
Agenda-Setting e Enquadramento: a mesma teoria?¹

Laura Moura de ANDRADE²
Juliana Fernandes TEIXEIRA³
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Este artigo aborda as semelhanças e diferenças entre as teorias da Agenda-Setting e o Enquadramento, com o objetivo de levantar discussões sobre o tratamento de ambas como sinônimos ou não. Pontua-se as principais características do agendamento e do enquadramento. Além disso, é apresentado como essas teorias se expõem no jornalismo. Sobre o enquadramento, os autores apresentados serão Entman (1993), Goffman (1974) e Reese (2001); sobre agendamento, Traquina (1993) e Wolf (1987). Apresenta o agendamento como uma forma de enfatizar a dinâmica entre os comunicadores e suas audiências, enquanto o enquadramento está no poder de estruturar pensamentos sobre um determinado assunto.

PALAVRAS-CHAVE: Agenda-setting; Enquadramento; Jornalismo; Teorias da Comunicação.

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo apresentar semelhanças e diferenças entre a Teoria da Agenda e a do Enquadramento, que são bastante utilizadas em pesquisas na área dos efeitos midiáticos. A necessidade desta discussão nasce pelo fato de alguns autores considerarem o framing como uma fase do agenda-setting e outros a conceberem como teorias independentes.

Santos (2017, p. 16) explica que a proximidade entre as duas teorias se dá pela compreensão que “os media influenciam a percepção da audiência ao enfatizar determinadas questões, originando um primeiro nível de agenda-setting e através da saliência de atributos criam um segundo nível, onde atua o framing”.

Entende-se que a aproximação entre o enquadramento e o agenda-setting aconteça pela compreensão de ambas as teorias sejam formadas em meio ao “construtivismo

¹Artigo apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação e graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (UFPI). E-mail: lauramdandrade@gmail.com.

³Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação e Cultura Contemporânea pela UFBA e em Ciências da Comunicação pela UBI. Professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Federal do Piauí (UFPI). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal do Piauí (PPGCOM-UFPI). E-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com.

social”, etapa perpassada pelos estudos de Comunicação. Dessa forma, tais teorias giram em torno do entendimento que a realidade social seja construída a partir de vários aspectos, sendo um deles os meios de comunicação de massa. Sugere ainda que o enquadramento possa ser adotado como uma estratégica teórica de pesquisa, substituindo, assim, a tática empírica do agendamento, algo que, segundo McCombs (1981), é tratado como o principal problema do agenda-setting.

Primeiramente, serão apresentadas nesse artigo as principais características da Teoria da Agenda, sob o aporte teórico de Wolf (1987) e Traquina (1993), e do enquadramento, sob o viés de Entman (1993), Goffman (1974) e Reese (2001). Em seguida, uma exposição sobre a presença e influência dessas teorias no jornalismo como, por exemplo, em tempos de pandemia. Para o desenvolvimento deste artigo, utilizou-se a revisão bibliográfica, procedimento em que se busca teorias e metodologias acerca do tema, com o intuito de desenvolvê-los longe de uma perspectiva do senso comum e, conforme Stumpf (2009), evitar esforços em problemáticas cujas soluções já foram encontradas.

A bibliografia revisada contribuiu para a identificação, transcrição e análise de elementos relevantes em relação às teorias do Agendamento e Enquadramento. Dito isso, Stumpf (2009) pontua que a revisão bibliográfica favorece a argumentação sobre a relevância do trabalho.

AGENDA-SETTING: CARACTERÍSTICAS E QUESTIONAMENTOS

A Teoria da Agenda-Setting, Agenda, ou Agendamento, como são designadas neste artigo, surge com o intuito de compreender em que medida as notícias influenciam a importância que as pessoas dão aos temas, personagens e objeto. Ela foi criada a partir de um estudo de dois professores norte-americanos da Universidade Carolina do Norte, Maxwell McCombs e Donald L. Shaw, na década de 1970. Logo nos primeiros estudos, os resultados comprovaram a hipótese que os meios de comunicação agendariam os temas os quais os sujeitos considerariam como os mais importantes.

Essa teoria compõe um conjunto de estudos dos efeitos dos mass media a longo prazo. Tratam-se de tendências da Communication Research em ultrapassar os interesses do debate ideológico e, ao mesmo tempo, segundo Wolf (1987), propor integrações possíveis, acerca de problemas específicos, entre domínios disciplinares diversos. Elas

têm como objetivo analisar os processos e os modos como os meios de comunicação de massa estabelecem as condições para as experiências cotidianas do indivíduo.

Há discussões no campo comunicacional se a Agenda-Setting trata de uma hipótese ou teoria. Este artigo vincula-se a argumentação que o modelo de Agenda-Setting tenha alcançado o status de teoria por ter construído um corpus de tradição de pesquisa, apesar de sua dispersão (CASTRO, 2014).

Conforme Wolf (1987), a Agenda-Setting trata-se de uma teoria que o público irá saber, ignorar, prestar atenção ou negligenciar elementos específicos dos cenários públicos a depender da ação dos meios de informação. Ou seja, as pessoas podem incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media destacam ou não do seu próprio conteúdo.

A partir disso que Traquina (1993) destaca a importância do jornalismo, ou melhor, dos meios noticiosos em qualquer sociedade. É através do agendamento que a mídia determina quais acontecimentos têm o direito a existência pública. “A publicação de um assunto nos media pode trazer-lhe um estatuto mais objetivo enquanto questão realmente validade de interesse público, como não teria sido, caso tivesse ficado como mero relatório feito por técnicos e especialistas” (TRAQUINA, 1993, p. 233).

Observa-se que esta teoria compreende que grande parte da realidade social é fornecida pelos meios de comunicação de massa. Por este motivo, de acordo com McCombs (1981), ela foi desenvolvida sob a perspectiva de um interesse em verificar como as pessoas organizam e estruturam a realidade. Para Caetano e Teixeira (2018), quando um tema é retirado da agenda pública, configura-se uma dificuldade no assunto em ser compartilhado pelos sujeitos, de tal forma que ele seja ativado dentro dos processos de trocas de memórias.

O conteúdo não dito abre espaço no imaginário coletivo para os assuntos ordenados pelos meios de comunicação. Tal preenchimento constrói um discurso não falado, o discurso da ausência, que interfere diretamente na forma como os indivíduos encaram a realidade e como se relacionam com ela. A ausência de uma narrativa pode levar até a inexistência oficial do fato não narrado, ainda que isso reforce e demarque indelevelmente o conteúdo ideológico, propositado ou não, dessa não-realidade. (CAETANO; TEIXEIRA, 2018, p. 6)

Por este motivo, Traquina (1993) a atenção concentrada dos media confere o estatuto de elevado interesse público às questões que são salientadas. Assim, a marcação de agenda também é um efeito de confirmação da realidade. Já Wolf (1987), em sua obra,

cita uma pesquisa realizada pelos pesquisadores McClure e Patterson (1976) sobre uma campanha presidencial norte-americana, e faz uma nova observação sobre a teoria: o aumento do consumo de informações repassadas pela televisão não reflete uma alta no efeito do agenda-setting, diferente do que ocorre no impresso. Ou seja, os dois meios de comunicação apresentam um poder de influência diferente.

Os estudos apontaram que, em decorrência das características específicas dos noticiários televisivos, a eficácia do agendamento não seria duradoura na televisão, se comparado às informações escritas. Entretanto, tais afirmações são defasadas, visto que o meio televisivo cresceu nos últimos tempos, a ponto do telejornal se tornar, conforme Becker (2005, p. 111) o “produto de informação de maior impacto na sociedade contemporânea e a principal fonte de conhecimento dos acontecimentos sociais para a maioria das pessoas”.

É um espaço importante de construção de sentidos e identidades do Brasil e do mundo. A TV cria, através do telejornal, uma experiência diária e coletiva da nação, permitindo uma aproximação mínima entre setores sociais e regionais diversos, agregando valores e lançando contradições nacionais e perspectivas de desenvolvimento. (BECKER, 2005, p. 111)

Além disso, tais argumentos foram formados anterior à explosão da internet e das redes sociais. Wolf (1987) defende que a agenda-setting seja um núcleo de temas e de conhecimentos parciais, suscetível de ser, posteriormente, organizado e integrado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos de realidade exercidos pelos mass media, do que um modelo de pesquisa definido e estável.

De todo modo, a teoria do agendamento contribuiu para a compreensão entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidos através dos mass media, e a experiência vivida diretamente pelos indivíduos.

ENQUADRAMENTO

A palavra enquadramento deriva-se de “quadro” que, em inglês, é traduzido para “frame”. A noção de “frame” passou a ser estudada nas ciências sociais e humanas a partir do antropólogo Gregory Bateson, em seu livro denominado “A Theory of Play and Fantasy”, em 1955. Para ele, o conceito de quadro se relaciona com o de contexto e enquadrar seria delimitar um conjunto de mensagens que adquirem sentido na situação partilhada pelos interlocutores. O enquadramento, portanto, reconhece suas origens fora do Campo da Comunicação, mas na psicologia cognitiva e na sociologia interpretativa.

Em 1974, Erving Goffman apresentou o conceito de quadro como organizador e definidor da percepção de realidade. Eles são socialmente construídos por meio dos processos de seleção, exclusão e ênfase de determinados aspectos e informações, de tal forma que compõem perspectivas através das quais os eventos ou situações são dados a conhecer. Os enquadramentos, portanto, funcionam como princípios básicos de organização das nossas experiências.

A aplicação do enquadramento nos estudos de jornalismo foi realizada por Gaye Tuchmann (1978). Para a autora, a notícia é uma janela para um mundo que dá ao público aquilo que ele deve, necessita e quer saber. Entretanto, o enquadramento dado à notícia pode ser problemático. “A vista por uma janela depende se a janela é grande por pequena (...), se o vidro é opaco ou transparente e se a janela está de frente para uma rua ou um quintal” (TUCHMANN, 1978, p. 1).

Tuchmann (1978) defende a ideia de que os meios de comunicação de notícia delimitam o enquadramento através do qual os sujeitos discutem acontecimentos públicos, mas que a qualidade do debate cívico depende necessariamente das informações disponíveis. Assim, estudar enquadramento é pesquisar sobre a construção da notícia e o que leva os jornalistas a decidirem que determinado assunto é notícia. A autora vê a “notícia como um enquadramento, examinando como esse enquadramento é constituído - como as organizações de jornalismo e jornalistas são estruturadas” (TUCHMANN, 1978, p. 1).

Para Carvalho (2009), as noções de enquadramento são esclarecedoras para a compreensão que, no processo de construção de uma notícia, são acionados quadros de referências responsáveis por salientar certos aspectos do real, com o objetivo de dar inteligibilidade ao que é noticiado. Entretanto, esses quadros não são coincidentes para todos os atores que disputam os sentidos atribuídos a determinados acontecimentos transformados em notícia.

Essencialmente, o enquadramento envolve seleção e relevância. A partir destes procedimentos é que o conceito de enquadramento oferece uma maneira de descrever o poder de um texto comunicativo. Portanto, a análise de frames demonstra como a influência sobre a consciência humana é exercida pela transferência, ou comunicação, de informações de um local. Assim, Entman (1993, p. 52) fala sobre os processos para o estudo dos enquadramentos na mídia.

Enquadrar é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e torná-los mais salientes de uma forma a ser comunicado no texto, de modo a promover uma definição de problema particular, interpretação causal, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento.

Desse modo, pode-se afirmar que os enquadramentos destacam aspectos específicos da realidade descrita, o que geram o desvio da atenção de outros aspectos. Reese (2001) ressalta que Enquadramento como um exercício de poder, particularmente porque afeta nossa compreensão de um mundo político. “Frames são princípios organizadores que são socialmente compartilhados e persistente ao longo do tempo, que funciona simbolicamente para estruturar de forma significativa o mundo social” (REESE, 2001, p. 5).

AGENDA-SETTING E ENQUADRAMENTO: UMA APROXIMAÇÃO POSSÍVEL

Observa-se, então, que há uma aproximação entre as teorias do agendamento e do enquadramento jornalístico, de modo que a abordagem deste último se insere no paradigma emergente do estudo dos efeitos dos mass media, que é formado pela teoria do agendamento e a da espiral do silêncio, de Noelle-Neumann (1973). Elas recuperam a noção de poder dos meios de comunicação e iniciam uma nova etapa dos estudos de Comunicação denominado “construtivismo social”. Trata-se de um período em que ocorre também o reconhecimento da capacidade limitada e poderosa dos efeitos destes meios.

Verifica-se, então, que a agenda e o enquadramento trabalham a ideia que a realidade social dos indivíduos é composta através da influência dos meios de comunicação, mas não é o único fator. Para Gonçalves (2011, p. 161) “os indivíduos não estão absolutamente expostos à influência dos media. Eles mobilizam para o processamento e interpretação da realidade social a sua experiência direta, a interação com os seus pares e desenvolvem interpretações seletivas das mensagens dos media”.

Assim, a influência dos meios de comunicação sobre a realidade social pode ocorrer por meio do destaque, do esquecimento, do prestar atenção ou da negligência de um conhecimento. Isso pode acontecer por diversas razões: falta de tempo para checagem, necessidade de edição do material jornalístico, prejuízos aos interesses políticos da empresa e entre outros.

Seja quais sejam as motivações pelas quais um assunto foi ignorado pelo jornalismo, segundo Caetano e Teixeira (2018, p. 9), “o fato comum é que sejam quais forem os motivos pelos quais uma narrativa é ignorada, ela e qualquer outra, até esta decisão, passa por inúmeros caminhos e portões, alterando definitivamente a memória coletiva social e aquilo que entendemos por realidade”.

Sobre isso, algo apontado pelos estudiosos das duas correntes seria a construção de uma memória coletiva, apesar da influência dos meios de comunicação não ser decisiva nesse processo.

O quadro determina se a maioria das pessoas percebem, como entendem e se lembram de um problema, bem como a forma como elas avaliam e escolhem agir em relação a isso. A noção de frame, portanto, implica que o quadro tem um efeito comum em grandes porções de o público receptor, embora não seja provável que tenha um efeito universal sobre tudo. (ENTMAN, 1993, p. 54)

Outra semelhança seria os processos de ambas as teorias. Santos (2017) levanta um argumento utilizado por alguns pesquisadores da Comunicação que a Agenda-Setting e o Framing compartilham um terreno comum, visto que a produção de enquadramento envolve a seleção de aspetos da realidade e o seu destaque no texto noticioso através da seleção e partilha de determinadas características. Entretanto, o autor ressalta que esta abordagem é criticada por outros investigadores por motivos conceituais como empíricos e por considerarem tal ideia redutora ao ignorar o contexto da história e o papel do jornalista na estruturação do conteúdo noticioso e reduzir o frame a um mero atributo.

Agenda-setting é considerada mais do que clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias, igualmente, nos dizem como pensar acerca disso. A seleção de objetos para a atenção e a seleção dos enquadres pensados acerca destes objetos são o ponto forte do papel do agenda-setting. (MCCOMBS, 1993, p. 62, apud COLLING, 2001, p. 94)

McCombs (1981) argumenta que a agenda-setting possui a necessidade de uma estratégia teórica de pesquisa que substitua o empirismo tático. Wolf (1987) pontua que a teoria do agendamento seria, portanto, um bom terreno para integrações com outras tendências de pesquisa. Assim, o enquadramento como referencial teórico e metodológico seria uma alternativa para o enriquecimento da hipótese do agenda-setting.

As duas teorias possuem uma aproximação nítida e diversas características semelhantes entre si. Entretanto, o enquadramento não deve ser encarado como um estudo de continuidade do agenda-setting, pois Kosicki (1993, apud Santos 2017) considera que

o enquadramento se define por uma perspectiva cognitiva explícita contrariamente à teoria do agendamento.

Em muitos estudos, os frames são vistos como características do conteúdo que produzem efeitos midiáticos. Em outras palavras, é como se o enquadramento fosse sinônimo de agenda de atributos. Para Rosseto e Silva (2012, p. 112), a resolução desta problemática seria “estudos mais abrangentes devem ser elaborados visando a uma explicação mais pormenorizada na aplicação empírica das teorias”, a partir de revisões bibliográficas e emprego em trabalhos empíricos para que se evolua a discussão no campo acadêmico.

AGENDA-SETTING, ENQUADRAMENTO, JORNALISMO E PANDEMIA

O entendimento destas duas teorias torna-se mais fácil quando se observa a prática jornalística. O conteúdo jornalístico implica em escolhas, assim, as informações são selecionadas, enquadradas e agendadas para um determinado dia e horário. Esse processo de construção de uma notícia, reportagem, e até mesmo do próprio noticiário, será fundamental para a percepção da realidade social dos indivíduos.

Segundo Lippman (2008), a notícia tem como função trazer luz aos fatos escondidos, pô-los em relação um com o outro e fazer uma imagem da realidade com base na qual os sujeitos possam atuar. Entretanto, o autor ressalta que a imprensa nunca terá a capacidade de toda a vida pública da humanidade, ou seja, ela não consegue abarcar em seu universo todos os assuntos que merecem uma atenção da sociedade.

A notícia age como uma espécie de “pregoeira” da sociedade. De acordo com Tuchmann (1978), elas conferem as ocorrências do dia-a-dia seu caráter público, na medida em que transforma meros fatos em acontecimentos discutíveis. Por outro lado, para Botton (2015, p. 11), o noticiário não se limita em apenas informar sobre o mundo, pois “ele empenha-se o tempo inteiro em modelar um novo planeta em nossa mente, um que esteja de acordo com suas prioridades muitas vezes bem específicas”.

Um exemplo disso seria a cobertura sobre a pandemia da Covid-19. O jornalismo teve um papel fundamental no processo de adaptação dos indivíduos às medidas para conter o avanço do novo coronavírus. A repetição da importância do uso de máscara, da higienização das mãos, do respeito ao distanciamento social nos noticiários serviu para moldar a população para os novos tempos.

A preocupação com a construção da realidade social através do jornalismo se torna ainda mais presente na televisão, por ser o meio de comunicação mais popular do país.

O telejornal transforma a organização espacial e temporal da vida social, criando novas percepções sobre a realidade, gerando uma nova intimidade com pessoas e lugares antes distantes e desconhecidos. O telejornalismo é uma forma diferenciada de ação e de interação no mundo social, pois determina novos tipos de relações sociais e novas maneiras do indivíduo entender e relacionar-se com o mundo e com ele mesmo. Mais do que “ver” o mundo e ter informações sobre ele por meio da mídia, o receptor constrói parte da vida “emocional” por meio do que apreende desta mídia. Não raro, o receptor/telespectador se emociona tanto com os dramas do telejornal, que apreende informações (nem sempre positivas) e vivências emocionais diversas. No entanto, este conhecimento emocional é quase imperceptível, pois chega de forma rotineira: ver televisão é uma atividade do dia a dia, para a qual o receptor reserva pouca (ou nenhuma) análise crítica. (TEMER, 2010, p.112)

Assim, as teorias do agendamento e enquadramento seguem presentes no cotidiano das redações enquanto parte da construção de notícia, e ambas giram em torno das escolhas feitas pelos sujeitos envolvidos no processo. Apesar da academia chegar a praticamente um consenso que os meios de comunicação possuem poderes e efeitos limitados, é fato que as pessoas ainda apresentam a tendência a incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que a mídia, no seu conceito mais amplo possível, inclui ou exclui do próprio conteúdo.

Além disso, segundo Colling (2001), os estudos de agenda-setting, por exemplo, vêm se tornando cada vez mais importantes porque os meios de comunicação de massa assumem um papel fundamental na disseminação de informações do mundo contemporâneo. Tal fenômeno se torna ainda mais visível na pandemia da Covid-19.

A doença causada pelo coronavírus se tornou destaque no jornalismo local, nacional e internacional por carregar consigo uma forte carga simbólica por remeter à desordem, conforme Ferraz (2020), provocando mortes e afetando a rotina de cidades, estados e países. A Kantar Ibope, empresa responsável pela medição de audiência, por exemplo, registrou um aumento na audiência da televisão durante a pandemia. Isso porque a informação de qualidade sobre uma doença até então desconhecida passou a ser mais valorizada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As teorias do agendamento e enquadramento são tradicionais em pesquisas que abordam os impactos que a mídia exerce sobre os indivíduos. Para as duas teorias, os meios de comunicação participam do processo de construção de uma realidade social para os sujeitos e, assim, surge-se a era do “construtivismo social”. A influência sobre o cotidiano das pessoas, mesmo que de forma limitada, é entendida como uma das responsáveis pela formação de uma memória coletiva da sociedade.

Tais percepções são pioneiras pela teoria do agendamento. “As formulações clássicas do agendamento sustentam que a compreensão das pessoas sobre grande parte da vida social se baseia nos temas pautados pelos meios jornalísticos; a mídia teria assim a capacidade de agendar o que deve ser pensado e discutido na esfera pública” (GUTMANN, 2006, p. 39). Desse modo, o enquadramento é visto em alguns estudos como uma continuidade da hipótese do agenda-setting.

Entretanto, é necessário ressaltar que o agendamento enfatiza a dinâmica entre os comunicadores e suas audiências, enquanto o enquadramento está no poder de estruturar pensamentos sobre um determinado assunto. Assim, o frame se define por uma perspectiva cognitiva, diferentemente da agenda.

O enquadramento não deve ser visto como uma extensão do agenda-setting. Para Scheufele (1999) apud Santos (2017, p. 18), “enquanto o agenda-setting ocupa-se da seleção e destaque das notícias, referindo-se ao objeto, o framing seleciona e dá destaque aos termos divulgados, referindo-se aos atributos de transmissão e, por tudo isto, consideramos que estes dois conceitos não podem ser entendidos como semelhantes”.

Contudo, tais teorias apresentam lacunas como, por exemplo, a dificuldade em quantificar as influências nos processos cognitivos do público. Para Colling (2001), divergências semelhantes são apontadas no início do desenvolvimento do conceito de agenda-setting e perduram nos estudos sobre os enquadramentos. Ambas necessitam de um refinamento, de tal modo que possa contribuir para, segundo Gutmann (2006), discussões sobre os padrões de percepção e interpretação de sociedades através dos meios de comunicação de massa.

Entretanto, isso não impediu que as pesquisas acerca das duas teorias apresentassem considerações importantes para o campo comunicacional. As pesquisas comprovam que há momentos em que a mídia exerce efeitos significativos tanto no estabelecimento da agenda de receptores, como na assimilação do enquadramento verificado nos meios de comunicação.

REFERÊNCIAS

BATESON, G. (1955). **Uma teoria de jogo e fantasia**. Psychiatric Research Reports, 2, 39-51.
BECKER, B.. **Homer Simpson: O protagonista** (in)visível dos 35 anos do Jornal Nacional. Estudos em Jornalismo e Mídia (UFSC), Florianópolis, Brasil, v. 2, n.1, p. 109-121, 2005.

CAETANO, D. M; TEIXEIRA, W. M. **O Guardiã, a Agenda e o Quadro: discurso, memória e realidade no jornalismo**. In: XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação: Trabalho apresentado ao GP Teorias do Jornalismo, 2018, Joinville. Anais...Santa Catarina, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/lista_area_DT1-TJ.htm>. Acesso em: 12 de julho de 2021.

CARVALHO, C. A. de. **O enquadramento como conceito desafiador à compreensão do jornalismo**. In: Anais do XIV Congresso de Comunicação da região Sudeste, 7 a 9 de maio de 2009, Rio de Janeiro [recurso eletrônico]: comunicação, educação e cultura na era digital/ organizado por Nélia Rodrigues Del Bianco, Maria do Carmo Silva Barbosa e Ivana Bentes. [realização Intercom e Universidade Federal do Rio de Janeiro] – São Paulo, Intercom, 2009, p. 1-13. Disponível e: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-0206-1.pdf>>. Acesso em 12 de agosto de 2021.

CASTRO, Davi de. **Agenda-setting: hipótese ou teoria?** Análise da trajetória do modelo de Agendamento ancorada nos conceitos de Imre Lakatos. In Revista Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 31, p. 197-214, dez. 2014.

COLLING, Leandro. **Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados**. Revista Famecos, n. 14, pp. 89-101, 2001.

ENTMAN, Robert M. **Framing: Toward clarification of a fractured paradigm**. Journal of Communication, 43(4), 1993, p. 51-58.

FERRAZ, L. M.R. **Saúde e política na crise da Covid-19: apontamentos sobre a pandemia na imprensa brasileira**. Reciis – RevEletronComunInfInov Saúde. 2020. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/viewFile/2128/2351>. Acesso em: 12 out2020.

GOFFMAN, E. **Frame analysis: an essay on the organization of experience**. Cambridge: Harvard University Press, 1974.

GONÇALVES, T. **A abordagem do enquadramento nos estudos do jornalismo**. Caleidoscópio - Revista de Comunicação e Cultura, 2011, nº 5/6, pp. 157, 167.

GUTMANN, Juliana Freire. **Quadros narrativos pautados pela mídia: framing como segundo nível do agenda- setting?** Contemporânea, 2006, Vol.4 • nº1 p.25-50.

LIPPMAN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

MELO, José Marques de. **A recepção das ideias de Wilbur Schramm no Brasil**. Seminário Schramm: os paradigmas da comunicação para o desenvolvimento. Pernambuco: UFPE, maio, 2007.

MIRANDA, C. M. **Fontes jornalísticas em Veja: enquadramento como estratégia de noticiabilidade em pautas de clima e meio ambiente**. 2012. Trabalho de Dissertação (Pós-

Graduação em Comunicação Midiática). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2012.

REESE, Stephen. **Prologue – Framing public life:** a bridging model for media research. In: REESE, Stephen; GANDY, Oscar; GRANT, August (eds.). *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum, 2001, p. 7-31.

ROSSETO, Graça Penha Nascimento; SILVA, Alberto Marques. **Agenda-setting e Framing:** detalhes de uma mesma teoria? *Intexto*, n. 26, p. 98–114, 2012.

SANTOS, R. **Análise de processos de framing na cobertura jornalística de escândalos bancários** - O caso do BES, Lehman Brothers, HSBC. Trabalho de Dissertação, (Pós-Graduação em Ciências da Comunicação). Universidade do Porto, Portugal, 2017. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/108917/2/231622.pdf>>. Acesso em: 14 de julho de 2021.

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa bibliográfica**. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009, pp. 51-61.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo:** questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal**. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil:** história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010, pp.101-126.

TUCHMANN, Gaye. **Making News**. New York: The Free Press, 1978.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa (Pt): Presença, 1987.