

O Anúncio da Privatização da Eletrobras no Discurso das Revistas Veja e Carta Capital¹

Ricardo BERTOLDO²
Crislainy Ketlyn Araújo ALVES³
Gesner Duarte PÁDUA⁴

Universidade Federal de Mato Grosso, Barra do Garças, MT

RESUMO

Este trabalho faz uma análise comparada da cobertura das revistas Carta Capital e Veja *online* sobre o anúncio da privatização da Eletrobras pelo Governo Federal, evidenciando, por meio do conceito de “enquadramentos noticiosos”, o posicionamento desses veículos diante da proposta de venda da empresa, a partir da sua política editorial e dos princípios político-ideológicos que eles defendem. Ficam claros os enquadramentos positivos, favoráveis à venda da companhia, pela revista Veja, e negativos, por parte da revista Carta Capital, desqualificando a política de privatizações do governo Temer.

PALAVRAS-CHAVE: Enquadramentos; Privatização Eletrobras; Revista Carta Capital; Revista Veja

1.INTRODUÇÃO

A Eletrobras (Centrais Elétricas Brasileiras S.A) é uma empresa de economia mista, de capital aberto, que tem como maior acionista e controlador o governo federal. A Companhia, fundada em 1961, é hoje uma *holding*, responsável pelo controle de outras 16 empresas que atuam na geração, transmissão e distribuição de energia em quase todas as regiões brasileiras⁵. O projeto de lei e as medidas provisórias que regulamentam o processo de venda da Eletrobras, avaliada em 46 bilhões de reais e responsável por 32% da geração de energia e 47% das linhas de transmissão no Brasil, está na etapa final de análises pelo Congresso Nacional. O objetivo da privatização, anunciada pelo governo no dia 22 de agosto de 2017, é reduzir a participação da União na empresa, tirando o governo

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 15 a 17 de junho de 2018.

² Graduando do 4º ano do Curso de Jornalismo da UFMT/CUA, email: bertoldo.sms@gmail.com

³ Graduada em Jornalismo (2018) pela UFMT/CUA, email: crislainyketlym@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo UFMT/CUA, email: gesnerduarte@hotmail.com

⁵ Dados disponíveis no site da Eletrobras: <http://eletrobras.com/pt/Paginas/home.aspx>. Acesso em: 24/03/2018.

do controle e, como alega o Ministério das Minas e Energia, gerar dividendos para os cofres públicos.

Se há pelos menos dois séculos, temas como o tamanho do Estado, a importância das empresas estatais e os limites da intervenção governamental no “mercado” já geravam muita discussão, na contemporaneidade temos, no Brasil, especialmente a partir dos anos de 1990, quando se aceleraram as políticas de privatização nos estados, municípios e União, um acirramento dos embates sobre essa questão.

Setores de esquerda afirmam que as privatizações são uma espécie de desmanche do Estado e quando elas acontecem, os mais ricos, especialmente os grupos empresariais, são os grandes privilegiados por comprarem ações abaixo custo, aumentando assim a desigualdade social e econômica, além de representarem uma ameaça à soberania nacional quando os compradores são investidores estrangeiros.

Grupos políticos e empresariais de direita defendem que o Estado é ineficiente em gerir serviços de qualidade para a população e que, portanto, deveria atribuir à iniciativa privada esse papel. Argumentam também que empresas estatais são fontes de corrupção e dão prejuízos aos cofres públicos.

Nesse sentido, os meios de comunicação, especialmente a imprensa, como agentes sociais, são elementos importantíssimos nesse cenário de disputas, haja vista que cada veículo jornalístico também tem sua política editorial e seus interesses políticos, econômicos e ideológicos definidos. Logo, na cobertura noticiosa que fazem sobre a realidade e especialmente no processo de edição, é possível perceber enquadramentos que refletem a posição que eles ocupam e/ou defendem.

Os editores são responsáveis principais pela operação de valores éticos e técnicos e por dar os enfoques dominantes ao material noticioso, de acordo com suas convicções pessoais, como acontece em muitos casos, mas, principalmente, coerentes com os valores que norteiam a política editorial e os interesses econômicos e políticos do veículo e dos seus donos. Essas intencionalidades estão presentes em cada fala acrescentada ou retirada, cada angulação discursivamente proposta, cada destaque ou cada omissão que se faz. É consensual o entendimento de que todo processo de edição jornalística implica escolhas. Escolhas que levam, conseqüentemente, à produção de determinados sentidos discursivos no material noticioso (PEREIRA JUNIOR, 2006).

A proposta de privatização da maior companhia do setor elétrico da América Latina tem gerado tanta polêmica na imprensa quanto no meio político. Diversos veículos

de comunicação, especialmente os mais alinhados ao espectro político-ideológico de direita e de esquerda, têm se posicionado enfaticamente em relação à proposta. Como consequência, a cobertura dessas mídias pode ser vista como uma disputa discursiva na qual diferentes ângulos são apresentados e defendidos na grande praça pública midiática, deixando de lado, em muitos momentos, até princípios jornalísticos fundamentais, especialmente recomendados no tratamento de fatos delicados como esse, como o contraditório, a pluralidade de pontos de vista e o esforço por equilíbrio e imparcialidade.

Assim, propomos neste trabalho uma análise dos enquadramentos noticiosos produzidos por dois importantes veículos brasileiros, com linhas editoriais e posicionamentos político-ideológicos opostos, sobre o anúncio da privatização da Eletrobras e suas primeiras repercussões. Selecionamos a revista *Veja*, de posicionamento conservador, de direita, neoliberal, favorável às privatizações, e a revista *Carta Capital*, que se posiciona como um veículo progressista, de esquerda, defensora do intervencionismo estatal e contrária às privatizações. Nosso objetivo é tentar entender, de forma comparativa, como critérios de enquadramento foram adotados por esses dois veículos na produção noticiosa a respeito da proposta de venda da Eletrobras.⁶ O *corpus* de análise é composto por quatro matérias publicadas nas versões *online* desses veículos, em agosto de 2017, quando foi anunciada a decisão do governo de vender a companhia e exatamente o período em que se iniciaram, de maneira mais intensa no meio político e na mídia, as discussões a respeito da privatização. Como fundamentação teórica utilizamos as discussões a respeito do conceito de “enquadramento noticioso”, a partir das perspectivas de autores como Gitlin (1980), Traquina (2013) e Entman (1993).

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E METODOLOGIA

Ao se debruçar sobre a realidade social, a imprensa constrói discursivamente, por meio das representações que produz, uma outra realidade, uma “realidade midiática” como argumenta Perseu Abramo (2003). Para o autor, os veículos de comunicação atuam como “reconstrutores da realidade”, determinando, por meio dos profissionais envolvidos

⁶Para uma melhor compreensão do posicionamento editorial e ideológico desses veículos, conferir os princípios editoriais manifestos nos seus sites:

Grupo Estado: http://www.estadao.com.br/ext/codigoetica/codigo_de_etica_miolo.pdf. Acesso em: 10/04/2018.

Grupo Globo: <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em: 10/04/2018.

Carta Capital: <http://www.sec-estrategias.com.br/cartacapital/>. Acesso em: 10/04/2017.

Veja: www.veja.com.br. Acesso em: 10/04/2017.

na produção noticiosa e de todos os processos de edição, que nada mais são do que escolhas sobre o que e como mostrar, o que é real ou não do ponto de vista midiático. E também como esse real deve ser assim percebido pelo público: “A manipulação das informações se transforma, assim, em manipulação da realidade”, diz Abramo (2003, p. 24).

Scheufele (1999, p. 48) também pensa de maneira parecida sobre a atuação da imprensa na construção de “versões” do real. O autor afirma que a mídia constrói a realidade social através dos enquadramentos de imagens da realidade. Na definição de Gitlin, enquadramentos são

(...) princípios de seleção, ênfase e apresentação compostos de pequenas teorias tácitas a respeito do que existe, o que acontece e o que é importante. (...) padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, por meio dos quais os detentores de símbolos organizam de forma rotineira o discurso, seja ele verbal ou visual (GITLIN, 1980, p. 6-7, tradução nossa).

Para Gitlin (1980), os enquadramentos organizam discursivamente o mundo tanto para os jornalistas quanto para o público que consome as notícias por eles produzidas. De acordo com Koenig (2004, p. 64), “em nível muito simplista, enquadramentos estruturam quais partes da realidade se tornam notícia”, perspectiva essa que também é compartilhada por Traquina (2013). Enquadrar é, portanto, um processo em que o jornalista escolhe aspectos cruciais da realidade para mostrar.

O processo de enquadramento começa já na seleção do acontecimento “adequado” a virar notícia, segundo os valores-notícia (TRAQUINA, 2013) mais importantes adotados pelo veículo. Nesse sentido, mostra-se como uma “ideia organizadora central para dar sentido a acontecimentos relevantes e sugerir o que é um tema” (GOFFMAN apud TRAQUINA, 2013, p. 16). Mas, além da definição de temas a serem jogados à luz, o processo de enquadramento continua no tratamento que se dá a eles. Manifesta-se, assim, na angulação, no destaque, na “saliência” de alguns aspectos da realidade percebida trabalhados no texto comunicativo “*de modo a promover uma definição particular do problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito*”, como aponta Entman (1993, grifo no original, tradução nossa).

Os jornalistas, em todas as etapas da produção da notícia, fazem escolhas e optam por determinadas expressões, imagens e hierarquização das informações, por exemplo.

Trabalham por meio da seleção, exclusão e ênfase de alguns aspectos. Por mais que noticiem o mesmo fato, diferentes veículos provavelmente produzirão diferentes enquadramentos e sentidos oferecidos ao seu público, especialmente se posicionados em regiões distintas do espectro político-ideológico. Enquadramentos esses que influenciam como as pessoas se recordam das notícias, ou seja, como entenderam os acontecimentos e a própria realidade (ALSINA, 2009). Conforme Mesquita (apud TANKARD, 2001, p. 97), “O estudo do enquadramento dos meios pode nos ajudar a identificar e examinar pontos cruciais no processo de mudança de opinião, onde estes poderosos efeitos estão atuando”.

As quatro notícias analisadas neste trabalho revelam os enquadramentos dominantes em cada um desses veículos. A primeira matéria escolhida do site da revista Veja é “Eletrobras: conta de luz deve cair com privatização, diz ministro” e a segunda “Como a privatização pode salvar a Eletrobras”. Da Carta Capital, selecionamos “A privatização da Eletrobras: como isso me afeta” e “O cheiro de negociata na privatização da Eletrobras”.

Ao lermos somente o título dessas matérias já podemos perceber que Veja é a favor da privatização e a Carta Capital é contra. Portanto, de forma geral, os veículos de comunicação que são a favor vão usar enquadramentos a fim de convencer o leitor de que a venda da companhia é boa para o Brasil, enquanto os contrários vão frisar os riscos e prejuízos que a medida pode causar.

É certo que os enquadramentos começam a ser construídos no título, mas é necessário analisar também o material como um todo para perceber que sentidos proeminentes os veículos construíram na articulação dos elementos componentes da notícia. Reese (2001, p. 10) relata que “enquadramento é como um exercício de poder, particularmente como ele afeta o nosso entendimento do mundo político”. Com isso entende-se que o jornalista e o editor têm o poder em suas mãos de tornar como verdade e/ou certo aquilo que o veículo de comunicação deseja e defende. Os interesses, sejam políticos, ideológicos ou econômicos sempre estão presentes na prática do jornalismo e podem ser notados nas coberturas de alguns fatos.

Bourdieu (1989) defende que os meios de comunicação são produtores e difusores de poderes simbólicos que provocam grande impacto no curso dos acontecimentos. Os meios produzem e espalham as notícias rapidamente gerando significados. Portanto, as notícias que são publicadas e chegam aos leitores são uma grande responsabilidade, pois

elas causam impacto e quem tem apenas aquele veículo como fonte de informação pode acabar tendo uma visão parcial da realidade.

Bourdieu ainda afirma que esse poder pode possibilitar a criação de acontecimentos ou desdobramentos de um fato que serão determinantes na maneira como as pessoas se comportarão diante daquilo que consumiram. Se *Veja* e *Carta Capital* usam estratégias discursivas para enquadrar os acontecimentos, produzindo relatos noticiosos a partir de interesses e ideologias presentes nas suas políticas editoriais, é preciso que o leitor fique atento a esse processo nem sempre muito explícito.

Sem ambicionar neste trabalho uma análise exaustiva, limitamos o *corpus* a duas matérias da *Carta Capital*, publicadas nos dias 23 e 28/08/2017, em sua versão *online*, e duas da revista *Veja*, publicadas nos dias 22 e 28/08/2017, também em versão eletrônica. Acreditamos que essa amostra ilustra e demonstra de forma suficiente o tratamento que esses dois veículos têm dado ao fato nos últimos meses. O recorte temporal foi escolhido por compreender o período em que se deram o anúncio da privatização (22/08/2017) e as primeiras discussões nos meios político e empresarial e na mídia a respeito da proposta do governo federal.

As análises foram feitas observando, inicialmente, os elementos gráficos e textuais de maior destaque nessas matérias, especialmente títulos e linhas finas. Em seguida, partiu-se para a observação crítica do corpo do texto, procurando estabelecer conexões entre os seus elementos constitutivos: dados apresentados, fontes de informação e autoridade utilizadas, citações diretas e indiretas, argumentos do repórter e, de maneira mais ampla, como o material foi editado, de modo a perceber, segundo as concepções dos autores elencados acima, os enquadramentos delineados no conjunto da matéria, ou seja, segundo princípios de seleção, ênfase, exclusão e apresentação desses elementos que compõem o discurso noticioso operado pelas revistas *Veja* e *Carta Capital* no seu processo de produção.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Revista *Veja*

Quando anunciou a proposta de privatização, em entrevista coletiva no dia 22/08/2017, o ministro de Minas e Energia, Fernando Bezerra Coelho Filho, foi

questionado sobre as expectativas de preço da energia elétrica com a medida. Ele deu uma resposta não muito precisa: “Com a eficiência e redução do custo, nossa estimativa é de que no médio prazo tenhamos uma conta de energia mais barata”.

Embora todos os jornais, revistas e sites que cobriram o anúncio da decisão de venda tenham se aproveitado do gancho da fala do ministro, essa resposta permitiu diferentes interpretações de cada um deles, de acordo com a sua posição sobre a privatização.

A Veja, que é favorável à privatização da Eletrobras, escolheu dar maior destaque a fala do ministro sobre a redução do preço da energia em médio prazo como se fosse um fato consumado. No segundo parágrafo da matéria, do dia 22/08, a revista até cita um trecho onde o ministro também deixa em aberto à possibilidade de aumento dos preços. Entretanto, em um processo de hierarquização de informações, que tem implicação importante na fixação de sentidos, Veja leva para o título apenas o recorte que corrobora seu posicionamento e o enquadramento que desejava construir de que a privatização da Eletrobras representaria benefício financeiro para o consumidor, deixando a conta de energia mais barata: “Eletrobras: Conta de luz deve cair com privatização, diz ministro” (Figura 1).

Eletrobras: conta de luz deve cair com privatização, diz ministro

A hidrelétrica de Itaipu e as usinas nucleares devem ficar fora da desestatização; ações da Eletrobras disparam após anúncio de venda

Por Da redação

© 22 ago 2017, 13h58 - Publicado em 22 ago 2017, 12h06

Figura 1: *print* da revista *Veja online*, 22/08/2017

Conforme Pereira Junior (2006, p. 143), “O título é uma informação que grita”, muitas vezes revelando e acentuando “uma vocação ‘publicitária’ inerente a toda titulação, com implicações éticas e ideológicas precisas”. O título processa uma interpretação do texto, dirigindo o entendimento do público sobre a notícia, “Denuncia, na prática, como o veículo pensa sobre o assunto retratado. É opinião decantada, bem disfarçada, em emissão neutra” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 148).

Além disso, no texto Veja deu saliência ao balanço positivo do desempenho da empresa feito pelo ministro:

Quando assumimos, a empresa valia 9 bilhões de reais e agora vale 20 bilhões de reais. A empresa teve prejuízos acumulados nos últimos anos, mas tivemos lucro nos dois primeiros trimestres de 2017, o que mostra a melhora da governança na empresa.

Em um tema polêmico, que necessitaria apresentar estudos por parte de especialistas em economia e diversidade de fontes ouvidas, Veja decidiu entrevistar apenas três fontes: o ministro de Minas e Energia, o secretário-executivo do Ministério de Minas e Energia e o secretário-executivo do Ministério da Fazenda, todas oficiais, ligadas aos interesses do governo.

O texto, embora se encontre na editoria de economia, apresenta características de um artigo de opinião. Ou seja, a escolha dos argumentos e dos dados usados parece ter um objetivo bem definido de convencimento acintoso. Como formato jornalístico informativo careceu de entrevistados e de pontos de vista que pudessem fazer contrapontos sobre o tema, o chamado *fairness* (SOPNHOLZ, 2009).

A segunda matéria analisada do site da Veja, do dia 25/08, assinada pela repórter de economia Bianca Alvarenga, também mostra já no título “Como a privatização pode salvar a Eletrobras” (Figura 2) uma visão favorável sobre a privatização da empresa de energia. A utilização do argumento de que algo pode ser salvo, sugere que esse algo está com tamanha dificuldade a ponto de precisar da ajuda externa, de um salvador, já que, por ele próprio isso não seria possível. Esse salvador seria a privatização.



Figura 2: *print* da revista *Veja online*, 25/08/2018

Nas primeiras linhas, a matéria evoca o exemplo da Gerasul (Centrais Geradoras do Sul do Brasil S.A) para mostrar como a privatização no caso daquela empresa foi, segundo a revista, bem sucedida e, assim, reforçar seu argumento de que o mesmo poderia acontecer com a Eletrobras. Usa-se, portanto, como forma de convencimento do leitor, um dado que funciona como argumento de autoridade generalizante.

Além disso, a empresa também foi comparada com a Petrobras, que além dos problemas de corrupção também sofre de má reputação. Na construção do argumento, a repórter (e provavelmente os editores pelos quais a matéria passou antes da publicação) destaca o modo como a estatal de petróleo tem sido usada por políticos, mas não dá o mesmo destaque sobre os interesses de grandes acionistas da empresa. O argumento leva a entender, pelo destaque sobre a reação positiva do mercado de ações em relação à proposta, ou seja, o interesse do “mercado”, que a transferência do controle para a iniciativa privada é o único modo de salvar a empresa dos políticos e gestores corruptos.

Nota-se, portanto, desde o começo do texto, por meio da saliência, do destaque a determinados aspectos, o enquadramento da privatização como algo sempre benéfico e redentor, a capacidade da iniciativa privada sempre superior à estatal, associada à ineficiência e à corrupção.

3.2 Carta Capital

A primeira matéria da Carta foi publicada no dia seguinte ao anúncio, 23/08. Traz detalhes de como é o processo de privatização, inclusive casos anteriores de privatizações no Brasil, e enfatiza os reflexos negativos para o consumidor. Esse enquadramento hegemônico na cobertura da revista já é começa a ser construído no título “A privatização da Eletrobras: como isso me afeta?” (Figura 3).

A privatização da Eletrobrás: como isso me afeta?

por Rita Dias — publicado 23/08/2017 12h22, última modificação 23/08/2017 12h24

Ministro de Minas e Energia já afirmou que não descarta a possibilidade de encarecimento da tarifa no curto prazo, ou seja, vem aumento por aí



Figura 3: *print* da revista Carta Capital *online*, 23/08/2018

O texto inicia com uma interpelação ao leitor, negando os principais argumentos dos defensores da venda da empresa: “Se você está pensando que a privatização da Eletrobras vai ajudar a reduzir o endividamento do Estado e ainda deixar mais barata sua conta de luz, sinto muito informar que está enganado”.

Em um trecho, notamos que a matéria é direta ao acusar o discurso do governo de falsear a realidade em relação às implicações econômicas e estratégicas em termos de segurança:

Vamos mostrar como é falso o discurso do governo e como a privatização vai encarecer sua conta de energia elétrica, colocar em risco a segurança energética do país e a soberania nacional, além de não provocar nenhum impacto no grau de endividamento do governo.

A matéria trabalha fortemente com o imaginário da “ameaça” do outro (no caso, grupos estrangeiros interessados na compra da companhia, sugeridos como se fossem inimigos da soberania nacional): “A privatização da Eletrobras representará a perda de controle sobre a energia elétrica do país, que ficará nas mãos de gestores privados, em grande parte estrangeiros”. Ao mesmo tempo usa como estratégia discursiva a desconstrução e desqualificação dos argumentos governistas pró privatização:

O governo afirma ainda que a privatização irá promover redução nos preços de energia. Como se dará esse milagre, se toda essa energia não será mais vendida no regime de cotas a preços baixos? (...) Para mascarar sua mentira, o ministro de Minas e Energia joga a redução do preço da energia para o futuro, ou, nas suas palavras, para o “médio prazo”, enquanto afirma que a aposta é que a redução de preços virá com o aumento da eficiência, sem explicar, contudo, o que de concreto será feito para elevar a eficiência.

A matéria da Carta Capital, que aborda negativamente a privatização da Eletrobras, escolheu dar maior ênfase sobre os possíveis aumentos em um curto prazo. O texto, que foi publicado um dia depois de o ministro das Minas e Energias ter sugerido, vagamente, o barateamento das contas em médio prazo e de outros meios de comunicação como a Veja terem levantado essa bandeira, trouxe um tom de contraponto sobre o que já havia sido dito até então e fomentou também a ideia de que a privatização representa um risco para a produção nacional de energia.

Se Veja, apresentou tendenciosamente apenas falas dos representantes do governo, a Carta, na mesma estratégia de seleção de fontes e argumentos, jogando luz sobre alguns aspectos e omitindo outros, optou por não entrevistar nenhum economista ou autoridade no tema que pudesse sinalizar sobre os benefícios da privatização. A revista selecionou as informações fundamentais para a construção do seu argumento e também as interpretou, fazendo isso no lugar do leitor.

A palavra “privataria” contida no texto também traz uma carga pejorativa e, portanto, deixando ainda mais clara a parcialidade da abordagem. A Carta parece ser tão irredutível na posição contrária às privatizações que sequer decidiu debater sobre os modelos de privatização que serão adotados pelo governo, conforme fez a Veja.

A segunda matéria da Carta Capital, do dia 28/08, assinada pelo repórter de política André Barrocal, também reforça já no título a visão desfavorável sobre a privatização. A utilização da expressão “cheiro de negociata” logo no elemento de maior destaque gráfico, o título, sugere mais que a possibilidade, a probabilidade de fraudes no processo de privatização da empresa.



#carta
ideias em tempo real
SEXTA-FEIRA, 08 DE SETEMBRO DE 2017

CartaCapital / CARTAPLAY / Eventos / CartaEducação / #BLOGdoSÓCIO

Você está aqui: Página Inicial / Política / O cheiro de negociata na privatização da Eletrobras

Política

O cheiro de negociata na privatização da Eletrobras

por André Barrocal — publicado 28/08/2017 11h20, última modificação 28/08/2017 11h44

Cidadão pode pagar até 16% mais caro na conta de luz, mas acionistas

Figura 4: *print* da revista Carta Capital online, 28/08/2018

O texto carece de entrevistas com especialistas e prevalece a utilização de acusações e especulações. A única fonte citada, e de modo indireto por ter sido retirada de outra reportagem, é um informe da Aneel (Agência Nacional de Energia Elétrica) sobre a possibilidade do aumento nas tarifas de energia. Em alguns momentos, a matéria utiliza expressões como “efeito perverso”, “o risco renascerá” e “motivos para arrepiar-se”, para descrever as consequências da privatização.

Utiliza também um grande espaço para falar sobre os acionistas da empresa e de como, mesmo num cenário de crise, eles se saíram bem em seus investimentos, considerando, implicitamente, a venda da empresa como um negócio de especulação financeira que só beneficiaria os acionistas. Porém não fez um contraponto do modo como os políticos utilizaram a estatal.

Vê-se assim que, diametralmente oposto ao enquadramento da Veja, a cobertura da Carta Capital constrói sob o aspecto da piora dos preços e serviços, o enquadramento da privatização como prejuízo ao País e ao consumidor. Curiosamente, a revista também evoca o fantasma da corrupção, do ilícito, entretanto, ao contrário do enquadramento dominante em Veja, no promovido pela Carta, a corrupção viria, justamente, com a privatização, que, segundo a revista, “cheira a negociata”.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos recortes apresentados consideramos mais claras algumas observações que propúnhamos no início desta pesquisa. A construção discursiva dos produtos jornalísticos se deu, no caso da proposta de venda da Eletrobras, conforme os posicionamentos político-ideológicos ao quais os veículos estudados se identificam. Também foi possível observar a influência da linha ideológica desses meios sobre a produção textual dos jornalistas que os representam. Temos então, nos elementos analisados, uma clara demonstração do modo como os enquadramentos são escolhidos e como essas escolhas podem construir versões da realidade para o público ou até mesmo para os próprios jornalistas, que, lembremos, estão em uma situação de subordinação trabalhista com as empresas e acabam reproduzindo os interesses e as visões de mundo dos patrões nas matérias produzidas.

As considerações sobre enquadramento contidas nessa pesquisa, embora também possam ser aplicadas a outras empresas jornalísticas, refletem as diferentes perspectivas que Carta Capital e Veja têm utilizado nesse assunto de interesse nacional que é a questão das privatizações. Assim, os exemplos servem para ilustrar as novas demandas sobre este tema.

As quase cinco décadas de estudos efetivos sobre os enquadramentos já consolidaram os princípios desta teoria. Entretanto, consideramos ainda haver a necessidade, levando em conta o atual contexto político, econômico e social, além das mudanças na sociedade proporcionadas pela internet, de mais pesquisas sobre os enquadramentos construídos pelos meios de comunicação e sobre os efeitos que eles podem exercer no público. Seriam os leitores capazes de discernir as questões que foram focadas e/ou omitidas na construção dos argumentos alinhados com as respectivas ideologias dos veículos? Até que ponto os argumentos utilizados pelas revistas serviram para influenciar a opinião de seus leitores? São questionamentos que nós nos fazemos ao final deste trabalho depois de constatarmos as estratégias persuasivas presentes no discurso de Veja e Carta Capital sobre a privatização da Eletrobras.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Difel/Bertrand Brasil, 1989.
- CORREIA, J. C. **Teoria e Crítica do Discurso Noticioso**: Notas sobre Jornalismo e representações sociais. Covilhã: Livros LabCom, 2009.
- ENTMAN, R. M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, New York, v. 43, n. 4, p. 51-58, 1993.
- GITLIN, T. **The whole world is watching**: mass media and the making and unmaking of the new left. Berkeley: University of California, 1980.
- JUNIOR, L. P. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis: Vozes, 2006.
- KOENIG, T. On frame and framing. Anti-semitism as free speech: a case study. In: **ENCONTRO ANUAL DO IAMCR**, jul. 2004, Porto Alegre, RS.
- REESE, S. **Framing Public Life**. Perspectives on media and our understanding of the social world. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

SCHEUFELE, D.A. Framing as a theory of media effects. **Journal of Communication**, New York, v. 49, n. 1, p. 103-122, mar. 1999.

SPONHOLZ, L. **Jornalismo, conhecimento e objetividade**: além do espelho e das construções. Florianópolis: Insular, 2009. Volume 4.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, Vol. 2, 2013.

MESQUITA, F. **As fontes jornalísticas no Caso Dossiê**: uma análise de enquadramento da cobertura das revistas Veja, Época, Isto É e Carta Capital. Bauru: FAAC, 2008. Disponível em : <https://www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/Comunicacao/DissertacoesDefendidas/flavio.pdf> . Acesso em: 01/09/2017.