

O enquadramento dos preparativos para a Copa do Mundo de 2014 em produções especiais

Naara Lima NORMANDE¹

Resumo

Este trabalho tem o objetivo de avaliar o enquadramento dos preparativos para a Copa do Mundo de 2014 no Brasil a partir da comparação de produções especiais de dois grupos de mídia com o material do portal oficial do evento. Para tal análise de conteúdo, foram selecionados dois especiais, do Jornal do Commercio Online, grupo de Recife que se destaca neste tipo de produção, e o Zero Hora, de Porto Alegre, juntamente com as páginas das respectivas cidades no Portal da Copa do Governo Federal. Acredita-se que a diversidade de elementos multimídias integrados num mesmo ambiente, característica principal dos especiais, reforça o enquadramento dado ao tema, que variou entre aspectos essencialmente econômicos, políticos e sociais.

Palavras-chave: Jornalismo. Media effects. Enquadramento. Especiais. Copa do Mundo.

Introdução

“Juntos num só ritmo”. Esse é o slogan da Copa do Mundo de 2014 que terá o Brasil como sede do evento. A decisão foi anunciada ainda em 2007, pela Federação Internacional de Futebol (FIFA), e dois anos depois a entidade revelou as cidades-sede do evento: Manaus, Fortaleza, Natal, Recife, Salvador, Brasília, Cuiabá, Belo Horizonte, São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Porto Alegre.

Para Édison Gastaldo, a “Copa do Mundo é muito mais do que um mero torneio de futebol: ela é a chance de colocar a própria nação em perspectiva comparada com o resto do mundo” (GASTALDO, 2002, p. 37). O autor destaca, entretanto, que é um evento midiaticizado e que só existe enquanto realidade mediada, principalmente pela televisão.

¹ Mestranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Integra o Projeto Laboratório de Jornalismo Convergente (PPP n. 0060 FAPESB/CnPQ) e o Grupo de Jornalismo Online - GJOL. E-mail: naara.normande@gmail.com

A grandiosidade do evento traz discussões em torno do futebol da seleção brasileira, e também dos preparativos do Brasil e cidades-sede em relação às condições estruturais para receber tantos indivíduos numa mesma época, de 12 de junho a 13 de julho de 2014. A estrutura, ou melhor, a falta de estrutura para a Copa do Mundo é assunto discutido pela população e, claro, pautado também pelos meios de comunicação.

Com uma pauta que vai muito além do esporte, a Copa do Mundo é destacadamente um evento político e econômico. Em Porto Alegre, por exemplo, espera-se a realização de investimentos em obras equivalente ao de 15 anos em apenas quatro anos. Segundo um levantamento da Federação das Indústrias do Rio Grande do Sul em 2010, 46,2% dos entrevistados entende que o Brasil não está preparado para receber o evento. E para 56,3% dos gaúchos, a competição estimulará a geração de empregos e o crescimento econômico da cidade (ECHEVERRIA, 2010, p. 106).

Nesse contexto dos preparativos para a Copa, a análise de enquadramentos parece oportuna para identificar a seleção e saliência dada por empresas de mídia e portal oficial do evento. As produções especiais foram escolhidas para esta pesquisa por acreditar que a diversidade de elementos multimídias integrados num mesmo ambiente reforça o enquadramento dado ao tema.

1 Enquadramento

O conceito de enquadramento é utilizado nas ciências sociais para fins descritivos e analíticos, e pode ser encontrado em estudos de psicologia cognitiva, linguística, comunicação e ciência política. Essa linha de estudos tem fundamento inicial nos trabalhos de Erving Goffman (1974) que descreveu enquadramento como “esquemas de interpretação” que possibilitam aos indivíduos uma localização, percepção, identificação e classificação de assuntos e eventos. Para Goffman, as palavras ajudam as pessoas a negociarem sentido através de lentes das crenças culturais e visões de mundo (D’ANGELO E KUYPERS, 2009).

Gamson e Modigliani (1989) descreveram enquadramento como “pacotes interpretativos” que estão inseridos dentro de largos recipientes chamados de “pacotes de mídia”. Para os autores, esses “pacotes de mídia” possuem uma ideia central

organizada (o *frame*) e um número de “símbolos condensados” (DAVIS, 2009). E acrescentaram que o enquadramento deve ser pensado como um processo dialético: não pode existir um *frame* sem outro *frame* contrário. Nesse mesmo sentido de ideias organizadoras centrais, Gitlin (1990) diz que:

Media frames são padrões persistentes da cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, pelos quais aqueles que têm a produção simbólica em mãos rotineiramente organizam o discurso, seja ele verbal ou visual. Enquadramentos possibilitam que os jornalistas processem altos níveis de informação rapidamente e rotineiramente: para reconhecer algo como informação, alocar em categorias definitivas, e empacotar para transmitir eficientemente para suas audiências. (GITLIN apud VIMIEIRO, 2010, p. 65).

No início da década de 90, Entman tenta fornecer uma compreensão mais precisa em relação ao enquadramento. Para o pesquisador, enquadrar é selecionar certos aspectos da realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto de comunicação, podendo, assim, promover quatro funções: definir problemas; diagnosticar causas; fazer julgamentos morais e sugerir tratamentos. Considera ainda que essas funções podem aparecer de maneira isolada, em conjunto ou também podem não estar presente numa sentença (ENTMAN, 1993, p. 52).

Para D’Angelo (2002), o enquadramento é guiado por uma combinação das perspectivas cognitiva, construtivista e crítica. A perspectiva cognitiva é a que mais se destaca nos estudos de efeitos de mídia e é largamente cética sobre como os *frames* implicam em poder a nível social, lidando com “negociação” ou interação de estruturas psicológicas. A perspectiva construtivista considera os *frames* como recursos relativamente benignos, ferramentas que são acessíveis em grande ou pequena escala aos atores sociais; enquanto que a perspectiva crítica considera os *frames* como controladores, hegemônicos e amarrados a fortes estruturas da elite (REESE, 2007, p. 149).

Considerando o enquadramento como um conceito sofisticado, Reese et al (2001) afirmam que esse adiciona possibilidades de respostas emocionais mais complexas. Segundo os autores, o enquadramento também reconhece a habilidade de um texto em definir a situação, os problemas e a configuração dos termos de um debate, além de refletir a riqueza do discurso da mídia e as diferenças sutis que são possíveis quando um tópico específico é apresentado em diferentes caminhos.

No campo da mídia, o conceito de enquadramento pode ser aplicado no nível da produção midiática (*frame production*), no nível do conteúdo de mídia (*media frames*) ou no nível da audiência (*framing effects/audience frames*). Este artigo tem a proposta de avaliar o enquadramento no nível do conteúdo de mídia, no caso específico de produções especiais de grupos de comunicação. Esses especiais, apesar de ainda constituírem uma pequena parte da produção jornalística em sites brasileiros, possuem elevado potencial de reforço da ideia central a partir do uso de elementos multimídia como fotografias, infográficos e, principalmente, vídeos.

2 Especiais

No ambiente da *web*, a reportagem é o gênero “mais apto para o aproveitamento das possibilidades hipertextuais, interativas e multimídias” (SALAVERRIA e CORES, 2005, p. 166). Em geral, esse gênero recebe denominações como “reportagem hipertextual” e “reportagem multimídia”. Lopez Garcia (2003) identificou três modelos: a reportagem de atualidade – semelhante ao meio impresso e com poucas aplicações hipertextuais; o especial temático – organizado como um índice onde a reportagem é desmembrada em elementos distintos; e o dossiê documental – com caráter didático ou de divulgação.

Segundo Larrondo Ureta (2007) o mais habitual na imprensa de internet é o especial. A autora defende que a reportagem especial se converteu em um bom exemplo de reportagem hipertextual/hipermídia onde são encontradas várias formas documentais para a contextualização dos eventos narrados. A estruturação desse material foi proposta por Lopez Garcia (2003) onde o conteúdo estaria organizado em distintos níveis. Inicialmente, o material ofereceria uma breve introdução do conteúdo disponível, algo como um guia de leitura, seguido depois por uma “contextualização primária” com entrevistas, análise de especialistas, fotografias, vídeos e, principalmente, infografias. O autor também propõe uma “contextualização secundária” onde seria possível ter acesso ao perfil dos personagens, notícias relacionadas, dados estatísticos ilustrativos; e, por fim, o acesso a fontes externas do meio que produziu a reportagem. (URETA, 2007, p. 447).

No Brasil, Raquel Longhi (2010) assim define o especial multimídia: “Grande reportagem constituída por formatos de linguagem multimídia convergentes, integrando gêneros como a entrevista, o documentário, a infografia, a opinião, a crítica, a pesquisa, dentre outros, num único pacote de informação, interativo e multilinear” (LONGHI, 2010, p. 153).

Para esta pesquisa os especiais identificados com a temática dos preparativos para a Copa do Mundo de 2014 foram *Heróis da Arena*, do Jornal do Commercio Online, do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação (Recife), e *As caras da Copa de 2014*, do portal Zero Hora, do grupo RBS (Porto Alegre).

O especial do grupo pernambucano, publicado em maio de 2012, é apresentado pela própria equipe de jornalistas através de um vídeo na página principal. Os profissionais afirmam que o objetivo do especial era mostrar como é a vida dos operários que constroem a Arena Pernambuco, estádio que vai sediar os jogos da Copa em Recife. “A gente tem que lembrar que a arena é feita de gente. Ela está sendo feita de músculos e de suor. Então, vamos contar um pouquinho da história dessas pessoas”. Já no especial do grupo gaúcho, a escolha da equipe foi apresentar as pessoas que trabalham para a Copa do Mundo de 2014 virar realidade na cidade de Porto Alegre. Para isso, foram entrevistados profissionais das mais diferentes áreas, dos transportes a gastronomia. Há espaço também para um acompanhamento da construção de todas as obras que foram propostas para a cidade, identificando a situação atual e a previsão de conclusão.

Para uma melhor compreensão dos enquadramentos nas produções especiais, é fundamental a comparação desse material com outros semelhantes, porém não nesse formato. Para tal, considerando que Recife e Porto Alegre são as duas cidades envolvidas nos especiais, tal abordagem será comparada com o foco dado a essas cidades-sedes pelo Portal da Copa, mantido pelo Governo Federal. Dessa forma, a hipótese deste trabalho, após uma verificação inicial do conteúdo, é que o gênero de especiais define e informa de maneira mais objetiva ao leitor o enquadramento escolhido para abordar um tema. Assim, acredita-se que são os diversos elementos multimídias que vão destacar a ideia central (o *frame*) bem como os símbolos que a reforçam.

3 O desafio metodológico

O desafio do momento no campo teórico do enquadramento segundo Vimieiro e Maia (2011) reside no caráter metodológico da *frame analysis*. Na tentativa de organizar o campo, as autoras resgataram a proposição formulada por Matthes e Kohring (2008) em relação aos procedimentos metodológicos nos estudos empíricos de enquadramentos de mídia. Esses pesquisadores destacaram cinco tipos de abordagens: hermenêutica – enquadramentos descritos detalhadamente e sem quantificações; linguística – enquadramentos identificados pela seleção, localização, estruturas das palavras e sentenças específicas; holística manual – enquadramentos gerados por uma análise qualitativa e depois codificados como variáveis holísticas numa análise manual e conteúdo; assistida por computador – grupos de palavras identificadas com o auxílio de algoritmos de agrupamento; e dedutiva – partem de enquadramentos genéricos, já previamente criados. (VIMIEIRO e MAIA, 2011, p. 239-239).

Em trabalho anterior, Tankard Jr (2001) concluiu que o conceito de enquadramento estava sendo utilizado com um discurso qualitativo ou de análise de texto e, dessa forma, poucos profissionais poderiam ser “expert” em analisar o enquadramento. Assim, propôs uma lista de quadros (*list of frames*) com 11 mecanismos para identificar os enquadramentos: 1) títulos ou manchetes; 2) subtítulos; 3) fotografias; 4) legendas das fotografias; 5) leads; 6) seleção de fontes/entrevistados; 7) seleção de declarações; 8) citações destacadas por aspas no meio do texto; 9) logotipos; 10) infográficos; 11) conclusão de declarações ou parágrafos de texto.

Para este trabalho foi definido o uso da lista de quadros proposta por Tankard Jr (2001), pelo fato de ser um procedimento já comumente replicado em outras pesquisas, bem como por se adaptar aos objetivos pretendidos aqui. Dessa forma, considerando o tempo de realização da pesquisa e a existência de vários elementos multimídia (texto, fotografia, infografia e vídeo) em um especial, foram selecionados os seguintes mecanismos de análise neste estudo: 1) fotografias; 2) seleção de fontes/entrevistados; 3) seleção de declarações e 4) infográficos. Além desses, foi selecionado o vídeo (5), que não está presente na classificação de Tankard Jr, mas que representa um elemento fundamental no estágio atual da *web*, principalmente de produções especiais.

4 Resultados

Cidade-sede Recife

Os dois produtos analisados em relação a essa cidade, o especial Heróis da Arena e a página de Recife no Portal da Copa, possuem enquadramentos totalmente diferentes. O especial do JC Online é claro na escolha da saliência do tema: o foco é na vida dos operários que constroem a Arena Pernambuco, ou seja, uma visão humanizada sobre os preparativos da Copa na cidade. Já no portal oficial, o foco é na construção da estrutura física, com a missão e os valores para a viabilização da mesma, sendo assim, uma abordagem matemática e institucional dos preparativos para o evento.

Em **Heróis da Arena**, tal abordagem é reforçada por todos os elementos multimídia utilizados no especial. Como um guia de leitura, o material é dividido em seis seções: Home, Canteiro de Sonhos, Um dia na Arena, Heróis, Extras e Bastidores. Ao todo, são quinze vídeos, duas galerias totalizando trinta fotos e sete fotografias espalhadas pelo material. Na *Home*, a fotografia composta por operários no trabalho ao entardecer, tem como ideia central (frame) um esforço diário realizado pelos trabalhadores do ambiente que, naquele momento, é exclusivamente deles. Por isso, a composição visual com as faixas de sinalização amarelas agrega outros símbolos à ideia (Figura 1).



Figura 1: Página principal do especial “Heróis da Arena”, do JC Online.

No *Canteiro de Sonhos*, a galeria de imagens retrata o dia a dia dos trabalhadores, além de outras que mostram a grandiosidade dos materiais utilizados na construção. No especial, todos os personagens, presentes em fotografias, vídeos e declarações são os próprios operários. Os personagens “especialistas” com afirmações técnicas tão comuns em matérias jornalísticas para dar credibilidade a um tema, aqui são desconsiderados, ou melhor, não salientados.

Com informações sobre a vida dentro e fora do trabalho no estádio, os sonhos dos operários são revelados e o posicionamento dado pelos jornalistas é de que aqueles três mil funcionários têm em comum a paixão pelo futebol. Tal enquadramento é dado pela equipe na construção do texto: “é a fome de bola do brasileiro mostrando a cara lá no meio do canteiro”. Para reforçar esse *frame*, são destacadas algumas declarações dos operários: “Seria ótimo se houvesse um campeonato interno dos funcionários antes mesmo de colocar o gramado, sabe? Mesmo que seja no chão de terra. É um desejo de todos os operários. Todo mundo é vidrado em futebol”.

Além da identificação de fotografias, fontes e declarações exclusivas dos funcionários da obra, são nos vídeos que podemos perceber claramente o enquadramento dado pela equipe. É o material audiovisual que atrai toda atenção para o especial. Na seção *Heróis*, são sete vídeos com personagens. Um deles é de uma mulher, a Marli, encarregada de turma. O apelo do *frame* é definido logo pelo título *A mulher – Orgulho* com a imagem da funcionária sorrindo e revelando os jogadores preferidos e as memórias de Copa do Mundo. (Figura 2)



Figura 2: Recorte do destaque dado a Marli, funcionária da Arena Pernambuco.

Avaliando as declarações que são salientadas no vídeo de 2min8seg, são identificados dois *frames*: preconceitos (na obra e no futebol) e expectativas para assistir aos jogos. Afirmções como essa se destacam: “Fui a primeira montadora do campo e sofri muito preconceito. Teve gente que foi brincar comigo dizendo que eu era montadora do Paraguai porque mulher não podia pegar peso. E eu mostrei que sou capaz”. O reforço vem logo em seguida: “E pra mim é motivo de orgulho saber que eu sou mulher e mandar nessa ‘macharada’ cheia de preconceito”.

Os outros vídeos seguem o mesmo padrão de dar a voz para os operários, com uma vinheta comum, semelhante ao que é feito pelo telejornalismo em séries especiais. Um que se destaca, principalmente pela trilha sonora, é o da família Silva denominado *Os talentosos Josés*. Dos 02min42seg, 47 segundos são dedicados exclusivamente para imagens, sob o fundo musical do hino nacional, de passes de bola que se encerram com a narração clássica de Galvão Bueno “Acabou, acabou. É tetra. É tetra”.

Nesse vídeo que tem o pai Lenildo José e dois filhos, todos eles funcionários da obra, vestidos com camisas da seleção brasileira, o enquadramento é único: a habilidade daqueles funcionários. Sem nenhum outro tipo de informação, o vídeo é dedicado ao pai apresentando os “dons” dos filhos, um relacionado ao futebol e outro relacionado à música. Após a fala do pai afirmando que o filho tem dom para a música, mas que ainda não encontrou o caminho, o vídeo parece tentar suprir essa condição e se propõe a dar a oportunidade do funcionário cantar seu rap sobre a obra: “Dia e noite, noite e dia/ Olha, de noite, noite e dia/ A produção é grande, ninguém para e nem esfria. Eu vou falar da montagem, turma não me leve a mal. Tô falando do Messias junto com o Estanislau (...)”.

Na página dedicada à cidade-sede Recife, no Portal da Copa, podemos destacar os seguintes *frames*: arena, sustentabilidade, mobilidade urbana e informações sobre a cidade de Recife. Em geral, nos textos inexistem qualquer declaração sobre o assunto. São apenas informações matemáticas e institucionais, a começar por um infográfico que apresenta os dados das obras: capacidade de 46 mil pessoas, investimento total de R\$ 500,2 milhões, financiamento federal de R\$ 400 milhões e previsão de conclusão para 2013. Assim também acontecem com as seis fotografias espalhadas pela página, todas focando a estrutura física da obra.

Muito mais carente de recursos multimídia que o especial do JC Online, o portal oficial tem apenas dois vídeos. O primeiro de apenas 35 segundos, é um monitoramento das obras, ainda de dezembro/2011. Sem sonoras, o vídeo apenas mostra imagens da construção da arena em um ritmo muito mais acelerado do que a captura normal de imagem e com uma trilha sonora agitada. Em relação ao estádio, é claro o *frame* institucional que tenta reforçar o avanço das obras através de imagens de escavadeiras, tratores e funcionários trabalhando rapidamente.

O outro vídeo, de 3min22seg, é dedicado para uma apresentação da cidade. Além de imagens de praias, centro histórico, carnaval, manguezal, rios e apresentações artísticas que buscam consolidar a diversidade cultural do estado, há também o fornecimento de dados sobre investimentos nas ações específicas para a Copa com imagens projetadas sobre o resultado final da obra. É apenas no final do vídeo, bem ao contrário do especial *Heróis da Arena*, que aparece uma rápida sonora com um operário da obra confirmando todo o discurso já apresentado. Vale destacar o gancho da jornalista: “É tanto orgulho no peito que Gibson, um dos operários da obra, fez questão de deixar tudo registrado, um arquivo completo e especial”. Em seguida, a declaração do trabalhador: “Sempre tiro fotos. Quando eu estou trabalhando vou aqui, vou ali e tiro foto pra amanhã ou depois quando o estádio estiver completo mostrar pros amigos”.

Em resumo, podemos considerar que os enquadramentos apresentados no especial foram mais problematizados porque foram abordados com as próprias pessoas envolvidas e reforçados nas declarações e vídeos. Percebe-se também que ao comparar o especial com o Portal da Copa não há sequer um enquadramento em comum.

<i>Especial “Heróis da Arena”</i>	<i>Portal da Copa – “Recife”</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Rotina e vida dos operários <li style="padding-left: 20px;">- Preconceito <li style="padding-left: 20px;">- Expectativas <li style="padding-left: 20px;">- Habilidades - Identidade nacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Situação das obras - Construção da Arena <li style="padding-left: 20px;">- Sustentabilidade <li style="padding-left: 20px;">- Mobilidade urbana - Apresentação de Recife

Cidade-sede Porto Alegre

No especial **As caras da Copa 2014 em Porto Alegre**, no site do Zero Hora, o *frame* é relacionado aos diferentes profissionais que ajudam a preparar a cidade para o evento mundial. Sem grande organização visual, o material é composto por cinco vídeos dispostos sem nenhum texto, apenas o título e uma chamada para assistir o material audiovisual. Um aspecto interessante é que no início da elaboração desta pesquisa eram quatro vídeos e, graças à possibilidade de atualização do material, outro vídeo surge para agregar o trabalho de mais profissionais. Além desses, há também a seção *Copômetro*, que funciona como um termômetro que acompanha as obras na cidade.

Os vídeos, até o momento, focam em trabalhadores da área do transporte, gastronomia e construção. Em todos eles não há falas dos jornalistas, é apenas a voz do entrevistado. Podemos considerar que há uma tentativa de aproximação mais documental, e o aspecto jornalístico é destacado principalmente a partir da saliência dada as declarações dos personagens, ou seja, a edição. Assim, consideramos que a ideia central no vídeo é revelada nas declarações, como é o caso dessa avaliação feita pelo personagem, o engenheiro Diego, no vídeo sobre o aeromóvel: “A Copa na verdade é uma boa desculpa pra gente fazer as grandes obras de infraestrutura que o Brasil tanto precisa. E Porto Alegre, claro, não se furta a isso”.

Com o objetivo de reforçar também a identidade brasileira, outra afirmação do engenheiro merece destaque: “Eu sinto muito orgulho de fazer parte de um projeto de inovação do nosso país, concebido e desenvolvido aqui, utilizando nossos talentos, a criatividade, a capacidade e a engenhosidade desse povo em encontrar soluções para os problemas do cotidiano”. Nesse vídeo, a ideia central foi realmente apresentar o executor de um projeto tão diferenciado na área dos transportes destacando o potencial da equipe.

Os vídeos seguem o mesmo padrão, com a vinheta e a voz apenas dos entrevistados. As imagens e sons, claro, variam de acordo com o ambiente de trabalho daquele profissional. Um foco muito abordado quando se pensa em preparativos para um evento mundial é a questão da capacitação. Esse *frame* foi encontrado no vídeo sobre o gerente de um restaurante que destaca a qualificação dos colaboradores para atender os turistas. (Figura 3). Assim como em outro vídeo sobre capacitação no setor de transportes, a ideia central foi a questão da aprendizagem do idioma, no caso o

inglês. Em suma, podemos considerar que existem dois vídeos com o mesmo *frame*, destacando, porém, ambientes diferentes. Uma repetição, de fato, desnecessária.



Figura 3: Vídeos do especial As Caras da Copa, do Zero Hora.

No especial gaúcho, a seção *Copômetro* é a que mais tem equivalência com a abordagem dada pelo Portal da Copa. Utilizando informações como valores e responsáveis pela obra, a seção destaca a real situação de determinada construção e informa também a previsão de conclusão. Onze obras são acompanhadas, com fotos atuais e também imagens projetadas. (Figura 4). É uma abordagem bastante interessante porque reúne os dados oficiais com a visão de fiscalizar o encaminhamento daquelas obras.



Figura 4: Seção *Copômetro* do especial As Caras da Copa de 2014.

Na página de Porto Alegre do portal da Copa, os enquadramentos são equivalentes aqueles da cidade-sede de Recife. Pode-se considerar uma padronização, de forma que há também um infográfico com informações matemáticas da obra: conclusão das obras para dezembro de 2013, capacidade 52 mil, investimento total de

R\$ 330 milhões, financiamento federal R\$ 235 milhões. Assim como no exemplo de Recife, destacam-se os enquadramentos em relação ao estádio, sustentabilidade, mobilidade urbana e a apresentação da cidade como *Terra da qualidade de vida*.

De forma geral, percebe-se que o enquadramento dessa página é muito mais relacionado com os benefícios que as obras para a Copa vão trazer para a cidade do que com o evento da Copa do Mundo em si. Prova disso é que um dos vídeos, assinado pela Prefeitura de Porto Alegre e não pelo Portal da Copa, apresenta em 3min37seg todas as melhorias que vão ocorrer na cidade. A própria introdução ao vídeo já indica o enquadramento: “Copa do Mundo 2014, para muitos, diversão e união durante 30 dias. Para Porto Alegre, mais que uma oportunidade. Um legado”. E assim, a planta geográfica da cidade ganha vida e todas as intervenções são destacadas. Esse vídeo reforça totalmente o caráter institucional do Portal da Copa, ao ponto que permite a idealização da cidade na apresentação e também nas mudanças programadas para receber o evento.

Em resumo, podemos considerar que os enquadramentos do especial apenas apresentam as situações sem problematizá-las, ou seja, sem relacionar com outros símbolos que fazem referência a ideia central do especial. O aspecto mais diferenciado é o *Copômetro*, e que revela uma interseção interessante entre os enquadramentos do especial e do portal. Dessa forma, destacamos os seguintes *frames*:

<i>Especial “As caras da Copa”</i>	<i>Portal da Copa – Porto Alegre</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Rotina de profissionais de diversas áreas - Capacitação profissional - Identidade nacional - Situação das obras 	<ul style="list-style-type: none"> - Situação das obras - Apresentação e mudanças em Porto Alegre - Sustentabilidade - Mobilidade urbana

Considerações finais

O trabalho de produção de um especial envolve uma equipe de profissionais muito além da atividade rotineira de uma redação. Além da produção escrita, a fotografia, a diagramação e, principalmente, o vídeo, são destaques nesse gênero. No caso dessas produções, o mais interessante é que a escolha de um enquadramento inicial

possibilita o surgimento de vários outros. E isso é possível pelo caráter de contextualização dos especiais, que permitem a exploração de um tema com várias saliências, algo que foi claramente observado na análise de conteúdo dos especiais deste trabalho.

Em ambos os especiais, *Heróis da Arena* e *As caras da Copa de 2014*, a escolha pelo foco de conhecer a vida dos profissionais envolvidos nos preparativos para o evento foi humanizada. Às vezes abordando *frames* diferenciados e outras vezes repetindo a ideia central, os especiais tiveram semelhanças.

Avaliamos, entretanto, que um dos potenciais para os especiais é também a possibilidade de contextualização de um tema a partir de inúmeros dados, algo que não aconteceu nos casos analisados, à leve exceção da seção *Copômetro*. O pensamento que surge, ao contrário do que verificamos, é que os *frames* identificados nos materiais poderiam estar presentes tanto no Portal da Copa quanto nos especiais. E, considerando que esta é uma análise inicial sobre a relação de enquadramento e produções especiais, é possível afirmar que a pesquisa atingiu um resultado satisfatório e conseguiu sustentar a hipótese. Entretanto, como este tipo de produção ainda não é muito estudada no Brasil, avaliamos que ainda há muito a ser explorado nesta área.

Referências

BENFORD, R; SNOW, D. Framing processes and social movements: an overview and assessment. **Revista Sociologia**. 2000, 611-639.

CARVALHO, C. Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico. **Revista Contemporânea**, Salvador, V. 7, n. 2, 2009, 15p.

CUNHA, R. **O enquadramento pelo design nos jornais brasileiros**. Anais do VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Luís, 2010, 18 p. Disponível em: <http://www.rodrirocunha.jor.br/textos/2010sbpjor.pdf>

D'ANGELO, P; KUYPERS, J. **Doing news framing analysis: empirical and theoretical perspectives**. 2010, Routledge, New York.

DANTAS, M; VIMIEIRO, A. C. Entre o explícito e o implícito: proposta para análise de enquadramento da mídia. **Lumina**. V. 3, n. 2, Juiz de Fora: UFJF, 2009, p. 1-16.

DAVIS, P. How the media frames “open access”? **The Journal of Electronic Publishing**. V. 12, 2009. Disponível em: <http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0012.101?rgn=main;view=fulltext>

ECHEVERRIA, B. **Processos de agendamento da imprensa: a copa do mundo de 2014 para além do esporte.** Dissertação do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre, 2010, 216 p.

ENTMAN, R. M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication.** V. 43, n. 4, 1993, p. 51-58.

MAIA, R. Debates públicos na mídia: enquadramentos e troca pública de razões. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 2, Brasília, 2009, p. 3030-340.

MAIA, R; VIMIEIRO, A. C. Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica para a identificação de frames culturais. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, 2011, p. 235-252.

PRUDÊNCIO, K; SANTOS, J. **Mídia e movimentos sociais: um esboço metodológico a partir da frame analysis de Erving Goffman.** Anais do IV Encontro da Compólitica. Rio de Janeiro, 2011, 18p.

REESE, S. D.; O.H. Gandy Jr.; A. E. Grant. **Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World.** 2001.

VIMIEIRO, A. C. **Análise de enquadramentos da mídia: onde estamos e para onde vamos?** Minas Gerais, 2011. Disponível em: <http://www.opiniaopublica.ufmg.br/biblioteca/enquadramento.pdf>