

Edição v. 43
número 2 / 2024

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 43(2)
mai/2024-ago/2024

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

TEMÁTICA LIVRE

What is news no interior da Bahia?

What is news in the countryside of Bahia?

JULIÁN DURAZO-HERRMANN

Université du Québec à Montreal (UQAM) – Montreal, Quebec, Canadá.
E-mail: julian.durazo@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4459-6729

LIA SEIXAS

Universidade Federal da Bahia (UFBA) – Salvador, Bahia, Brasil.
E-mail: liaseixas@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4459-6729

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

DURAZO HERRMANN, Julián; SEIXAS, Lia. What is news no interior da Bahia? **Contracampo**, Niterói, v. 43, n. 2, p. 01-19, maio/ago. 2024.

Submissão em: 09/03/2024. Revisor A: 12/05/2024; Revisor B: 03/05/2024; Revisor C: 23/05/2024. Aceite em: 24/06/2024.

DOI - <https://doi.org/10.22409/contracampo.v43i2.62240>

Resumo

O objetivo deste artigo é mostrar como a cultura política local pode influenciar no que é notícia, ou seja, como se constitui em um fator de noticiabilidade. Um destaque em website noticioso pode vir a ser notícia sem nenhum atributo (fator intrínseco), mas apenas pelo poder de elite (fator extrínseco). Analisamos oito websites regionais das duas regiões mais ricas e das duas regiões mais pobres da Bahia no período pré-eleitoral das eleições municipais de 2020. Como alternativa às classificações tradicionais, sugerimos uma análise dos valores-notícia com separação entre intrínsecos e extrínsecos e depois o estudo do evento-foco. Concluímos que um em cada dez destaques dos oito websites do interior da Bahia durante o período pré-eleitoral de 2020 têm o poder de elite como único critério de noticiabilidade.

Palavras-chaves

Valor-notícia; Política; Cultura

Abstract

The aim of this article is to show how local political culture can influence what makes the news, i.e. how it becomes a newsworthiness factor. A highlight on a news website can become news without any attribute (intrinsic factor), but only because of the power of the elite (extrinsic factor). We analyze the elite power factor in northeastern Brazilian state news in the pre-election period of the 2020 municipal elections. We examine eight regional websites from the two richest and two poorest regions of Bahia. We want to show how a highlight can become news without any intrinsic factor to the fact, but only by elite power as an extrinsic factor. As an alternative to traditional classifications, we suggested an analysis of news values with separation between intrinsic and extrinsic and then the study of the focus-event. We conclude that one in every ten highlights of the eight websites in the countryside of Bahia during the 2020 pre-election period has elite power as the only newsworthiness criterion.

Keywords

News value; Politics; Culture

Introdução

O que é notícia? O que deve ser notícia? Para a ciência política, essa é uma pergunta sobre visibilidade. Para o jornalismo, é uma pergunta sobre condição de noticiabilidade. Para os dois campos, é uma pergunta sobre práticas sociais, cultura e relações de poder. Para os dois campos, os estudos de enquadramento são importantes (Leal, 2007; Gingras 2009). Propomos aqui uma abordagem interdisciplinar e de métodos mistos (análise de conteúdo e pesquisa etnográfica). Os eventos se sustentam de forma aparentemente espontânea na cultura na qual o produto jornalístico se insere, ou seja, em uma rede de símbolos e significados produzida localmente que dão coerência ao texto para além do seu conteúdo específico (Ross, 1997). Logicamente, o dispositivo cultural precede o texto jornalístico (Mouillaud, 2012). Apesar das mudanças tecnológicas, os dispositivos culturais continuam a dar sustento às práticas jornalísticas, permitindo-lhes adaptar-se a novas circunstâncias, como a democratização da vida política ou o surgimento de novas mídias. O conservadorismo inerente a esse processo sustenta a reprodução do poder social das elites locais (Nunes Leal, 2012).

Este padrão renovado de mediação é conhecido como coronelismo eletrônico e que nós chamamos de coronelismo midiático para dar ênfase à conjunção entre a mídia e o tecido social local. O coronelismo midiático, então, permite que os padrões tradicionais de dominação social se reproduzam, aumentando a proximidade da mídia e limitando o pluralismo político através de uma cobertura seletiva e um enquadramento tendencioso dos conflitos sociais locais, tudo isso enquanto se negocia apoio político (e votos) para os políticos estaduais e federais em troca de tolerância às práticas antidemocráticas locais (Santos, 2008; Durazo Herrmann, 2017).

As práticas antidemocráticas constituem, portanto, as culturas regionais. Estas culturas regionais, fortemente influenciadas pela política local, devem permitir observar vieses normativos e escolhas jornalísticas diversos daqueles movidos pelo saber compartilhado por comunidades de sentido sediadas na capital estadual e influenciadas por perspectivas acadêmicas e expectativas políticas mais alinhadas ao mundo global do que às realidades regionais (Gomes, D. 2009).¹ Nossa hipótese é que fatores extrínsecos, portanto, como o contexto político, especialmente o das elites locais, podem suplantam fatores intrínsecos, frequentemente chamados no Brasil de valores substantivos (valores-notícia) para se decidir o que é ou não é notícia.

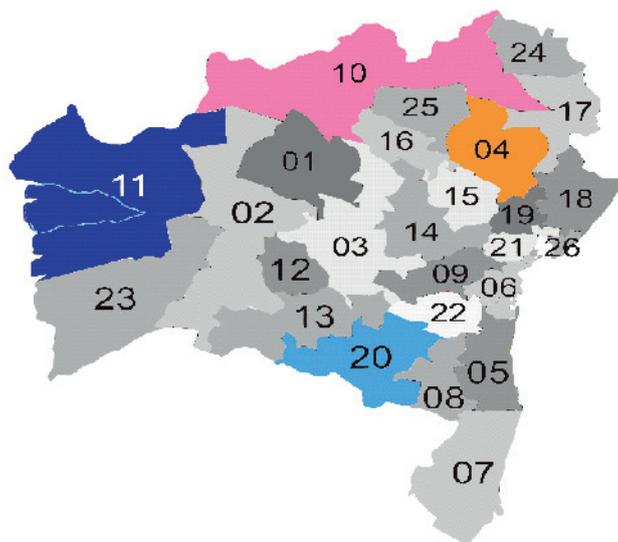
Nesta análise, não trabalhamos com produtos de referência, mas com websites noticiosos do interior do estado da Bahia, no Nordeste do Brasil,² em um contexto de eleições locais, nos 15 dias antecedentes às eleições municipais de 2020 (1º de novembro a 15 de novembro). Estudamos blogs noticiosos independentes e voltados à cobertura local que não pertencem aos grandes conglomerados midiáticos nacionais ou estaduais (a chamada mídia independente no Brasil). Nosso argumento é que a mídia regional reproduz, através de meios tecnológicos contemporâneos, as práticas tradicionais de mediação que, desde o final do século XIX, têm sido utilizadas para integrar áreas remotas do Brasil à política nacional.

Para considerar a possível variação devida a diferentes níveis de prosperidade econômica, analisamos os destaques dos produtos jornalísticos regionais de dois sites das duas regiões mais ricas (Oeste e Sudoeste) e das duas regiões mais pobres do interior da Bahia (Vale do São Francisco e a região sisaleira, veja-se figura 1). Afirmamos que o grau relativo de prosperidade tenha pouca relevância para a cobertura feita pelos sites noticiosos do interior baiano, permitindo assim identificar mais claramente o impacto do poder de elite.

1 Sugerimos a existência de diversas comunidades interpretativas (Zelizer, 1993; 2013) que dialogam, mas são fortemente influenciadas pelas comunidades interpretativas de países e veículos de referência. Como exemplo, podemos citar The Guardian, New York Times e Le Monde.

2 Foi na região nordeste que Luís Inácio Lula da Silva obteve o maior índice de votação em 2022, 98,9% dos municípios. Considera-se no Brasil que o Nordeste foi, inclusive, responsável pela vitória de Lula.

Figura 1 – Mapa das regiões mais ricas, em azul, e regiões mais pobres em laranja e rosa



Fonte: Produzida pelos autores

Valor-notícia: revisão de literatura

Nos estudos de jornalismo, considera-se que um valor-notícia é um atributo de evento, ou seja, um critério substantivo que permite a transformação de um evento em matéria jornalística. Poder de elite é um deles desde o artigo seminal de Galtung e Ruge (Galtung e Ruge, 1965; Gans, 1979; Golding e Elliott, 1979; Wolf, 2001; Harcup e O'Neill, 2001; Silva, 2005; Traquina, 2005). Sabe-se também que a noticiabilidade implica fatores externos aos eventos, embora as classificações de valor-notícia propostas fora do Brasil não façam distinção entre fatores intrínsecos e extrínsecos (Seixas, 2018). Nós propomos olhar precisamente para essa distinção ao debruçarmos sobre o peso do contexto sociopolítico nas escolhas jornalísticas.

Ainda que a amplitude dos fatores de noticiabilidade seja plenamente reconhecida, o foco dos estudos tem sido o conteúdo das notícias, ou seja, dos eventos já construídos pelo jornalista (Seixas 2018). Se o objetivo é compreender os critérios de seleção jornalística dos eventos, é necessária a referência aos elementos da noticiabilidade extrínsecos ao evento noticiado, por exemplo, à cultura política na qual estão inseridos.

Foi neste sentido que elaboramos uma separação entre fatores extrínsecos e intrínsecos. O intuito foi compreender o que é critério intrínseco, ou ainda atributo de evento, e o que é critério externo. A separação³ mostra que poder de elite, relevância, infração, morte, celebridade são entendidos como atributos, enquanto frequência, agenda, audiovisual, exclusividade ou *shareability* são extrínsecos aos eventos. O poder de elite pode ser valor-notícia, mas também fator extrínseco. É resultado do contraste entre uma revisão aprofundada da literatura com nossa experiência etnográfica no interior baiano. Isso pode nos permitir identificar, entre os elementos da cobertura dos sites noticiosos dessa região, quais são inspirados pelos valores institucionais do jornalismo e quais dependem da cultura política local. Uma sistematização definitiva da proposta apontada aqui, porém, precisa de uma comparação sistemática com outros locais, o que foge ao escopo desse artigo.

Bednarek e Caple (2017) focam no discurso construído a fim de observar os aspectos realçados dos eventos. Esta opção metodológica põe em evidência o fenômeno discursivo. Embora as autoras

³ Um quadro integral da separação está disponível no site do grupo de pesquisa: <http://njour.ufba.br/systematization-of-extrinsic-and-intrinsic-factors>.

defendam a existência de diferentes dimensões (material, cognitiva, social e discursiva), consideram que, antes de tudo, é importante entender como os valores-notícia são comunicados através do discurso: “[...] A questão não é como um evento é selecionado como notícia, mas como um evento é construído como notícia. [...]” (Bednarek e Caple, 2017, p. 43). Pode-se dizer que reafirma a separação entre seleção e construção, sugerida por Traquina quando cunhou ‘critérios de construção’ (Traquina, 2005).

Haveria, no fundamento da construção discursiva, uma espécie de saber compartilhado quanto a quais seriam estes atributos a destacar. Sem dúvida nenhuma, a seleção do que deve ser pautado, do que deve ser destaque de home ou manchete é produto de uma equipe. Este aspecto relacional é colocado em relevo na análise de De Maeyer (2020).

As avaliações são “regras de procedimento metódico na condução das investigações” e, como tal, podem ser “pessoais” (individuais) e/ou “associadas” (coletivas) (MW: 13 p. 242), mas não há diferença fundamental entre o individual e o coletivo. (...) Mas isso não é uma reflexão tardia: toda a sua filosofia é planejada para pensar o indivíduo e o coletivo no mesmo movimento (De Maeyer, 2020, p. 119).⁴

Jornalistas interagem no ambiente, ambiente este fortemente tensionado pelo poder de elite. As formas de exercício do poder são determinadas localmente, dependem da configuração local do universo cultural e exigem uma análise focada num espaço e num tempo específicos, afastando pretensões exclusivamente universalistas sobre o funcionamento dos sistemas sociais (Geertz, [1973]1983, p. 239). Em realidade, no espaço local coexistem dois saberes sociais que orientam o comportamento dos atores. Um pretendidamente universal, originado na reflexão científica e intelectual global, e outro condicionado diretamente pela experiência e as práticas locais. O resultado são combinações e adaptações conjunturais das práticas locais aos padrões “universais”, sejam eles políticos (democracia) ou jornalísticos (apuração, isenção) (Mouillaud, 2012).

As teorias clássicas do jornalismo assumem que seus elementos têm, ou deveriam ter, validade universal (Kovach e Rosenstiel, 2004). A noção de cultura jornalística (Hanitzsch e Vos, 2017) se aproxima da categoria de “comunidade interpretativa” (Zelizer, 1993, 2010), pois considera que existem saberes compartilhados por jornalistas, seja consciente ou inconscientemente, que buscam a legitimação do seu papel institucional. Na visão de Zelizer, existem valores que perpassariam os grupos sociais de dadas organizações em dados países, portanto, seriam universalistas (1993, 2013). Haveria certa homogeneidade quanto aos valores institucionais do jornalismo.

Em contraposição, outros autores (Carlson e Lewiss, 2015; Deuze e Witschge, 2018) consideram que, com o jornalismo pós-industrial (Anderson et al., 2013), uma gama crescente de coletivos independentes no Brasil (Figaro, 2018) e no mundo, além da entrada de novos atores e modificação das práticas profissionais, não se pode considerar mais a existência de ‘tipo ideais’ (Deuze, 2005) ou valores universais. Ao nosso ver, existe um patrimônio de significados forjados no saber social (Schutz, 1996); mais do que um “raciocínio coletivo” (Galtung e Ruge, 1999, p.64), esse patrimônio é um saber originado das interações cotidianas e é, portanto, um senso comum construído intersubjetivamente. Essas interações cotidianas, originadas no mundo social e político, se transformam aos poucos em saberes compartilhados, mas em constante atualização. Esses saberes determinam *in fine* a seleção jornalística dos fatos e as notícias publicadas.

Hanitzsch e Vos (2017) defendem uma estrutura circular do modelo de processo dos papéis jornalísticos. No processo interno à prática jornalística haveria quatro dimensões: normativa, cognitiva,

4 No original: “Valuations are “rules of methodic procedure in the conduct of the investigations,” and as such they can be “personal” (individual) and/or “associated” (collective) (MW: 13 p. 242), but there is no fundamental difference between the individual and the collective. (...) But this is not an afterthought: his whole philosophy is devised to think the individual and the collective in the same movement” (De Maeyer, 2020, p. 119).

prática e narrativa. Estariam em relação ‘o que se deve fazer’ (normatividade), o que se gostaria de fazer (cognitivo), o que se faz (prática) e o que se diz que se faz (discurso). Para os autores (2017), estas ‘tendências’ estariam em tensão e renegociação constante. Ainda que os valores-notícia integrem os saberes institucionais, os valores-notícia, enquanto repertório coletivo, podem sofrer forte influência das culturas locais de maneira a ressignificá-los para um grupo profissional. A tão valorizada apuração no jornalismo pode não ser tão exigida assim em comunidades pequenas com poderes locais fortes, onde a possibilidade maior do jornalista é de selecionar o que não se pode cobrir.

Assim como valores sociais estão em constante negociação dentro do jornalismo, tanto as funções (Schudson, 2010) e finalidades (Reginato, 2019), como os saberes desenvolvidos na prática profissional também estão em constante tensa troca com os saberes sociais. A compreensão do que se trata noticiabilidade, ainda que pertencente ao campo jornalístico (Bourdieu, 1997), sofre constante interferência da cultura de dada sociedade ou, até mesmo, localidade. Nossa pesquisa sobre a noticiabilidade nos veículos do interior da Bahia contribui para essa reflexão ao tentar estabelecer o peso relativo dos fatores culturais da noticiabilidade na produção jornalística.

O período eleitoral, momento em que se fundem tanto os elementos estruturais da governança da sociedade quanto os elementos conjunturais da escolha e possível alternância, forma um marco temporal ideal para nossa análise do papel dos elementos extrínsecos, mais notadamente o poder de elite, da noticiabilidade. A cobertura mediática desse processo permite estudar os cruzamentos entre cultura política e trabalho jornalístico de uma região. No nosso caso, o interior da Bahia.

O poder de elite: um fator cultural

Compreendendo a cultura como um conjunto de códigos e símbolos partilhados pelos membros de um grupo que lhes permite interpretar e compreender as dinâmicas sociais, o poder e os mecanismos de dominação têm uma dimensão cultural e exigem uma análise focada num espaço e num tempo específicos (Geertz, 1983). O uso sistemático da mídia para dar destaque ao topo da pirâmide social, encorajando uma percepção do bem comum identificada com os interesses dessa camada social e desencorajando a aparição de demandas políticas diferenciadas providas de outros setores através de uma cobertura enviesada é o que chamamos poder de elite (Mills, 2000; Savoie, 2010). Esse poder se expressa na produção jornalística, independentemente do valor intrínseco dos fatos relatados.

Sabendo-se que o campo político é notadamente um campo de poder, com “pessoas da elite”, o valor-notícia “poder de elite” é realçado. Como já vimos, o poder de elite é um critério substantivo extrínseco. Aqui buscamos compreender o nível de influência do poder de elite na seleção das notícias dos websites regionais baianos em contexto pré-eleitoral. Talvez Galtung e Ruge tenham razão. Em 1965, sugeriram que alguns fatores seriam “culturalmente livres” (oito fatores, mais universais)⁵ e outros (os últimos quatro) seriam “fatores culturais”, com influência, portanto, na “transição de acontecimento para notícia” por fora das regras normais de noticiabilidade (Galtung e Ruge, 1999, p. 67).

Mas não há dúvida de que existem também fatores culturais influenciando a transição dos acontecimentos para notícias e devemos mencionar quatro desses fatores que consideramos ser importantes, pelo menos no canto Noroeste do mundo. São os seguintes [F9 a F12 no texto original]:

5 Neste trecho, os autores explicam o que consideram ‘culturalmente livres’: “Como referimos, estes oito fatores baseiam-se na discussão pura e simples acerca do que facilita e do que impede a percepção. São considerados culturalmente livres, no sentido de que não esperamos que variem significativamente na cultura humana – não devem depender muito dos parâmetros culturais. Mais propriamente, nós não esperamos que variassem muito nos eixos leste-oeste, norte-sul ou centro-periferia, eixos que nós geralmente utilizamos para estruturar o mundo. [...]” (Galtung e Ruge, 1999, p. 67).

F9: Quanto mais o acontecimento diga respeito às nações de elite, mais provável será a sua transformação em notícia.

F10: Quanto mais o acontecimento diga respeito às pessoas de elite, mais provável será a sua transformação em notícia.

F11: Quanto mais o acontecimento puder ser visto em termos pessoais, devido à ação de indivíduos específicos, mais provável será a sua transformação em notícia.

F12: Quanto mais negativo for o acontecimento nas suas consequências, mais provável será a sua transformação em notícia. (Galtung e Ruge, 1999, p. 67).

O poder de elite tem sido considerado pela literatura acadêmica como fator culturalmente livre, porque, em geral, as ações de nações e pessoas da elite têm mais impacto na vida das pessoas em geral, respondendo à definição de relevância (Wolf, 1985; Harcup e O'Neill, 2016). Entretanto, o nível de influência pode chegar ao ponto de se publicizar um evento sem qualquer outro fator de noticiabilidade que não seja a pessoa, pertencente a um grupo que detém poder, ou ainda uma expectativa de futuro, desde que seja configurada como uma promessa de um membro da elite. Sem apagar os conflitos sociais, a cultura dá-lhes coerência e sentido (Geertz, 1993; Mouillaud, 2012). Nesse processo de tradução, o poder de elite faz com que o que é, na verdade, extrínseco, seja considerado um fator intrínseco ao objeto de realidade, garantindo sua publicação.

Seguindo Bourdieu (1997), prestamos atenção aos *faits divers*, matérias, muitas vezes, vazias sem nenhum interesse jornalístico que preencham o espaço e o tempo dos veículos de notícias. Ao apagar conflitos e afastar visões alternativas, a publicação de *faits divers* contribui à reprodução da estrutura existente de dominação social. Portanto, esse silêncio jornalístico é uma expressão tácita, mas clara, do poder de elite.

Metodologia

Diversas abordagens já foram realizadas desde que os fatores responsáveis por noticiabilidade começaram a ser estudados por Galtung e Ruge em 1965: na maioria das vezes, fez-se análise de conteúdo, mas fez-se etnografia com entrevistas e observação participativa (Harcup e O'Neill, 2016). Recentemente, fez-se análise multimodal com a inclusão da análise de imagens (Bednarek e Caple, 2017). Nestes pouco mais de 50 anos, pode-se afirmar que a teoria sobre noticiabilidade fundamenta-se na análise das notícias de primeira página, embora Bednarek e Caple (2017) tenham focado, recentemente, em um tema com menor destaque (ciclismo).

Tradicionalmente, o *corpus* esteve geralmente constituído de veículos de referência. Seguiu-se uma compreensão contundente: se o valor notícia age como um fator para selecionar e não-selecionar, então é possível 'encontrá-lo' nos destaques dos produtos jornalísticos de referência (Seixas, 2018). Recentemente, no entanto, Harcup e O'Neill (2016) inseriram no *corpus* jornais gratuitos e tabloides para a análise de homes de websites noticiosos.

Na esteira dessa reflexão, nesta pesquisa procuramos examinar o evento-foco do post nos sites noticiosos do interior da Bahia, no lugar de analisar a notícia, enquanto discurso jornalístico. Fizemos o exercício da identificação do evento com a posterior comparação entre evento-foco e título para distinguir os aspectos em relevo.

Não é que acreditemos na pureza de um evento ou na condição de isolar um evento como se isola uma célula. O evento é compreendido como unidade marcada por alguma ação, verbal ou não-verbal, seja este evento fato, ação com tempo e espaço determinados (Gomes, W., 2009), evento em processo ou

evento futuro, enunciado como compromisso (Seixas, 2009; Seixas e Borges, 2017). A ênfase no período eleitoral, um processo político definido pela Constituição federal e realizado simultaneamente em todo o Brasil, independentemente das estruturas econômicas ou sociais de cada região, nos ajuda a fixar os contornos do evento-foco.

Para a identificação do evento-foco usamos o programa Iramuteq⁶ para a geração de nuvem de palavras, mas o software, ao exigir a escolha de tipos de palavras com dadas funções sintáticas, nos dificultou a visão simples das palavras compostas. Observamos os elementos de edição: título, imagem, legenda e *lead* (às vezes, sublide). Todo nome próprio precisou ser unido com hífen para que a ferramenta de geração da nuvem fosse capaz de mostrar as nomeações tal como se reconhece no saber social. Assim, toda vez que o evento-foco fosse uma decisão judicial, poderia ser compreendido dentro deste conjunto “decisão judicial”. Na análise comparativa, seria possível ver as palavras em relevo e analisá-las para saber se apontam para algum valor notícia.

Por exemplo: a matéria intitulada “MPF aciona ex-prefeito de Luís Eduardo Magalhães por fraude em contratos de mais de R\$ 6,6 milhões” (Blog Sigi Vilares, 3 de novembro de 2020) tem como evento-foco o ajuizamento de duas ações contra o ex-prefeito desta cidade por improbidade administrativa. Para compará-las, geramos nuvens com as palavras-chave dos eventos-foco (figura 3) e com as palavras-chave dos títulos (figura 4). Certamente que nós compusemos o texto escrito com palavras para cada evento-foco. Utilizou-se principalmente a palavra ou palavras referentes ao sujeito, à ação e ao objeto. Neste exemplo: Ministério-Público-Federal, aciona, ex-prefeito-de-Luís-Eduardo-Magalhães.

Analisamos websites regionais do interior da Bahia nos 15 dias anteriores às eleições municipais de 2020 (1 de novembro a 15 de novembro).⁷ Escolhemos dois sites nas duas regiões mais ricas do interior baiano (Oeste, em azul escuro, cuja cidades principais são Luís Eduardo Magalhães e Barreiras, e Sudoeste, em azul claro, cuja cidade principal é Vitória da Conquista) e nas duas regiões mais pobres (as regiões Sertão do São Francisco, em rosa, cuja cidade principal é Juazeiro, e sisaleira, em laranja, cuja cidade principal é Santaluz).

Embora a Bahia seja o quarto maior estado brasileiro em termos de população, também tem a quarta maior proporção de população rural do país, com 28% (ou perto de quatro milhões de pessoas). Em nível regional, tanto a população rural do Sudoeste como a do Sertão do São Francisco está em torno de 35% (SEI, 2018). Em 2018, a região do Sudoeste da Bahia tinha uma população estimada em 733.276 habitantes, um PIB per capita de R\$ 9.860 em 2016 e um índice de Gini de 0,559. Sua principal cidade é Vitória da Conquista (população 306.866; PIB per capita: R\$16.785). No mesmo ano, o Sertão do São Francisco tinha uma população estimada em 544.737 habitantes, um PIB per capita de R\$8.460 e um índice de Gini de 0,582. Vitória da Conquista e Juazeiro são, respectivamente, a terceira e quarta áreas urbanas mais importantes da Bahia, mas - dada a grave concentração de renda na Região Metropolitana de Salvador e nos municípios agro-exportadores ocidentais - são apenas os 43º e 61º municípios mais ricos do estado (CIDADES, 2018; SEI, 2018).

Além da análise de produto, conduzimos pesquisas etnográficas realizadas durante agosto de 2018 e maio de 2019 no Sudoeste e no Sertão do São Francisco. Utilizamos o método *Speaking*, buscando identificar ambientes, participantes, fins, artes (conteúdo e significado da produção escrita e oral), chaves, instrumentalidades, normas de interação e interpretação e gêneros (De Blasio et al., 2017, p. 102) e as formas como se unem para criar um sistema único de mídia, inserido em um determinado ambiente social e político. Essa abordagem indutiva permitiu identificar a presença expressiva de coronelismo do interior da Bahia e sugeriu fortemente focar a análise no poder da elite como valor-notícia extrínseco ao

⁶ Disponível em: <http://www.iramuteq.org/>

⁷ A coleta foi realizada pelos estudantes Ana Paula Lopes Ferreira e Fábio de Sá, aos quais nós gostaríamos de agradecer.

fato noticiado.

Nossa análise é baseada em seis entrevistas semi-diretivas com jornalistas locais⁸ e em um estudo de análise de conteúdo de produtos de mídia regional, focalizando a cobertura, o público e a contribuição do cidadão na mídia. Juntamente com a análise de produto, nós trabalhamos com fontes secundárias das quatro regiões como acadêmicos, jornalistas e não-jornalistas produtores de conteúdo, assessores de imprensa como testemunhas. Também usamos fontes secundárias substanciais sobre as duas regiões, incluindo trabalho acadêmico e jornalístico, mas também textos testemunhais e memorialistas (Motta, 2002; Oliveira, 2005; Tavares, 2008).

Para a seleção do corpus, trabalhamos com três informações: 1) os sites mais acessados de cada região, indicados por um jornalista responsável pela cobertura dos sites do interior do estado para um dos websites mais importantes da cobertura estadual (*Bahia Notícias*); 2) websites com investimento publicitário frequente do governo do Estado – informação obtida através da assessoria estadual de comunicação (Secom)⁹ – os resultados etnográficos da nossa pesquisa de campo realizada entre agosto de 2018 e maio de 2019.

Os sites de notícias selecionados são o Blog do Sigi Vilares e o Mural do Oeste (na rica região de Barreiras), o Blog do Marcos Frahm e o Blog do Anderson (no Sudoeste), Rede GN e Preto no Branco (em Juazeiro), e o Notícias de Santa Luz e o Vem ver Cidade (na região sisaleira, a mais pobre da Bahia). Trabalhamos com os três principais destaques de cada site pela captura realizada à noite, momento de maior acesso à internet no Brasil.¹⁰ Confiamos ter obtido assim uma amostra representativa da produção jornalística do interior baiano, uma vez que os sites noticiosos representam os únicos canais regulares de informação, pois os jornais impressos não mais existem no interior da Bahia (Carvalho 2019).

Ao todo, examinamos 320 posts de oito websites regionais, ou seja, produtos direcionados para a população habitante da região. Retirando os posts publicitários ou repetidos, ficamos com um universo de 226 posts independentes. Observar produtos jornalísticos regionais deveria ser capaz de indicar a existência ou inexistência de interferência cultural nas seleções de notícia. Uma análise exploratória com este mesmo *corpus*, seguindo a mesma metodologia de análise de conteúdo, nos mostrou a força do poder da elite nos destaques.

O poder da elite local pode ser observado independentemente das linhas editoriais, pois todos os sites trazem nos destaques da home noturna eventos sem qualquer noticiabilidade, mas cujo 'quem' se trata de pessoa de elite da cidade. Metade dos websites (quatro) concentram-se em assuntos políticos, sejam eles locais, subnacionais ou nacionais: o Blog do Sigi Vilares e Mural do Oeste (na rica região de Barreiras), o Blog do Marcos Frahm (sudoeste), Rede GN e Preto no Branco em Juazeiro. Os outros quatro websites são direcionados para notícia local: o Blog do Anderson (Vitória da Conquista), o Notícias de Santa Luz e o Vem ver Cidade (região sisaleira) salientam mortes, acidentes, enfim eventos violentos e trágicos.

8 Além de entrevistas semi-diretivas, foram realizadas observações participantes em veículos locais e conversas livres para formar um melhor conceito da cultura local.

9 Conversa e consulta realizada com a Secretaria de Comunicação do Estado da Bahia em 2020 com o propósito de saber em quais veículos o governo anunciava.

10 A Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, feita pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República, mostra que essa faixa de horário entre 19h e 21h é utilizada por 67% dos usuários de internet para se informar.

Tabela 1 – Eventos-foco

Eventos-foco por tema	Números de posts = 226	Porcentagem
Cidade (tempo, serviço água e esgoto, fait divers, transporte coletivo, buracos)	32	13,7%
Covid-19 (morte e doença)	29	12,8%
Decisão judicial e incidentes durante campanha (tentativa de assassinato, compra votos)	28 (concentrados no últimos 5 dos 15 dias analisados)	11,6%
Assassinato (morte), acidente	21	9,3%
Pesquisa eleitoral, mapeamento político, atos de campanha (carretas, debates)	14	6,19%
Crimes (tráfico, furto, roubo)	05	2,2%
Celebridade	05	2,2%
Serviço (auxílio-doença, auxílio emergencial, FGTS, operação trânsito, inscrições)	6	2,6%

Fonte: Elaborado pelos autores

A divisão por tema mostra os três principais assuntos de novembro de 2020: a cidade, cobertura local sobre o clima e problemas de mobilidade ou estrutura; Covid-19, boletins diários com dados oficiais das secretarias de saúde municipais e estaduais; e decisões judiciais tocante às eleições, principalmente nos últimos cinco dias precedentes à eleição municipal. Vale notar o destaque para assassinatos nas quatro regiões analisadas, inclusive dentro do campo político - vereadores, principalmente.

Coronelismo midiaticado

Como o coronelismo tradicional, o coronelismo midiaticado é um sistema de intercâmbio político baseado em atores fracos que se usam mutuamente para se fortalecerem. Um Estado com baixa presença local relativa intercambia com as elites locais benesses materiais e privilégios políticos contra apoio medido em resultados eleitorais. Por sua vez, essas elites usam de seu controle da mídia local tanto para prover esse apoio quanto para consolidar e reproduzir seu próprio status na sociedade local (Nunes Leal, 2012; Santos, 2008). Nesse sentido, e tendo em conta a fragilidade material das elites locais, o recurso ao poder simbólico é um mecanismo lógico de reforço do campo político existente, ou seja, para a reprodução de hierarquias sociais e políticas locais (Bourdieu, 1997).

Devido ao tamanho muito limitado do mercado local, a receita financeira da mídia regional não pode aumentar independentemente. Ela não é, portanto, um instrumento de acumulação de capital. Esses meios são extremamente dependentes tanto da publicidade do governo local¹¹ quanto de subsídios de seu proprietário e seus outros negócios, ou de ambos (Santos, 2008). Essa submissão da mídia local ao poder político regional é antiga. Antônio Carlos Magalhães, antigo chefe político da Bahia (1970-2206), já afirmava que a rádio local não tem interesse comercial; ela só interessa aos políticos por sua capacidade de atingir cidadãos em locais pequenos e isolados (Magalhães, 1995).

Em consequência, os meios de comunicação regionais são politizados por definição. Sua cobertura é personalizada e espetacular, utilizando eventos selecionados e certos traços dramáticos para dar uma visão específica, muitas vezes emocional, a uma determinada questão política. O recurso ao poder de elite

¹¹ As despesas em publicidade oficial do governo do estado da Bahia passaram de R\$42 milhões em 2000 para R\$160 milhões em 2019 (Matos, 2011; Araújo 2020).

é expressivo, pois os personagens midiáticos dos líderes locais subsumem posições políticas inteiras, com pouco espaço para nuances ou informações de fundo.

Além disso, o pequeno tamanho da mídia regional permite um controle muito centralizado de todo o conteúdo por parte do proprietário da organização, que, na maioria dos casos, é o único funcionário fixo do veículo. Os proprietários desses sites de notícias são geralmente jornalistas profissionais formados nas universidades locais ou estaduais. Com a exceção do site Preto no Branco de Juazeiro, nenhum dos veículos estudados têm uma equipe jornalística fora alguns freelancers eventuais.¹² Neste contexto, há poucas forças compensatórias capazes de evitar uma cobertura totalmente tendenciosa (Rubim, 2004; Gingras, 2009; Lebel, 2010).

Assim sendo, independente economicamente e operacionalmente dos conglomerados midiáticos nacionais e subnacionais, a mídia regional na Bahia prospera na baixa política, relatando escândalos, crimes e ataques aos direitos de propriedade. Ao fazê-lo, essas mídias isolam suas localidades das amplas tendências nacionais e subnacionais, reforçando tanto uma concepção local de política como o controle centralizado deste ecossistema - um processo conhecido como controle de fronteiras (Gibson, 2012).

A prosperidade relativa de algumas regiões (ou seja, o Oeste e o Sudoeste baianos) em comparação com outras (como o Sertão do São Francisco ou a região sisaleira) não é uma variável relevante neste processo. O único produto que parece não sofrer influência da elite local é o Preto no Branco (região do São Francisco), website criado por Sibele Fonseca, antiga jornalista da Rede Bahia em Juazeiro.¹³

O nó do assunto é o relativo isolamento regional e a baixa presença do Estado, que seja federal ou subnacional, deixando o campo político e midiático nas mãos das elites locais. Em todos os casos, os veículos locais ficam próximos ao poder, defendem o poder para se manter no poder. Eles permitem assim a reprodução e a atualização do coronelismo midiático.

Resultados

No universo de 320 destaques, consideramos 226 unidades, pois 77 (24%) destaques são repetições de destaques já publicados¹⁴ e 17 (3,47%) constituem publicidade ou serviço com informações sobre concurso ou pagamento do Fundo de Garantia por Tempo Social (FGTS), por exemplo. Dentro do total de destaques considerados na home durante os 15 dias prévios à eleição municipal de 2020 (226 unidades), 29,7% dos posts têm poder de elite somado a outro valor-notícia e 6,2% têm apenas poder de elite como valor-notícia. A isso deve se somar os 14,2% dos *faits divers*.

Tabela 2 – Poder de elite nos destaques

Poder de elite no evento-foco	Posts analisados	Porcentagem
Com apenas poder de elite (pessoa ou empresa local)	14	6,2%
<i>Release</i> sem apuração	11	4,8%
Com nação ou pessoa de elite + outro valor-notícia	67	29,7%
Com nação ou pessoa de elite cujo evento-foco é compromisso	05	2,2%
<i>Faits divers</i>	32	14,2%
Total	129	57,1%

Fonte: Elaborado pelos autores

12 Entrevistas com Sibele Fonseca, Juazeiro, 6 de agosto de 2018, e com Caique Santos e Fábio Sena, Vitória da Conquista, 20 de maio de 2019.

13 Observação própria. Entrevista com Sibele Fonseca, Juazeiro, 6 de agosto de 2018.

14 O motivo ainda deve ser conhecido através de entrevistas com as equipes dos websites. Como hipóteses, acredita-se que o tamanho pequeno das equipes, a linha editorial e o fim de semana, quando as atividades oficiais são reduzidas, podem influenciar na manutenção de um destaque já publicado.

O número de destaques com apenas poder de elite parece bem pequeno se analisado de forma independente, 6,2%. Porém, deve-se considerar que a ação tem somente implicação pessoal ou privada e é publicizada como um dos três principais destaques do produto na home de depois das 18h. O evento é 'visto em termos pessoais' (Galtung e Ruge; 1965). "Os blogs fazem parceria econômica com os políticos. [...] Eles [os políticos] passam a fazer os blogs como uma via de passagem da informação".¹⁵ Essa afirmação do Fábio Sena, responsável por um dos blogs de uma das regiões mais ricas, reitera a influência do poder dos políticos, o que representa a força de um fator extrínseco e a não noticiabilidade interna de um evento.

São exemplos representativos: 1) uma nota intitulada "Luís Eduardo Magalhães: Oziel lamenta morte de amigo e suspende agenda de campanha" que começa com a seguinte afirmação: "Com o coração despedaçado, comunico o falecimento do meu grande amigo, Caio Felipe de Oliveira, ocorrido nesta madrugada. [...]" (Mural do Oeste, 1 de novembro de 2020); 2) um post intitulado "Educandário Construção do Futuro realiza IV FEIRA DE empreendedorismo por meio do sistema remoto e ajuda campanha para a realização de transplante", que se mantém como destaque por 3 dias no Vem ver Cidade (do dia 5 até o dia 7 de novembro de 2020); 3) o lançamento de livro de um professor: "Professor da Univasf lança livro "História do Suicídio"" no Rede GN em 9 de novembro de 2020; 4) quando o bispo de Juazeiro publica um vídeo sobre a campanha eleitoral: "Dom Beto Bispo de Juazeiro (BA), grava vídeo com mensagem sobre as eleições municipais; Veja o vídeo" (Rede GN, 8 de novembro de 2020); e 5) post intitulado "Deputado Marquinho Viana recebe alta e agradece à equipe do Hospital da Bahia e aos amigos", publicado pelo Mural do Oeste (Barreiras) em 12 de novembro.

Os únicos destaques com nação de elite geograficamente distantes do interior da Bahia (computados dentro dos 29,7%) são aqueles sobre a disputa entre Joe Biden e Donald Trump pela presidência dos Estados Unidos. No saber social, Estados Unidos figura como o país mais rico do mundo, com implicações na vida das pessoas, desde aqueles da região rica cuja atividade econômica principal mira a exportação até as que habitam nos rincões pobres como a região sisaleira. Dois websites regionais baianos deram destaque: o Blog do Anderson com "Eleições Norte-Americanas | Com Biden prestes a confirmar vitória, Trump age para levar disputa à Justiça" no dia 5 de novembro e o Rede GN com a notificação de 'urgência' no dia 7 de novembro: "URGENTE: Biden é eleito presidente dos EUA". O restante dos destaques com apenas poder de elite como único critério de noticiabilidade refere-se às elites nacionais, estaduais ou, principalmente, locais.

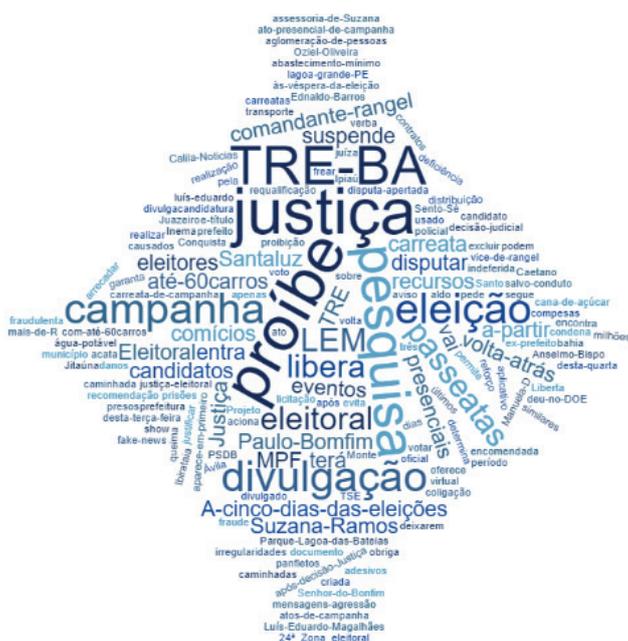
Outro dado bem pequeno, mas que se soma aos precedentes, é 2,2% de destaques para eventos futuros, demarcados em geral como 'compromisso' de político da cidade. O destaque pode mesmo ser notícia apenas com a declaração do político, como no post "Zona Oeste | Parque Municipal Urbano Lagoa das Bateias será revitalizado pelo Governo do Estado da Bahia", baseado apenas na fala do deputado federal Paulo Sérgio Paranhos de Magalhães (PSD-BA). O produto procura, inclusive ganhar poder, ao anunciar informação privilegiada: "As informações chegaram ao BLOG DO ANDERSON através do deputado federal Paulo Sérgio Paranhos de Magalhães (PSD-BA) (Blog do Anderson, 3 de novembro de 2020).

Os destaques para eventos de empresas privadas reforçam o poder de elite, já que, ainda que seja o aniversário de uma empresa, não justifica a sua transformação em uma das três principais notícias da home. No Blog do Anderson, o destaque "60 Anos da Cooperativa Mista Agropecuária Conquistense | Concurso premia os melhores Cafés do Planalto da Conquista" publiciza uma festa particular da empresa com nada menos do que 202 fotos (8 de novembro de 2020). O Mural do Oeste publica o flyer do Instituto São Francisco de Arte e Cultura com o título "Live solidária do ABCD promove resgate do clube do choro de Barreiras".

Os destaques que se constituem em release estão explicitamente assinados por assessorias de comunicação. Ao final do texto, vem o crédito "Fontes: Nome do.a assessor.a ou da assessoria". Nestes

15 Entrevista com Fábio Sena, responsável pelo Blog do Sena, Vitória da Conquista, 20 de maio de 2019.

Figura 4 - Nuvem de palavras de títulos do assunto decisão judicial



Fonte: Produzida pelos autores

Na cobertura jornalística, o assunto ‘justiça’ indica infração, considerada valor substantivo, como mostra a nuvem de títulos (figura 4). Ainda que a infração não tenha ocorrido, a simples possibilidade indicada em uma decisão de órgão jurídico, implica noticiabilidade, inclusive porque influencia no ‘xadrez’ político do momento. É possível ver que as palavras em destaque são praticamente as mesmas. Talvez possamos dizer que o enquadramento busque o evento-foco. O verbo proibir (“proíbe”) traz como pano de fundo um conflito, valor-notícia de evento em processo. A diferença entre as duas imagens está nas palavras que nomeiam lugares, temporalidades e sujeitos, iluminando aspectos como: proximidade geográfica, atualidade e exatidão. A figura 4 revela o realce de julgamento de valor no título com, por exemplo, a palavra ‘libera’ e a expressão ‘volta atrás’. Em todos os casos, os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia conflito e infração se combinam com poder de elite para ressaltar a visibilidade jornalística dos políticos da região. Por outra parte, a cobertura jornalística auferida nos sites noticiosos do interior da Bahia confirma a importância limitada das eleições municipais para o equilíbrio do poder entre as elites locais (Durazo Herrmann, 2017).

Conclusões

Um em cada dez destaques dos oito websites do interior da Bahia durante o período pré-eleitoral de 2020, ano marcado pela pandemia, tem o poder de elite como único critério de noticiabilidade. Combinado a outros critérios, a elite local ganha visibilidade em 40% das matérias. O poder dos atores da elite local é assim um fator com capacidade para levar a destaque da *home* noturna um evento que não seria publicizado em um produto que segue os valores institucionais do jornalismo. O discurso jornalístico —identificado na alta proporção de *faits divers*— leva a taxa de influência do poder de elite a até 57% do total de matérias.

O poder de elite, então, não é apenas atributo de evento, mas sim um fator da realidade local capaz de transformar em notícia qualquer evento que tenha alguma relação com pessoas da elite local.

Galtung e Ruge (1999) tinham razão: poder de elite não deve ser um fator “culturalmente livre”. No interior da Bahia, poder de elite é critério de noticiabilidade extrínseco com força para se tornar intrínseco a um evento, até mesmo aqueles que não têm qualquer outro valor notícia. A pessoa da elite é o “quem?” da pirâmide invertida clássica da notícia. No contexto político e cultural do interior da Bahia isso pode ser o único fator de noticiabilidade. As práticas e os temas jornalísticos, assim como os atores representados, estão definidos pela cultura política local. Não é o caso de sistemas midiáticos mais fortemente regidos por valores institucionais, ditos universais. Caso contrário, seriam frequentes matérias como “Caetano Veloso estaciona no Leblon nesta quinta-feira”.¹⁷

Um elemento importante que se desprende da análise é a importância dos dois saberes —local e universalista— na compreensão das dinâmicas por trás da cobertura jornalística nessas regiões. O fato de as eleições municipais só terem tido destaque nos últimos cinco dias da campanha mostra como, de fato, esse processo institucional não tem no interior da Bahia o peso político que lhe dá a Constituição federal ou o discurso político subnacional.

O caso dos *releases* explicitamente assinados pelas assessorias mostra como os atores políticos e jornalísticos do interior da Bahia navegam esses dois saberes e reproduzem assim o equilíbrio de poder local, tanto no campo simbólico quanto no material. Portanto, ainda que os veículos não sejam propriedade direta dos políticos locais —como acontece no nível subnacional—, encontramos elementos importantes de coronelismo midiático no interior da Bahia: troca de favores entre atores políticos fracos para se favorecerem, monopólio da mediação política e concentração da representação dita democrática em poucas mãos.

Nossa pesquisa mostra a importância de bem se escolher o marco temporal da análise. Um estudo dos últimos cinco dias da campanha eleitoral teria apresentado uma imagem dinâmica da campanha, com muitos destaques para seus desdobramentos em todos os veículos. A análise das duas semanas precedentes mostra, porém, que esse dinamismo só esteve presente nesses últimos cinco dias, e que no período imediatamente anterior, era a pandemia da Covid-19 que dominava o noticiário, como foi o caso o resto do ano. Se o processo eleitoral foi relegado pela crise sanitária, o poder de elite continuou se mostrando, tanto abertamente quanto implicitamente, na cobertura geral dos websites baianos.

Finalmente, para além dos valores notícias em si, nossa pesquisa revela comportamentos políticos importantes no interior da Bahia, que se afastam dos pressupostos da democracia representativa —ainda que seus processos e instituições estejam presentes e sejam importantes—, como a importância do poder de elite por fora dos mecanismos estritamente políticos e o uso instrumental dos mecanismos judiciais para tirar oponentes da luta política, antes mesmo de enfrentá-los nas urnas. Essas dinâmicas reforçam a importância de nossa metodologia culturalista, etnográfica e indutiva.

Esse artigo confirma a pertinência tanto da análise comparativa quanto do diálogo interdisciplinar entre estudos do jornalismo e ciência política. A confrontação sistemática entre pressupostos teóricos e realidade empírica é rica em aprendizados e permite um trabalho constante de aprimoração do conhecimento, enquanto o diálogo interdisciplinar permite oferecer novas explicações a fenômenos observados, mas só parcialmente entendidos. Ambas as perspectivas mostram também que o caminho é longo e que muito trabalho ainda é necessário para explicarmos as múltiplas e complexas relações entre mídia e política.

Referências

ANDERSON, Chris; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, n. 5, ano 2, p. 30-89, abr./jun. 2013.

ARAÚJO, Inaldo. **Relatório e Parecer Prévio do TCE sobre as Contas do Chefe do Poder Executivo do**

¹⁷ Famosa matéria publicada no portal Terra em 10 de março de 2011. Gerou um debate no Brasil sobre a inexistência de noticiabilidade. Disponível em <https://www.terra.com.br/diversao/gente/caetano-estaciona-carro-no-leblon-nesta-quinta-feira,41d3399ae915a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>

Estado da Bahia - Exercício 2019 - Seção Analítica - Volume 2, Salvador, Tribunal de Contas do Estado da Bahia (NºTCE/004140/2020), 2020. Recebido por e-mail da **Ouvidoria Geral do Estado da Bahia** <sgo_oge@ouvidoria.ba.gov.br> Acesso em: 21 dez. 2020.

BEDNAREK, Monika; CAPLE, Helen. **The Discourse of news values**. How news organizations create news worthiness, Londres: Oxford University Press, 2017.

BOURDIEU, Pierre. **Sur la télévision**. Paris: Raisons d’agir, 1997.

BRIGTHON, Paul; FOY, Dennis. **News Values**. Londres: Sage, 2007.

CARVALHO, Carmen. **Entrevista com a professora de Jornalismo Digital da UESB**. Vitória da Conquista, 22. maio. 2019.

CARLSON, Matt; LEWISS, Seth. **Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation**. New York: Routledge, 2015.

CIDADES. **Conheça cidades e estados do Brasil**, 2018. Brasília, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/> . Acesso em: 9 out. 2018.

DE BLASIO, Emiliana; QUARANTA, Mauro; SANTANIELLO, Mario; SORICE, Michele. **Media, politica e società: le tecniche di ricerca**. Roma: Carocci, 2017.

DE MAYER, Juliette. A Nose for News: From (News) Values to Valuation. **Sociologica**, v. 2, n. 14, p. 109-132, 2020.

DEUZE, Mark. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. **Journalism: Theory Practice and Criticism**, v.6, p. 443-465, 2005.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. **Journalism**, v. 19, n. 2, p.165-181, 2018.

DURAZO HERRMANN, Julián. Media and subnational democracy: the case of Bahia. **Democratization**, v. 1, n. 24, p. 87-99, 2017.

FIGARO, Roseli (Org.). **As relações da comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA – USP, 2018.

FONSECA, Sibeles. **Entrevista com a editora do website Preto no Branco**. Juazeiro, 6 ago. 2018.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Limites teóricos e metodológico nos estudos sobre noticiabilidade. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (Orgs.). **Critérios de noticiabilidade**. Problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014

GALTUNG, John; RUGE, Marie. A estrutura do noticiário estrangeiro. A apresentação da crise do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: TRAQUINA; Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “Estórias”**. Lisboa: Veja, [1965] 1999.

GANS, Herbert. **Deciding what’s news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. Evanston: Northwestern University Press, 1979.

GEERTZ, Clifford. Politique dans le passé, politique dans le présent: sur l’emploi de l’anthropologie pour comprendre les nouveaux États. In: GEERTZ, Clifford. **Bali: interpretação d’una cultura**. Paris: Gallimard, p. 239-255, [1973] 1987.

GIBSON, Edward. **Boundary Control**. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2012.

GINGRAS, Anne-Marie. **Médias et démocratie. Le grand malentendu**. Quebec: Presses universitaires du Québec, 3. ed., 2009.

- GOLDING, Peter; ELLIOTT, Philip. **Making the news**. Londres: Longman, 1979.
- GOMES, Diego. **Entrevista com o secretário municipal de comunicação**. Vitória da Conquista, 21. maio. 2019.
- GOMES, Wilson. **Jornalismo, fato e interesses. Ensaios de Teorias do Jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2009.
- HANITZSCH, Thomas; VOS, Tim. Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism. **Communication Theory**, v. 27, n. 2, 2017, p.115–135, 2017.
- HARCUP, Tony; O'NEILL, Dred. What Is News? Galtung and Ruge revisited. **Journalism Studies**, v. 2, n. 2, p. 261-280, 2001.
- HARCUP, Tony; O'NEILL, Dred. What Is News? Galtung and Ruge revisited (again). **Journalism Studies**. v. 18, n. 2, 2016.
- LEBEL, Estelle. L'image politique. In: GINGRAS, Anne-Marie (Org.). **La communication politique**. Quebec: Presses universitaires du Québec, pp. 95-135, 2010.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. Trad. Wladir Dupont. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- LEAL, Plínio. Jornalismo Político Brasileiro e a Análise do Enquadramento Noticioso. In: **II Compolítica - Congresso da Associação Brasileira dos Pesquisadores de Comunicação e Política**, 2007, Belo Horizonte, MG.
- MAGALHÃES, Antônio Carlos. **Política é paixão**. Rio de Janeiro: Renan, 1995.
- MATOS, F. **Relatório e Parecer Prévio do TCE sobre as Contas do Chefe do Poder Executivo do Estado da Bahia - Exercício de 2010**. Salvador, Tribunal de Contas do Estado da Bahia (NºTCE/01980/2011), 2011. Recebido por e-mail da **Ouvidoria Geral do Estado da Bahia**<sgo_oge@ouvidoria.ba.gov.br> Acesso em: 21 dez. 2020.
- MILLS, Charles. **The Power Elite**. Oxford: Oxford University Press, [1956] 2000.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. (Org.) **Imprensa e poder**. Brasília: Editora UnB, 2002.
- MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: M. Mouillaud e Sérgio Porto (Orgs.) **O jornal. Da forma ao sentido**, Brasília, Editora UnB, 2012, 3. ed., pp. 47-53.
- NUNES-LEAL, Vitor. **Coronelismo, enxada e voto**. São Paulo: Companhia das Letras, 7. ed., [1949] (2012).
- OLIVEIRA, Jeremias. **A imprensa e o coronelismo no Sertão do Sudoeste**. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2005.
- REGINATO, Gisele. **As finalidades do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2019.
- ROSS, Marc Howard. Culture and Identity in Comparative Political Analysis. In: LICHBACH, Mark; ZUCKERMAN, Alan(Orgs.). **Comparative Politics. Rationality, Culture and Structure**.Cambridge: Imprensa Universitária de Cambridge, p. 42-80, 1997.
- RUBIM, Antonio. Espetacularização. In: RUBIM, Antonio. (Org.) **Comunicação e política**, Salvador: EdUFBA, p. 181-221, 2004.
- SANTOS, Caique. **Entrevista com o responsável do Blog do Caique Santos**, Vitória da Conquista, 20 maio 2019.
- SANTOS, Suzy. Os prazos de validade dos coronelismos: transição no coronelismo e no coronelismo

eletrônico. In: SARAIVA, Enrique; MARTINS, Paulo; PIERANTI, Octavio (Orgs.). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. 1. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2008, v. 1, p. 223-241.

SAVOIE, Donald. **Power: Where Is It?** Montreal: McGill – Queen’s University Press, v. 44, n. 1, 2010. 302p.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia. Uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

SCHUTZ, Alfred. Common sense and scientific interpretations of human action. In: SCHUTZ, Alfred. **Collected Papers**, v. 1, The Hague, Martinus Nijhoff, [1975] 1996.

SEI. “Territórios de identidade”, 2018. Salvador, Superintendência de estudos econômicos e sociais da Bahia. Disponível em: www.sei.gov.ba.br. Acesso em: 30 out. 2018.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos. Proposta de novos critérios de classificação**. Portugal: LabCom Books, 2009.

SEIXAS, Lia. Valores notícia: uma proposta de análise. **Revista Observatório**, v. 4, n.4 , p. 334-366, 2018.

SEIXAS, Lia; BORGES, Jussara. Do que se trata noticiabilidade. **Intexto**, n. 38, p. 157-172, 2017.

SEIXAS, Lia; FRANCISCO, Eduardo. Como agenda-setting de atributos e enquadramento podem auxiliar na análise de critérios de noticiabilidade. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, n.37, São Paulo, Intercom. **Anais. XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Foz do Iguaçu, set. 2014.

SENA, Fábio. **Entrevista com o responsável pelo Blog do Sena**, Vitória da Conquista, 20 maio 2019.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 1, Florianópolis, 2005.

TAVARES, Luis (Org.) **Apontamentos para a história da imprensa baiana**. Salvador: Academia de Letras da Bahia, 2008.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. v. 2. Florianópolis: Insular, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de massa**. Trad. Karina Jannini. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

ZELIZER, Barbie. Journalistes as interpretative communities. **Critical Studies in Mass Communication**, Washington, v.10, n.3,p. 219-237, 1993.

ZELIZER, Barbie. Journalists as Interpretive Communities. In: ALLAN, Stuart. (Org.) **The Routledge Companion to News and Journalism**. Londres; Nova York: Routledge, 2010.

Lia Seixas é professora de jornalismo na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), pesquisadora do Póscom UFBA. Escreveu o livro “Redefinindo os gêneros jornalísticos”, resultado de sua tese de doutorado, em 2009. Membro do Laboratoire de Pratiques et Identités Journalistiques (Lapij) da Université libre de Bruxelles (ULB), do comitê editorial da Brazilian Journalism Research (BJR) e coordenadora do Núcleo de Estudos em Jornalismo (NJor). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira.

Julián Durazo-Herrmann é professor de política comparativa na Université du Québec à Montréal (UQAM) e especialista das relações entre mídia e política no nível subnacional tanto no Brasil quanto no México, tendo publicado extensamente a respeito. Pesquisador da Equipe de recherche interuniversitaire l’inclusion e la gouvernance en Amérique latine (ÉRIGAL). Neste artigo, contribuiu com a concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; interpretação dos dados; apoio na revisão de texto; redação do manuscrito e revisão da versão em língua estrangeira.