nas revistas *Veja* e *Carta Capital*” se propôs a estudar. Foram analisados todos os elementos do texto das reportagens: títulos, linhas finas, olhos<sup>6</sup>, legendas, fotografias, gráficos, imagens em geral e todos os elementos de escrita.

A escolha do período entre 1996 e 1998 se justifica pelas privatizações ocorridas no país em 1997, com destaque para a privatização da Companhia Vale do Rio Doce e também das companhias telefônicas; e os textos veiculados entre 2005 e 2007 serão analisados em função do segundo turno das eleições presidenciais de 2006, em que o debate sobre as privatizações no Brasil foi a principal pauta política discutida pelos candidatos e pela sociedade.

Embora a análise seja em torno do tema, a escolha de períodos em que há fatos noticiosos se faz necessária pelo próprio comportamento da imprensa: “*Frames* episódicos prevalecem sobre enquadramentos temáticos, conforme a diferenciação de Traquina (2004) entre notícias orientadas para acontecimentos e orientadas para temáticas.” (ANTUNES, 2009, p. 96).

### **Metodologia: construindo as análises quantitativa e qualitativa**

O primeiro processo de análise desenvolvido foi quantitativo, envolvendo análise espacial (que considera o espaço

utilizado pelos veículos para publicação dos textos), seguida de análise ênfase (o que aparece em destaque nos textos) e análise de conteúdo quantitativa. Quanto às categorias constitutivas dessa análise, foram consideradas as inclinações favoráveis e desfavoráveis a elementos importantes que se relacionam ao debate do desenvolvimento nacional e de privatização: Estado, empresas estatais, processo de privatização, governo Fernando Henrique Cardoso, governo Lula, candidatos Lula e Alckmin (em 2006).

A segunda categorização utiliza análise de contingência ou associativa, em que se analisa de que forma os termos se organizam no texto, ou seja, o que se associa a quê. Foram considerados, assim, os termos que aparecem associados à privatização, assim como a relação deste termo com elementos que dizem respeito ao desenvolvimento nacional ou a elementos do contexto do processo de privatizações na segunda metade da década de 1990: privatização e desenvolvimento nacional (e noções como progresso e retrocesso); privatização e neoliberalismo; privatização e modernização; corrupção e processos de privatização; privatização e eleições.

A terceira categorização diz respeito a quem ganha e quem perde com o processo de privatizações, de acordo com o enquadramento de cada veículo. A quarta e última categorização identificou a definição de privatização de cada veículo e também a avaliação do processo de privatizações da segunda metade da década de 1990, assim como a constatação de como cada veículo entende o papel do Estado na economia. Foi percebida, ainda, presença ou ausência de vozes contrárias às respectivas linhas editoriais nas matérias de cada veículo e, por fim, há um tópico específico sobre as “recomendações” de *Veja* à sociedade. Para dar concretude ao método, no próximo tópico será apresentado o *corpus* de pesquisa.

### **Definição do corpus**

Foram selecionadas 28 matérias e três retrancas, de acordo com os critérios

<sup>6</sup> Olho: citação, frase ou mesmo um trecho do texto que se coloca em posição destacada na página, em geral pelo tamanho da fonte, podendo ter diferença de cor, moldura, etc. (Disponível em: <<http://migre.me/qTnO>>. Acesso em: 17 de fevereiro de 2016).

definidos e já apresentados. A partir de levantamento realizado, em um total de 154 edições de *Veja* publicadas de 1996 a 1998, foram encontradas 70 matérias em que as privatizações foram abordadas. Este processo foi feito por meio de leitura dos índices da revista e, sempre que necessário, leitura da linha fina<sup>7</sup> ou lide<sup>8</sup> da matéria. Após o primeiro processo de seleção, foi pesquisada a presença do termo privatização (ou derivados) ou o termo leilão no chapéu<sup>9</sup>, título, linha fina ou na chamada de capa das matérias e revistas, tendo sido encontradas 24 matérias. Em seguida foram lidos os lides dessas matérias, e foi identificado que as mesmas 24 tinham foco no tema das privatizações. Quanto ao enfoque de posicionamento em relação às privatizações ou avaliação do processo, 14 matérias – e uma retranca – se encaixaram no critério. Este último processo de seleção requereu a leitura do lide e, em alguns casos, da matéria inteira.

Já no período de 2005 a 2007, nas 160 revistas analisadas – incluindo edições especiais – foram identificadas 20 matérias que trataram de privatizações, das quais cinco continham o termo privatização – ou derivado – ou o termo leilão no chapéu, título, linha fina ou na chamada de capa; duas dessas tinham foco no processo de privatizações, ambas contendo posicionamento ou avaliação a respeito, encaixando-se, assim, nos critérios. Nenhuma das duas foi matéria de capa, embora uma capa e duas chamadas de capa tenham sido de matérias que abordaram o tema das privatizações no período. Assim, a proporção de reportagens publicadas pela revista *Veja* entre 1996 e 1998 é significativamente maior que no outro período analisado (2005 a 2007).

Utilizando os mesmos critérios e os mesmos procedimentos de seleção, foram encontradas nos 73 números da revista *Carta Capital* 48 reportagens que trataram do tema das privatizações. Dessas, 25 matérias continham o termo privatização (ou derivados) ou com o termo leilão no chapéu, título, linha fina ou chamada, método utilizado para facilitar a busca por matérias com foco no tema das

privatizações. Após leitura da linha fina, foram identificadas 17 matérias com foco no tema, sendo 10 dessas – e uma retranca – com enfoque em posicionamento ou avaliação do processo de privatizações no Brasil sendo, dessas, duas matérias de capa e uma com chamada na capa. Foram identificadas, ainda, um total de nove reportagens de capa com matérias que tratavam das privatizações.

O mesmo processo foi aplicado no período 2005 a 2007 da revista *Carta Capital* e foram encontradas, em 155 edições<sup>10</sup> da revista, nove matérias que abordaram o tema privatizações, sendo que cinco delas continham o termo privatização (ou derivados) ou o termo leilão no chapéu, título, linha fina ou chamada de capa. Dessas, quatro tinham o foco nas privatizações, com posicionamento ou avaliação a respeito do processo e nenhuma mereceu capa – apenas uma foi chamada de capa. Neste período, além dessa chamada de capa que foi analisada, a revista teve apenas duas capas de matérias que trataram do tema privatizações. Seguindo a mesma tendência que a revista *Veja*, a revista *Carta Capital* publicou um número maior de reportagens sobre o tema das privatizações no primeiro período analisado do que no segundo.

Dessa forma, a pesquisa foi feita em 542 revistas, nas quais foram identificadas 147 matérias que trataram de privatizações. Um primeiro processo de seleção identificou 59 matérias que continham o termo privatização ou derivado ou mesmo o termo leilão no chapéu, título, linha fina ou na chamada de capa. O segundo processo de seleção foi feito a partir da leitura do lide das matérias: foram identificadas 48 matérias com o foco nas privatizações, das quais 28 delas – e três retrancas – tinham como enfoque um posicionamento ou avaliação do processo de privatizações. Assim, 28 matérias e três retrancas constituem o *corpus* desta pesquisa.

Uma observação importante é a prioridade dada ao tema por cada uma das revistas analisadas nos períodos considerados. Em que pese a diferença de número de edições publicadas no

<sup>7</sup> A linha fina, ou subtítulo, exerce a função de passar uma informação sucinta para que o leitor identifique do que se trata o texto em questão, em geral completando o título. (Disponível em: <<http://migre.me/qTTnO>>. Acesso em: 17 de fevereiro de 2016).

<sup>8</sup> Termo aportuguesado para o original lead, de origem estadunidense. Trata-se de um modelo de escrita do primeiro parágrafo de uma notícia que busca passar as principais informações respondendo às perguntas “o quê, por quê, quando, como, onde e quem”. O resultado do escrito a partir dessas respostas é o que se chama de “pirâmide invertida”: em que as informações mais relevantes acerca do fato apurado se concentram no primeiro parágrafo do texto. (Disponível em: <<http://migre.me/qTTnO>>. Acesso em: 17 de fevereiro de 2016).

<sup>9</sup> Pequena informação localizada acima do título, geralmente uma ou duas palavras relacionadas ao assunto da matéria em questão. (Disponível em: <<http://migre.me/qTTnO>>. Acesso em: 17 de fevereiro de 2016).

<sup>10</sup> A diferença de número de edições entre os dois períodos reside no fato da *Carta Capital* ter começado a ser publicada mensalmente, da sua fundação em 1994 até março de 1996. Desta data a agosto de 2001, a *Carta Capital* circulou com periodicidade quinzenal, só então passando a se tornar um veículo semanal.

primeiro período favorecer um número maior de matérias na revista *Veja*, a tendência se repete no período de 2005 a 2007, quando ambas revistas são sema-

nais. Apresentado o processo de definição do *corpus*, cabe identificar as matérias selecionadas, que seguem listadas no quadro 1.

**Quadro 1 – Matérias com posicionamento/avaliação das privatizações, por período**

Período	Data	<i>Carta Capital</i>	Data	<i>Veja</i>
1996-1998	29/03/96	O filão dos equipamentos	29/05/96	A volta da velha senhora
	29/05/96	É tão verde esta Vale	24/07/96	A linha ficou livre
	24/07/96	Mais eletricidade na atmosfera	09/04/97	Leilão Amazônico
	19/03/97	Canção de ninar	16/04/97	Uma virada na economia brasileira
	25/06/97	O banquete dos gigantes	25/06/97	Caiu a ficha
	20/08/97	Ferramenta de valor	06/08/97	Sujeira sob o tapete
	15/04/98	A mãozinha do Estado	13/08/97	Risco privado
	22/07/98	Ligação a cobrar	28/01/98	Dinheiro na mão
	22/07/98	Inteligência sai de campo*	04/02/98	Conversa fácil
	19/08/98	Conexão das teles	17/06/98	A maior do mundo
	25/11/98	Sob suspeita	29/07/98	13 500 000 000
	--	--	29/07/98	As armas contra as liminares*
	--	--	05/08/98	22 bi no bolso
2005-2007	09/03/05	Sobrou a conta	18/10/06	Vivam as privatizações
	09/03/05	O sucesso da Vale*	--	--
	23/03/05	A ressaca neoliberal	01/11/06	O salto da Vale
	19/04/06	Negócios fora dos trilhos	--	--
	04/04/07	Caninos afiados	--	--

Fonte: Quadro elaborado a partir dos dados colhidos em *Veja* e *Carta Capital*. \*Retranças.

Tratam-se, portanto, de 14 matérias e uma retranca da *Carta Capital* – 10 matérias e uma retranca do período de 1996 a 1998 e quatro matérias e uma retranca do período de 2005 a 2007. Da revista *Veja*, foram analisadas também 14 matérias e uma retranca, sendo 12 reportagens e uma retranca do período 1996 a 1998 e mais duas matérias do período 2005 a 2007. Apresentado o corpus e o processo metodológico que resultou na seleção dessas matérias, passou-se à análise de conteúdo.

### Resultados

Concluído o processo de análise, os objetivos da pesquisa<sup>11</sup> foram cumpridos, quais sejam: a) identificar se há pluralidade na cobertura desenvolvida pelos veículos; b) descrever o conceito de privatização presente em cada um dos veículos analisados; c) identificar as coincidências e diferenças presentes no enquadramento

dado ao tema privatizações nas duas revistas; e d) identificar o posicionamento de cada veículo em relação ao tema.

Em relação ao primeiro objetivo listado, após investigação foi observado que não há pluralidade na cobertura jornalística das duas revistas semanais, *Veja* e *Carta Capital*, que se situam em campos de opinião contrários. Pela análise dos textos, ambos os veículos se valeram de matérias com uma única opinião ao longo de todo o processo. Não houve espaço para o contraditório e muito menos para um debate público real, capaz de fornecer elementos a um debate democrático saudável, que pudesse ser informativo e formativo do público leitor. O que houve de contraditório foi pouco significativo diante do conjunto, e a opinião contrária, quando apareceu, absolutamente todas às vezes, foi seguida de ataque a ela. Contudo, cabe destacar que a linha editorial de *Carta Capital*, em si,

<sup>11</sup> Aqui estamos nos referindo aos objetivos da pesquisa original, que deu origem à dissertação de mestrado da autora. Tais objetivos diferem daqueles do presente artigo, devidamente apresentados no Resumo e na Introdução (mais especificamente na página 2).



representa um contraponto no contexto da mídia brasileira.

Quanto ao objetivo de descrever o conceito de privatização presente em cada um dos veículos analisados, foram levantadas as noções relativas ao termo privatização em cada revista, entretanto, nenhuma das duas efetivamente debateu o conceito a respeito do qual se falava. Há apenas algumas indicações e um debate tímido em *Carta Capital* sobre modelos de privatização.

Quanto às coincidências e diferenças presentes do enquadramento dado ao tema privatizações nos veículos, foi possível identificar pontos convergentes nos discursos dos dois veículos, ainda que suas linhas editoriais sejam muito díspares. A análise qualitativa das reportagens identificou, por exemplo, que as opiniões presentes nas duas revistas convergem na compreensão de que a compra de estatais é um bom negócio para os compradores. A divergência se localiza em identificar se, da forma como foram conduzidas as vendas de estatais no Brasil, o resultado seria bom também para o Estado e para a população. A revista *Veja* se consolidou como defensora dos grandes negócios globalizados e da entrada de vultosos investimentos estrangeiros no país, apresentando dados, estudos e exemplos sobre a melhoria dos serviços provocados pelas privatizações. A análise quantitativa identificou, ainda, que os dois discursos assumem a existência de relação entre privatização e modernização ou globalização.

Foi possível, ainda, identificar que o enquadramento realizado pela revista *Veja* é pró-privatizações, enquanto o enquadramento do semanário *Carta Capital* se apresentou como antiprivatizações, grosso modo. Entretanto, o debate presente neste último veículo é crítico ao processo de privatizações em curso, mas defende o modelo aplicado em países da Europa. Embora tal posicionamento tenha aparecido explicitamente em uma ou duas passagens, o quase insignificante número de incidências e ausência de qualquer espaço de destaque o tornaram pouco importante no discurso de revista. O viés principal defendido pela publica-

ção foi a defesa do nacional.

### Conclusões

O processo de pesquisa permitiu compreender, ao menos em parte, os meandros existentes em uma notícia que compõe uma tessitura com outras matérias acerca de um mesmo tema. As contradições e posições pouco expressas (ou não expressas) aparecem em linhas ou parágrafos, de maneira a formar um quadro que nem sempre é exposto ao receptor da mensagem (o qual é também produtor de sentido).

Neste fascinante universo da polêmica e de posições ora firmes, ora veladas, a escolha da *Frame Analysis* como metodologia, assim como seu desdobramento em uma aplicação de análise de conteúdo desenhada especificamente para a pesquisa realizada, foi fundamental para que se chegasse aos resultados obtidos. Esta é a conclusão mais importante do presente artigo: não há modelos prontos de metodologia para as pesquisas que utilizam *Frame Analysis* no campo da Comunicação. É preciso identificar de maneira precisa o tipo de enquadramento que se vai estudar e, a partir dos objetivos da investigação, desenhar o método mais adequado, com base em ferramentas disponíveis (como a análise de conteúdo).

Ao descrever o processo como a metodologia foi utilizada de maneira a que se pudesse construir um método próprio para a análise proposta, pretende-se contribuir com a compreensão de que os métodos não são herméticos. Dessa maneira, conhecer as possibilidades listadas no levantamento bibliográfico feito para a pesquisa “Privatizando a opinião: um estudo sobre enquadramento nas revistas *Veja* e *Carta Capital*”, bem como as motivações que levaram à definição das opções metodológicas implementadas, são uma forma de desvendar o processo de pesquisa realizado, oferecendo elementos para o rico e necessário debate a respeito das pesquisas de enquadramento no campo da comunicação no país.

O caminho percorrido trouxe novas perguntas (elemento inexorável do

processo de investigação). Que os próximos desafios levem a questões que ajudem dissecar de forma mais profunda o complexo campo da Comunicação, tão essencial à humanidade quanto o próprio caminhar.

---

## Referências Bibliográficas

- ANTUNES, Elton. Enquadramento: considerações em torno de perspectivas temporais para a notícia. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, pp. 85-99, dez. 2009.
- BONONE, Luana Meneguelli. **Privatizando a opinião**: um estudo sobre enquadramento nas revistas Veja e Carta Capital. Dissertação de Mestrado. Programa de Comunicação e Semiótica da PUC-SP, 2013.
- ENTMAN, Robert. Framing U. S. Coverage of international News: contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents. **Journal of Communication**, vol. 48, n. 4, pp. 06-27, 1991.
- GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**. 2. ed. Boston: Northeastern University Press, 1986. Primeira edição em 1974.
- HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C. e BENETTI, M. (org) **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- MENDONÇA, Ricardo Fabrino e SIMÕES, Paula Guimarães. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais (RBCS)**, vol. 27, n. 79, pp. 187-201, jun. 2012.
- NELSON, Thomas, OXLEY, Zoe e CLAWSON, Rosalee. Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. **American Political Science Review**, vol. 91, n. 3, pp. 567-583, 1997.
- PORTO, Mauro. Enquadramentos da Mídia e Política. In: XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS), 2002, Caxambu. **Anais do XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS)**. Caxambu: Anpocs, 2002. Disponível em: <[http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=4400&Itemid=217](http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=4400&Itemid=217)>. Acesso em: 17 fev. 2016.
- ROTHBERG, Danilo. Enquadramento e metodologia de crítica de mídia. In: 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2007, Aracaju. **Anais do 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, 2007. Aracaju: Intercom, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-0926-1.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2016.
- TANKARD, J. W. The Empirical Approach of the Study of Media Framing. In: REESE, D.S.; GANDY, O.H.; GRANT, A.E. (orgs.). **Framing Public Life**. Perspectives on media and our understanding of the social world. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalimos: Questões, Teorias e Estórias**. Lisboa: Vega, 1993. pp. 74-90.