

## APROXIMAÇÕES CONCEITUAIS ENTRE O FRAMING E O JORNALISMO CULTURAL

*Thays Assunção Reis*<sup>1</sup>

*Sérgio Luiz Gadini*<sup>2</sup>

---

**RESUMO:** A partir da contribuição teórica do *framing* para os estudos em comunicação, o presente artigo busca traçar algumas aproximações entre a teoria do enquadramento (*framing*) e o jornalismo cultural. Partimos de apontamos conceituais sobre jornalismo cultural seguido por um estudo exploratório dos conceitos de *framing* e suas abordagens nas pesquisas em comunicação, e, particularmente, nos estudos de jornalismo. Com base neste estudo verificou-se que a teoria do *framing* possibilita conhecer os tipos de ações interpretativas que os jornalistas e as organizações jornalísticas realizam para enquadrar processos culturais. Além disso, observou-se que a noção de cultura presente na produção jornalística é uma forma particular de enquadramento.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Framing; Jornalismo cultural; Jornalismo; Comunicação.*

**ABSTRACT:** From the theoretical contribution of the framing for studies in communication, this article seeks to find some similarities between the theory of framing (*framing*) and the cultural journalism. We start from conceptual notes about cultural journalism followed by an exploratory study of the concepts of framing and its approaches in research in communication, and particularly in journalism studies. Based on this study it was found that the theory of framing allows knowing the types of interpretive actions that journalists and news organizations perform to frame cultural processes. Besides that, it was observed that the notion of culture in the journalistic production is a particular form of framework.

**KEYWORDS:** *Framing; Cultural journalism; Journalism; Communication.*

---

<sup>1</sup> Mestranda em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação e professor do Mestrado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa.

## INTRODUÇÃO

Os estudos de enquadramento na comunicação inspiraram-se em pesquisas psicológicas e sociológicas sobre como o ser humano apreende a realidade ao seu redor. O antropólogo Gregory Bateson foi o primeiro a empregar o conceito de *frame*, em 1955, para definir os quadros de interpretação – marcos – usados pelas pessoas no processo de classificação e organização de suas experiências de vida. “Para Bateson, los marcos son instrumentos de la psique, con los que se ahonda en las diferencias que encontramos en las cosas<sup>3</sup>” (SÁBADA, 2007, p. 31).

Anos mais tarde, o sociólogo Erving Goffman, na obra *Frame Analysis* (1974), retoma o conceito de marcos usado por Bateson para explicar como ocorre a organização dos acontecimentos, não apenas no nível individual, mas associada às interações sociais. Para Goffman (1974),

a definição de uma situação é construída em concordância com princípios de organização, os quais governam os acontecimentos – pelo menos os sociais – e o nosso envolvimento subjetivo neles; “frame” é a palavra que utilizo para me referir a tais elementos básicos (GOFFMAN 1974, *apud* GONÇALVES, 2005, p. 158).

Ainda em suas pesquisas, Goffman aponta um dos casos mais comuns do emprego do *frame*: quando as pessoas, em geral, estão diante de uma situação e perguntam “o que está acontecendo aqui?”, a resposta é formulada a partir de um *frame* que dá o sentido àquela realidade. Dessa forma, o autor sugere que os *frames* são dinâmicos, ou seja, são utilizados na compreensão de qualquer ação cotidiana apresentada diante dos indivíduos.

Posteriormente, a teoria do *framing* começou a ser utilizada nos estudos de comunicação e jornalismo. No Brasil, segundo Leal (2008), a primeira pesquisa em jornalismo com o emprego do *framing* no Brasil foi realizada em 1994 por Afonso de Albuquerque. O trabalho analisou a cobertura da eleição presidencial pelo telejornal Jornal Nacional, da Rede Globo, entre os meses de março e maio de 1994. Mas, foi a partir de 1998, principalmente após as pesquisas de enquadramento realizadas sobre as eleições de 1998, que o estudo sobre enquadramento se expandiu no país. No entanto, as

---

<sup>3</sup> (Tradução nossa): Os quadros são instrumentos da psique, com o qual identificamos as diferenças que encontramos nas coisas.

pesquisas brasileiras ainda são embrionárias e incipientes se comparadas às realizadas nos Estados Unidos.

A partir disso, este trabalho busca contribuir com as reflexões sobre o *framing* no país. Para isso desenvolvemos uma reflexão em um nível bibliográfico, tendo como objeto as literaturas produzidas sobre o jornalismo cultural e o *framing*. O texto abordará, em linhas gerais, as noções de jornalismo cultural e enquadramento para, em seguida, aproximar as duas concepções.

## **PERSPECTIVAS CONCEITUAIS SOBRE JORNALISMO CULTURAL**

Antes de delimitar o que se entende por jornalismo cultural, é necessário ressaltar algumas mudanças em torno da noção de cultura empregada no fazer jornalístico, como a expansão da ideia cultura para além do conceito das “sete artes” tradicionais. Hoje, os cadernos de cultura dos jornais destinam espaço para conteúdos televisivos, moda, turismo, gastronomia, resenhas sobre games, programas de computador, aplicativos para celulares e tablets, entre outros assuntos. Desse modo, na medida em que a cultura é descolada das expressões clássicas de arte, boa parte das expressões humanas configura-se como produtos, formatos e materialidades culturais.

Associado a este aspecto fala-se cada vez menos em arte no jornalismo cultural, e mais em produção cultural, entendida aqui como expressões de ideias, valores, atitudes e criatividade artística que oferece entretenimento, informação ou análise do presente, passado ou futuro. Além disso, a produção cultural compreende produtos de origem popular (artesanato), massiva (discos de música populares, jornais, histórias em quadrinhos) e de um público mais limitado (livros, discos e CD de música erudita, obras de arte).

Outro aspecto da cultura que perpassa o fazer jornalístico no século XXI é a hibridização cultural, ou seja, o processo de ‘trocas culturais’. Frequentemente o jornalismo cultural forja valores, ideias e comportamentos oriundos dos mais diversos grupos étnicos (povos).

Também reside no jornalismo cultural a noção de produção simbólica, que compreende a formação de sentidos de valoração e diferenciação estética e seu emprego a produtos (chapéus, batons, óculos, celulares, livros, filmes, músicas, etc.). De acordo com Gadini (2009), esta ideia torna-se importante

porque orienta a atuação do jornalismo cultural, seja seguindo as lógicas de mercado, como ocorre com toda e qualquer produção industrial, seja considerando as especificidades e variações da produção simbólica da cultura (GADINI, 2009, p. 44).

Depois de tratar destas questões é importante agora trazer algumas concepções sobre jornalismo cultural. Para Faro (2009), este segmento “estrutura a percepção dos leitores, orienta suas apreensões, conduz pragmaticamente a localização de sua recepção no complexo de sentidos presente em cada pauta” (FARO, 2009, p. 58).

Em diálogo com a mesma linha, Piza (2003) enfatiza que o papel do jornalismo cultural é “[...] refletir (sobre) os comportamentos, os novos hábitos sociais, os contatos com a realidade político-econômica da qual a cultura é parte [...]” (PIZA, 2003, p. 57). Por sua vez, Rivera (1995) apresenta uma reflexão em torno do caráter complexo e abrangente do conceito de jornalismo cultural:

[...] una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las ‘bellas artes’, ‘las bellas letras’, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental. (RIVERA, 1995 *apud* GADINI, 2009, p. 78)<sup>4</sup>.

Para Gadini (2009), o jornalismo cultural configura-se como um espaço composto pelos mais variados produtos e discursos midiáticos orientados pelos critérios comuns ao jornalismo.

Compreende-se aqui por jornalismo cultural os mais diversos discursos midiáticos orientados pelas características tradicionais do jornalismo – atualidade, universalidade, interesse, proximidade, difusão, clareza, dinâmica, singularidade, etc. – que ao abordar assuntos ligados ao campo cultural (...) efetuando assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde ele é produzido, circula e consumido (GADINI, 2009, p. 81).

A maioria das concepções sobre jornalismo cultural apresentava a “divulgação” como um traço quase que “obrigatório” deste tipo de fazer jornalístico. Mesmo havendo outras instituições capazes de aproximar o público da arte, Ballerini (2015) afirma que

---

<sup>4</sup> (Tradução nossa): Uma zona muito complexa e heterogênea área de meios, gêneros e produtos que abordam com os propósitos criativos, críticos, reprodutivos ou divulgatórios os terrenos das “belas-artes”, as “belas-letras”, as correntes do pensamento, as ciência sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que têm a ver com a produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar sua origem ou destinação.

“o jornalismo cultural era o que melhor fazia esta mediação no quesito visibilidade da oferta”.

No entanto, nas últimas décadas a estrutura jornalística dos cadernos de cultura tem investido na antecipação de lançamentos como: filmes, peças de teatro, livros, novelas, desfiles de moda, novos restaurantes etc. Esse sistema de lançamentos, atrelado a publicização dos eventos de reconhecido impacto público em uma das duas principais metrópoles do país (Rio de Janeiro e São Paulo) e estratégias de *marketing* de determinados produtos são ações que atualmente também norteiam o agendamento nos cadernos de cultura brasileiros, de acordo com Gadini (2009).

### **FRAMING E OS ESTUDOS EM JORNALISMO**

As teorias do enquadramento aplicadas aos estudos de jornalismo têm como marco inicial a pesquisa de Tuchman (1983) sobre as notícias como construção da realidade. A partir da metáfora “As notícias são uma janela para o mundo”, a socióloga resgata o conceito de Goffman para explicar que dependendo das características da janela (tamanho, material, sua posição, etc.) é possível se observar e interpretar a realidade de várias formas.

Para Tuchman (1978), “los elementos que determinan los frames de los medios de comunicación son sua organización y las actitudes profesionales de los periodistas que trabajan en ellos<sup>5</sup>” (TUCHMAN, 1978 *apud* SÁBADA, 2007, p. 87). Assim, em sua pesquisa, a autora busca compreender como os elementos - lugar da cobertura, organização das seções, selecionador da notícia, momento da notícia e tipificações - influenciam no enfoque das notícias.

A pesquisa de Tuchman também permite considerar a notícia como uma forma de conhecimento, já que ao publicizar significados da realidade, a notícia e seus *frames* oferecem aos indivíduos visões de mundo que acabam sendo assumidos por eles.

Al poner el acento en la noticia como conocimiento. no pretendo sugerir que los reportajes informativos son el único medio de comunicación masiva que da forma a la comprensión del mundo cotidiano, especialmente a las interpretaciones de los fenómenos nuevos (TUCHMAN, 1983, p. 14-15)<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> (Tradução nossa): Os elementos que determinam os quadros dos meios de comunicação são sua organização e as atitudes profissionais dos jornalistas que trabalham neles.

<sup>6</sup> (Tradução nossa): Ao colocar o acento sobre a notícia como conhecimento. Eu não quero sugerir que as notícias são o único meio de comunicação de massa que molda a compreensão do mundo todos os dias, especialmente as interpretações dos novos fenômenos.

Nesta mesma perspectiva, o autor norte-americano Robert Ezra Park parte do formato/gênero notícia como forma de conhecimento. “A notícia, como forma de conhecimento, primariamente não está interessada no passado ou no futuro, mas no presente – o que tem sido descrito pelos psicólogos de o presente precioso.” (PARK, 2008, p. 59).

Assim, Park (2008) frisa ‘o presente’ como a principal característica do conhecimento produzido pela notícia de interesse apreciativo ‘para aquele que ouve e lê’. É por isso que o autor pontua várias vezes os limites entre notícia e história ao afirmar que diferente da história, que busca relacionar eventos um com os outros, a notícia trata de eventos isolados num todo.

Depois da pesquisa de Tuchman, novos estudos buscaram destacar este processo através do qual os enquadramentos determinam a produção de notícias. É o caso da pesquisa de Todd Gitlin (1980) sobre a cobertura da mídia na emergência do movimento estudantil norte-americano nos anos 60. Segundo Porto (2002), Gitlin apresentou a primeira definição mais clara e sistemática do conceito de enquadramento:

Os enquadramentos da mídia... organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. *Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira* (GITLIN, 1980, apud PORTO, 2002, p. 06; itálicos no original; tradução do autor).

Anos mais tarde, o autor Robert Entman (1993) propôs uma nova definição para enquadramento. Segundo ele, enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes num texto comunicativo, de modo a identificar problemas, diagnosticar causas, fazer julgamentos morais e sugerir soluções.

Interessante mencionar que a associação do *framing* com o conceito de *agenda-setting* também é um dos estudos mais desenvolvidos no campo da comunicação. O próprio idealizador da teoria do *agenda-setting*, McCombs (2009), em sua explicação sobre o segundo nível do agendamento, a agenda de atributos, faz uma relação com o conceito de enquadramento. “[...] enquadramento é a seleção de – e ênfase – nos atributos particulares de uma agenda da mídia quando se tratar de um objeto” (MCCOMBS, 2009, p. 135).

No entanto, Sábada (2007) comenta que alguns pesquisadores discordam desta aproximação do *framing* com a agenda de atributos. Segundo a autora, a *agenda-setting*

está relacionada à transferência dos atributos de uma agenda para a outra, enquanto que o *framing* preocupa-se com as reinterpretações das agendas através de redes interpessoais e sociais.

## **APROXIMAÇÕES DO FRAMING E O JORNALISMO CULTURAL**

Uma tendência do jornalismo cultural contemporâneo é o aumento de espaços destinados ao entretenimento, como serviços e roteiros, programação e guia de TV, variedades, entre outras atividades destinadas à diversão do público. Assim, o JC vem valorizando cada vez mais a “notícia-agenda” (ou notícia-acontecimento, notícia-lançamento) em detrimento da investigação jornalística. Segundo Strecker (1989),

[...] embora se atenham a fatos concretos, as investigações costumam revelar informações que nenhum produtor cultural tem interesse em divulgar, apesar do interesse que possam ter para o público. Uma investigação jornalística pode desnudar o funcionamento dos bastidores do show biz. Uma investigação jornalística pode mostrar e discutir a política de seleção de títulos de editoras, gravadoras e distribuidoras de filmes [...]. Os *features* e as investigações jornalísticas podem contribuir muito – muito mais que a divulgação de bens e eventos – para melhorar a qualidade da vida cultural do leitor, especialmente quando geram polêmicas (STRECKER, 1989, apud BALLERINI, 2015, p. 54).

Dessa forma, podemos considerar que no jornalismo cultural os enquadramentos temáticos – notícias centradas em problemáticas que exigem uma maior contextualização e uso de dados – estão cedendo lugar para os enquadramentos episódicos – informações centradas no acontecimento em si e em seus protagonistas. Esta realidade pode ser constatada pela presença expressiva de informações centradas na vida de atriz/ator do cinema e da televisão. “Capas culturais são dedicadas à separação de Ronaldo e Cicarelli, aos futricos e amassos no Big Brother Brasil, à orientação sexual de um artista etc.” (BALLERINI, 2015, p. 64).

Além disso, os enquadramentos episódicos também podem ser facilmente reconhecidos nas colunas sociais, pois nestes espaços as imagens e os registros estão centrados em festas do circuito familiar, eventos de shoppings e restaurantes, datas comemorativas, homenagens, entre outros assuntos importantes para os chamados “colunáveis”. Para Gadini (2009), a lógica do colunismo social é marcada por um “personalismo” disfarçado pela apresentação de assuntos e informações com aparente interesse público baseado em personagens, atores fotografados, aniversariantes ou representantes de relações de poder.



Por outro lado, Teresa Sábada (2007, p.72) considera que *frames* episódicos e temáticos “no son del todo excluyentes, ya que existen marcos mixtos en los que se mezclan hechos particulares y datos del contexto<sup>7</sup>”. No caso do JC, o enquadramento misto é perceptível, por exemplo, na crítica cultural, já que ela pressupõe uma interpretação acerca de uma obra particular ou artista baseada em argumentos que comprovem certa autoridade sobre o assunto.

Sábada (2007), baseada nos estudos de Just e Crigler (1992) comenta a existência de cinco tipos de enquadramentos nas notícias: conflito, interesse humano, consequências econômicas, moralidade e atribuição de responsabilidade. O enquadramento de interesse humano parece-nos adaptar-se bastante às características da lógica do entretenimento no jornalismo cultural. De acordo com a autora, o enquadramento de interesse humano é “aquele que traz um rosto humano, ou um ângulo emocional para a apresentação de um assunto”. Logo, ao observar a frequência, principalmente nos diários “populares” brasileiros, situações da vida privada dos artistas da televisão, identifica-se o lugar de realização por excelência do enquadramento de interesse humano. Segundo Amaral (2005), a superexposição das pessoas comuns e das celebridades é uma das características que os produtos jornalísticos populares passaram a utilizar para fugir do estilo “espreme que sai sangue” e se aproximar do seu público por meio de uma abordagem da cultura como entretenimento.

Outro ponto convergente entre o *framing* e os estudos sobre jornalismo cultural é o enquadramento da narrativa interpretativa. Segundo Gadini (2009), as matérias jornalísticas veiculadas pelos cadernos de cultura se aproximam, por um lado, das reportagens de revistas semanais e, por outro, da estrutura de análise cultural (crítica), sem desconsiderar o caráter da informação. Lustosa (1996) considera que os enquadramentos interpretativos são usados para “atender às necessidades lúdicas dos leitores dos jornais e, por isso quase sempre seus textos leves, irônicos e destinados a envolver o leitor em um clima de bem-estar” (LUSTOSA, 1996 *apud* GADINI, 2009, p. 200).

Quanto às formas de identificação dos *frames* presentes no material jornalístico, Entman (1993) aponta que isso é possível “[...] por meio da repetição, focalização e associações reforçadoras, palavras e imagens, e isso torna uma interpretação básica mais

---

<sup>7</sup> (Tradução nossa): Não são totalmente excludentes, uma vez que existem quadros mistos em que os fatos particulares e dados de contexto são misturados.



rapidamente discernível e memorável que outras. Os fatores essenciais do enquadramento são seleção e saliência”.

Estes elementos relacionam-se com o que Gamson e Modigliani (1989, p. 3-4) chamam de “pacotes interpretativos” na teoria do *framing*. Segundo os autores, os “pacotes” possuem uma estrutura interna que abriga uma ideia organizadora central, o enquadramento, ou seja, eles constroem os enquadramentos empregados pelos jornalistas e o público.

Segundo Gamson e Modigliani (1989) existem cinco dispositivos que são acionados e contribuem para a formação desses “pacotes”. Eles são “[...] as metáforas; os exemplos; os slogans ou chavões; as representações e as imagens visuais”. Nesta mesma perspectiva, Elton Atunes (2009, p. 96-97) assegura que “[...] os elementos que compõem o dispositivo de enquadramento podem ser bastante diversos, incluindo recursos como metáforas, exemplos, estabelecimento de relações causais, frases feitas etc.”.

Ao mesmo tempo, os recursos usados na edição de produtos jornalísticos (títulos, uso da imagem, legendas, abertura de texto, chamadas, entre outros) também são indicativos de enquadramentos, já mencionados por Entman (1993):

The *text* contains frames, which are manifested by the presence or absence of certain keywords, stock phrases, stereotyped images, sources of information, and sentences that provide thematically reinforcing clusters of facts or judgments (ENTMAN, 1993, p. 52)<sup>8</sup>.

Interessante pontuar que a identificação de elementos que compõem os materiais jornalísticos também é uma alternativa metodológica indicada por Pontes e Silva (2012) para diversos estudos, não somente aqueles interessados na identificação de *frames*. Eles propõem uma análise baseada em três camadas: Intertexto – corresponde à organização dos textos, sua edição e disposição; Infratexto – disposição interna dos elementos que compõem uma matéria e a tornam única; e Contexto – inserção do assunto ou evento na situação político-cultural com a qual o jornalismo se relaciona.

Na etapa do Infratexto, uma das unidades de análise propostas por Pontes e Silva (2012) e que Entman (1993) também destaca para identificação dos *frames* são as fontes. Saber quem compõe o elenco das fontes, a quantidade de inserções de cada uma

---

<sup>8</sup> (Tradução nossa): O texto contém quadros, que se manifestam pela presença ou ausência de determinadas palavras-chave, frases, imagens estereotipadas, fontes de informação, e frases que reforçam tematicamente aglomerados de fatos ou julgamentos.

delas no texto, o modo como aparecem (positiva, negativa, ativa ou passiva, protagonista ou coadjuvante etc.) podem sinalizar uma primeira composição do enquadramento, já que “a listagem de fontes, a localização da sua vinculação institucional, a inserção midiática (se já apareceu na mídia e sob quais aspectos) e o contexto de fala sugerem pistas sobre o posicionamento do texto ou do jornalista” (PONTES; SILVA, 2012, p. 74).

Por outro lado, Entman (1993) também considera os *frames* dos jornalistas como um dos elementos que devem ser observados na lógica de construção dos enquadramentos jornalísticos. Em diálogo com o autor, Sábada (2007) admite que o jornalista tem seu enquadramento pessoal, resultado da sua “[...] etnia, sexo, educación recibida, lugar donde se há estudiado periodismo, experiencias profesionalis, actitudes personales y las creencias<sup>9</sup>” (SÁBADA 2007, p. 225). No entanto, ambos os autores concordam que o *framing* não se limita apenas às características do indivíduo, mas é um processo de interação social. A produção cultural que ganha visibilidade nos veículos de comunicação, por exemplo, é fruto da interação dos profissionais da redação, leitores, artistas e produtores culturais.

Participa, assim, desse cenário uma ampla variedade de atores sociais: repórteres que procuram cumprir pautas a seu modo, com base em orientações editoriais; colaboradores que escolhem os assuntos a serem abordados; fontes noticiosas que diariamente enviam material de assessoria às redações para publicação; editores que seguem rotinas de uma tradição forjada pelas indústrias de arte e de cultura; leitores que enviam cartas criticando enfoques jornalísticos ou apresentando sugestões de pautas; artistas e profissionais independentes que constantemente reclamam mais atenção aos assuntos regionais, alegando não ter espaço para divulgar seus trabalhos; além de outros atores que recebem e se identificam com a cobertura e agendamento apresentados pelos referidos periódicos (GADINI, 2009, p. 82).

Tuchman (1983) também compartilha desta mesma concepção sobre o processo de enquadramento. Para a autora, os repórteres

“[...] negocian con colegas en sus propias organizaciones informativas y con aquellos que están en otras organizaciones acerca de la cobertura de relatos específicos y acerca de las prácticas informativas apropiadas<sup>10</sup>” (TUCHMAN, 1983, p. 25).

---

<sup>9</sup> (Tradução nossa): etnia, sexo, educação recebida, lugar onde estudou jornalismo, experiências profissionais, atitudes e crenças pessoais.

<sup>10</sup> (Tradução nossa): negociam com os colegas em suas próprias organizações de notícias e aqueles que estão em outras organizações sobre a cobertura de histórias específicas e sobre as práticas de informação adequada.

Este tipo de negociação de quadros interpretativos na redação dos cadernos de cultura brasileiros é marcado por várias lógicas, sendo uma delas as “chantagens das assessorias”. “Uma situação muito comum é a do assessor que negocia a informação ou o acesso a determinado artista em troca de matérias de destaque na imprensa” (COUTO, 2002 *apud* GADINI, 2009, p. 295).

Sobre esta perspectiva, o pesquisador Scheufele (1999, p. 101-120), por meio do enquadramento chamado de *midiático com variável dependente*, identifica cinco fatores que podem ter ampla influência no modo como os jornalistas enquadram um determinado assunto. São eles: “[...] valores e normas sociais, pressões e regras organizacionais, pressões dos grupos de interesse (organizações, políticos etc.), rotinas jornalísticas e orientações políticas e ideológicas dos profissionais”. No entanto, o autor considera as rotinas de produção determinantes para “[...] a caracterização das esquematizações com as quais os jornalistas operam e relativizam a ideia de que as notícias teriam um valor imanente” (SCHEUFELE, 2006, p. 66). No caso do jornalismo cultural brasileiro, Gadini (2009) afirma que as rotinas produtivas ainda continuam sob a égide do tempo diário, como a própria periodicidade do veículo determina.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A partir do estudo realizado, percebeu-se que a teoria do *framing* possibilita conhecer os tipos de ações interpretativas que os jornalistas e as organizações jornalísticas realizam para enquadrar produtos, serviços e atividades culturais. Além disso, as formas de enquadramento apresentadas no artigo demonstram que em certas situações os quadros interpretativos da indústria do entretenimento são alternativas estratégicas para capturar a atenção do público e, ao mesmo, alavancar a margem de lucro ao jornal/empresa.

Também se constatou que a noção (ideia) de cultura que orienta a produção dos veículos de comunicação é uma forma particular de enquadramento. E esta forma de interpretar as atividades e produtos culturais em uma determinada sociedade é resultado das escolhas editoriais, das pressões das indústrias da cultura e do entretenimento, do relacionamento com as assessorias, produtores, agentes culturais, formadores de opinião, críticos e outros atores que operam ou vivem no campo cultural.

Importante, enfim, considerar que a noção de cultura contemporânea enquanto uma forma específica de enquadramento é constituída por um conjunto de

características que levam em consideração: a) o entretenimento nos relatos jornalísticos, com o intuito de divertir seu público; b) a seleção de eventos descolados das “sete artes” tradicionais, buscando assim dar ênfase aos mais diversos tipos de expressão humana; c) a busca de traços, dentro das matérias, que demonstrem de forma direta ou indireta a reconfiguração das identidades culturais, ou seja, os hibridismos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMARAL, Márcia Franz. “Sensacionalismo, um conceito errante”. *Revista Intexto*. Porto Alegre, v.2, nº 13, p.1-13, jul/dez.2005. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4212/4464>. Acesso em: 23 set. 2015.

ANTUNES, Elton. “Enquadramento: considerações em torno de perspectivas temporais para a notícia”. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 18, p.85-99, dez. 2009. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2641> Acesso em: 22 set. 2015.

BALLERINI, Franthiesco. *Jornalismo cultural no século 21: literatura, artes visuais, teatro, cinema e música: a história, as novas plataformas, o ensino e as tendências na prática*. São Paulo, Summus: 2015.

ENTMAN, R. M. “Framing: Toward clarification of a fractured paradigm”. *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, p. 51–58, 1993.

FARO, José Salvador. “Dimensão e prática do jornalismo cultural”. *Revista Fronteiras*. São Leopoldo: Unisinos, v.11, nº 01, janeiro/abril, 2009.

GADINI, Sérgio Luiz. “Breves sugestões e estratégias (metodológicas e contextuais) para compreender os processos editoriais no campo cultural”. *VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Universidade Metodista de São Paulo, novembro de 2008.

\_\_\_\_\_. *Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Paulus, 2009 – Coleção Comunicação.

GAMSON, William; MODIGLIANI, Andre. “Media discourse and public opinion on nuclear power: a construcionist approach”. *American Journal of Sociology*, v. 95, p. 1-37, 1989.

GONÇALVES, Telmo. “A Abordagem do Enquadramento nos Estudos do Jornalismo”. *Caleidoscópico* - Revista de Comunicação e Cultura, n. 5/6, Lisboa, 2005. Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/2268/1782>. Acesso em: 22 set. 2015.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. “Análise de Enquadramento Noticioso: da origem às diferentes abordagens”. *VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Universidade Metodista de São Paulo, novembro de 2008.

MCCOMBS, Maxwell. *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

PARK, Robert Ezra. “A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento”. In: BERGER, C; MAROCCO, B. *A Era Glacial do Jornalismo. Teorias Sociais da Imprensa*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

PORTO, M. P. “Enquadramentos da mídia e política”. *XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS*. Anais: Caxambu/MG, outubro de 2002. Disponível em: [http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=451%3Aanais-do-encontro-gt&catid=1045%3A26o-encontro&Itemid=317](http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=451%3Aanais-do-encontro-gt&catid=1045%3A26o-encontro&Itemid=317). Acesso em: 24 set. 2015.

PONTES, Felipe S; SILVA, Gislene. “Mídia Noticiosa como Material de Pesquisa: recursos para o estudo de produtos jornalísticos”. In: BOURGUIGNON, Jussara A;

OLIVEIRA JR, Constantino R (orgs). *Pesquisa em Ciências Sociais*. Interfaces, Debates e Metodologias. Ponta Grossa: Toda Palavra, 2012, p; 49-77.

SÁBADA, Teresa. *Framing: el enquadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujia Ediciones, 2007.

SCHEUFELE, B. "Framing as a theory of media effects". *Journal of Communication*, v. 49, n. 1, p. 101-120, 1999.

\_\_\_\_\_. "Frames, schemata, and news reporting". *Communications*, v.31, n.1, p. 65-83, 2006.

TUCHMAN, G. *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gilli, 1983.