



Enquadramentos da indústria cultural e cultura popular no programa Mosaico Baiano da Rede Bahia¹

Karen Alves de LIMA²
Márcia Guena dos SANTOS³
Universidade do Estado da Bahia, Juazeiro, BA

RESUMO

Este artigo tem como finalidade analisar as matérias no âmbito da cultura, tanto populares quanto relacionados à indústria cultural, veiculadas no programa Mosaico Baiano transmitido aos sábados na Rede Bahia, afiliada da Rede Globo, com base nas teorias do jornalismo com ênfase na teoria do enquadramento. Por meio de análises de algumas edições veiculadas, compreendidas entre os meses de julho a agosto, houve a possibilidade de discussão sobre a relação entre as leis mercadológicas e a transmissão de programas culturais para a disseminação da cultura na localidade onde é transmitida.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura Popular; Enquadramento; Indústria Cultural; Programa Mosaico Baiano.

INTRODUÇÃO

O fato de 79,2% das emissoras brasileiras abertas serem privadas, de acordo com dados do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) - por meio de consulta ao Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD) administrado pelo Ministério das Comunicações - define o tratamento e direcionamento dos programas culturais da maior parte das emissoras de TV. A maioria dos programas culturais dura pouco tempo na televisão ou mesmo não aborda as culturas diversas, porque poucos têm a possibilidade de oferecer retorno exigido pelo mercado de entretenimento bem como pela existência da concorrência de outros emissores de mensagem. As emissoras particulares têm de atender a uma série de fatores que condicionam a sua atuação na sociedade, pois a televisão influencia, mas também é influenciada através do sistema

¹Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

²Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo em Múltiplos Meios da UNEB-BA, email: karenlima@hotmail.com.

³Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo em Múltiplos Meios da UNEB-BA, email: marciaguena@gmail.com.



social, político e econômico, então a programação cultural também está condicionada a esses sistemas dominantes.

Em relação às televisões locais, como a Rede Bahia, há um processo de divisão de custos com os “grupos afiliados” por parte das “cabeças-de-chave”, no caso a Globo, a qual é detentora do maior número de veículos vinculados, 340 no total, de acordo com o ranking das redes de TV, e a única que está presente em todos os estados do país. As afiliadas, geralmente, não têm verba publicitária para contratar grandes talentos artísticos, jornalísticos e que caia na produção cultural, nem há possibilidade de terem conjunto de programas de alta qualidade para concorrer com as grandes redes. Além disso, o anunciante é quem sustenta essencialmente a emissora privada e necessita de um retorno do capital que investiu por meio da resposta obtida pelo produto que a televisão oferece em sua programação, seja ela de qualquer natureza: o telejornal, a novela, o programa de auditório, assim como o cultural.

Ao considerar a cultura como transformadora da sociedade e aliada na construção da identidade cultural dos indivíduos, e ao reconhecer o papel dos meios de comunicação como principais disseminadores de conhecimento e informações, logo também se discute o papel da mídia na divulgação cultural. De acordo com Sodré (1977 apud MATTOS, 1990, p. 36), ao se cobrar dos programas um tipo de abordagem cultural abrangente, precisa-se analisar se o tipo de enfoque dado e o tipo de informação veiculada atende também ao interesse do público. Portanto, esse estudo pretende verificar, a partir da Teoria do Enquadramento, elementos específicos de algumas matérias sobre a cultura popular e a indústria cultural veiculadas no programa Mosaico Baiano, pontuando as semelhanças e diferenças do discurso voltado às duas categorias de notícia e refletindo sobre as suas abordagens.

Cabe destacar que ao tratarmos do discurso, não iremos analisá-lo a partir das várias correntes, da análise do discurso ou de conteúdo. Mas entender que o discurso jornalístico é uma forma particular de prática social e institucional e que ele pode representar um conjunto de discursos. Conforme comenta Santos (2007, p. 21) sobre Teun Van Dijk:

Van Dijk (1997) entende que o discurso divulgado nos Meios de Comunicação de Massa pode se converter no principal recurso de poder e dominação dos grupos dominantes na atualidade. Segundo o autor o modelo que propõe para análise de discursos é capaz de



desnudar tipos de discursos transmitidos pela mídia e, também, elucidar estratégias dos segmentos que constroem e reproduzem esses discursos, muitos deles voltados a reforçar as desigualdades e injustiças sociais. Não se exclui, contudo, o papel educativo da mídia.

RELAÇÃO ENTRE O CULTURAL E MUDIÁTICO

A diversificação de sistemas e de representações culturais que estão em contato, coexistindo, são motivadas muitas vezes por meio de influências midiáticas e é necessário esse entendimento para a sua compreensão. Sobre o conceito de cultura:

cultura é o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos se comunicam entre si e partilham suas experiências, concepções e crenças (THOMPSON, 1995, p.176).

Ao se tratar sobre as frentes vinculadas à cultura, percebe-se que há dificuldade na conceituação da cultura popular por ela estar em constante movimento, assumindo status de folclore e cultos. Resumidamente, Certeau (1995) define a forma popular como “a cultura comum das pessoas comuns, isto é, uma cultura que se fabrica no cotidiano, nas atividades ao mesmo tempo banais e renovadas a cada dia”. Além disso, a cultura popular, erudita e de massa, juntamente com o processo de globalização, estão interagindo entre si, modificando-se e originando novas formas, denominadas híbridas, ao agregarem-se aspectos mutuamente. Esse processo se constrói através do consumo e, como afirma Canclini (2006, p. XXII), “ocorre de modo não planejado ou é resultado imprevisto de processos migratórios, turísticos e de intercâmbio econômico ou comunicacional.”, de modo que está conseguindo espaço o conceito de diferenças culturais que não expressam superioridade ou inferioridade diante uma das outras.

A indústria cultural, apresentada por Adorno e Horkheimer em 1947, é a produção de cultura para o mercado que se estabelece como cultura surgida das massas, em que os indivíduos compram os produtos artísticos na tentativa de saciar a necessidade que foi criada por essa indústria, como verifica Chauí, (1995, p. 329), “as artes foram submetidas a uma nova servidão; as regras do mercado capitalista e a ideologia da indústria cultural, baseada na idéia e na prática do consumo de ‘produtos culturais’ fabricados em série”. Nesse processo, está presente a interferência dos meios de comunicação no campo cultural, fazendo com que a sociedade brasileira esteja sujeita à massificação midiática, aumentando o consumo de produtos culturais identificados como elementos dessa indústria que visa o lucro mediante as formas culturais, muitas



vezes, diminuindo-as e descaracterizando seus aspectos originais para atender aos interesses mercadológicos.

Em uma pesquisa desenvolvida, em 1991, pelos canais culturais alemães via satélite, Associação das Empresas Públicas de Radiodifusão da República Federal da Alemanha (*ARD*) e Segunda Televisão Alemã (*ZDF*), levantou-se a questão sobre os telespectadores da cultura na TV. Com base nos resultados, Dirk Kaemper, em palestra realizada em 1994, abordou a forma dos programas culturais apresentarem seus conteúdos em quatro quesitos que foram apresentados no livro de Sérgio Mattos (1997): conceito de cultura baseada no número de espectadores; apresentação de formas modificadas e descuidadas; modificação da estética de imagem com intuito de obter maior interesse dos receptores e escolha do tema na suposta atração do espectador.

Desse modo, muitos programas encontram soluções, como analisou Kaemper em 1986, por meio da proposta do intendente da *ZDF*, Dieter Stolte, através de programas culturais orientados por meio do entretenimento, utilizando assuntos populares para transmitir a cultura e programas dirigidos aos telespectadores interessados e que, por isso, talvez tenham que se organizar com menor nível de audiência.

TEORIA DO ENQUADRAMENTO

Ao concluir que o tipo abordagem dos programas culturais é um fator relevante na sociedade, percebemos a necessidade de realizar essa análise utilizando como metodologia a teoria do enquadramento. Esse método foi referenciado como um “emolduramento” das fotografias e do cinema, apresentado originalmente pelo antropólogo e epistemólogo da comunicação, Gregory Bateson (1954), em seus estudos no campo da psicologia, e desenvolvido posteriormente como enquadramento (*framing*) por Erving Goffman (1986), ao buscar compreender as interações habituais que influenciam na ação dos sujeitos.

As características e propriedades dos componentes dispostos em um “quadro” de determinados assuntos, ao se tornarem objeto de análises, instruem o observador na tentativa de decifrar as mensagens explícitas e implícitas, contidas ou excluídas no determinado enquadramento; definido como sendo “(...) padrões persistentes de cognição, interpretação, apresentação, seleção, ênfase e exclusão, através dos quais



aqueles que trabalham os símbolos organizam habitualmente o discurso, tanto verbal como visual” (GITLIN, 1980, apud MELO, 2011, p. 2).

O “*framing*” é ideal para essa análise, pois através dele podem-se perceber alguns interesses que norteiam a fabricação do sentido, já que os comunicadores, ao definirem (conscientemente ou não) o argumento do enquadramento por meio de palavras-chave, metáforas, símbolos, conceitos e imagens que mais se ajustam dentro da sua proposta de mercado, fazem com que o *receptor* interaja de acordo com o enquadramento apresentado e, juntamente com os seus próprios “quadros”, pondere acerca do que foi transmitido. Essas explanações sobre o enquadramento podem ser diagnosticadas na maioria das áreas comunicacionais e são úteis para compreender as rotinas e produções jornalísticas, assim como as causas e efeitos ocorridos pelos meios noticiosos.

METODOLOGIA

A apreciação realizada refere-se a quatro reportagens respectivas a três edições distintas do programa Mosaico Baiano, apresentado por Alessandro Timbó e veiculado na emissora local Rede Bahia, afiliada da Rede Globo, considerada a maior do grupo de comunicação do Norte e Nordeste, em que dissemina o sinal da Rede Globo para aproximadamente 417 municípios e 13 milhões de habitantes. Mosaico Baiano é um programa cultural baseado em matérias sobre música, cinema, teatro, além curiosidades, comportamento e turismo, exibido apenas aos sábados, às 13h50, substituindo o programa nacional “Estrelas” e que tem duração em média de uma hora, sendo aproximadamente 40min de reportagem.

Para o estudo, primeiramente, foram definidos elementos de análise para averiguar os enquadramentos de cada matéria: *classificação*; *categoria*; *tempo e discurso*. Pois, segundo Soares (2006), o pesquisador ao analisar o enquadramento necessita identificar os modelos textuais e os aspectos contidos em um corpus para, assim, estabelecer divergências entre as coberturas analisadas por meio de interpretação do seu conteúdo, as suas orientações, retóricas e representações; as quais podem parecer idênticas a um primeiro contato.

Após isso, as reportagens escolhidas foram assistidas por meio de vídeos disponibilizados no site da emissora para que fosse possível uma apreciação mais detalhada das características. Em *classificação* é definido se a reportagem é sobre a cultura popular ou indústria cultural; *categoria* diz respeito ao tipo de gênero



jornalístico; *tempo* refere-se à duração da matéria em relação ao tempo total de programa e o *discurso* considera o enquadramento de acordo com a utilização de adjetivos, substantivos, expressões, entre outros aspectos.

A primeira reportagem avaliada foi exibida no dia 13 de Julho de 2013, denominada: “A equipe do Mosaico cai no Samba do Rodeadouro”, na edição do dia 03 de agosto foram observadas as matérias “Filme: O concurso” e “A Lenda do Nego D’água”; por fim, foi escolhida a matéria “MC Anitta”, transmitida na edição de 24 de Agosto. Quanto ao elemento *classificação*, os vídeos sobre o filme e a Anitta foram avaliados como pertencentes à indústria cultural por estarem relacionadas à exposição do trabalho de artistas consagrados e que tem como preocupação o seu retorno financeiro a partir da sua imagem e divulgação. As matérias envolvendo o samba do Rodeadouro e a lenda do Nego D’água foram analisadas como referente à cultura popular, já que fazem parte da tradição de uma localidade, envolvendo a história da cidade de Juazeiro da Bahia e seu povo.

Com base na *categoria*, de forma simplificada, encontraram-se dois tipos: reportagem e entrevista. De modo que as duas entrevistas são as matérias com Anitta e sobre o filme, por serem basicamente feitas de relatos definidos. As outras duas, reportagem, que são acerca do samba do Rodeadouro e a lenda do Nego D’água, de acordo com a definição do tipo, que é mais amplo. Quanto ao *tempo*, percebeu-se uma diferença irrelevante entre as matérias mercadológicas e culturais; detalhadamente, a reportagem sobre o samba do Rodeadouro durou 05’43 em um total de 6 reportagens, que somadas, representam 33’06”. Já a entrevista a respeito do filme teve duração de 04’33” e a reportagem da lenda do Nego D’água 07’34”, apresentadas no mesmo programa, dentro de um tempo de 36’50”; por fim, constatou-se que a entrevista com a cantora Anitta durou 05’11”.

Em relação ao *discurso*, na entrevista realizada com Fábio Porchat e Érico Brás do filme “O Concurso”, é comentado a respeito do filme como também são feitas perguntas pessoais e sobre outros trabalhos, tanto que Porchat ao ser perguntando sobre o canal de humor do *YouTube* o qual participa, “Porta dos Fundos”, diz “o Porta dos Fundos virou um fenômeno”, ocorre o mesmo com o Érico que fala sobre seu canal “Tá bom pra você?”. Porchat ainda reforça o estereótipo do baiano preguiçoso: “a brincadeira folclórica que se cria em cima dele tem muitas coisas que são de verdade, que são reais,



né?! Você chega em Salvador, é um clima mais calmo... ‘pra quê essa pressa, onde você tá indo, quê isso?’”. No término, ele convida os telespectadores a assistirem ao filme.

Na entrevista realizada com Anitta, pode-se reconhecer no discurso adjetivos claros como “a mais nova estrela da música popular brasileira”, “sexy sem ser vulgar” e “o seu é harmonicamente muito bom”. Foi observado o reforço da ideia de tipos de músicas superiores e inferiores na fala do entrevistador: “existe axé bom e axé ruim, *funk* bom e *funk* ruim”. Por fim, ela divulga o dia do show que irá realizar em Salvador com as falas “vai ser bem lindo” e “uma mega produção”. Dessa forma, é necessário verificar até que ponto o programa utiliza dessas entrevistas, abordando produtos mercadológicos, para informar e entreter o telespectador ou amplia isso de forma a envolver temáticas irrelevantes distintas do foco principal; observando-se por meio do viés de que a televisão é um instrumento que necessita de retorno financeiro, além das dificuldades das emissoras afiliadas

Esse mesmo elemento também foi examinado nas abordagens relacionadas à cultura popular, no caso da reportagem sobre o Samba do Rodeadouro de Juazeiro-BA, realizada pelo projeto Conexão Bahia, por meio de parceria com a emissora TV São Francisco. O Samba do Rodeadouro é apenas descrito pela repórter como “tradição tão antiga aqui de Juazeiro” e durante a reportagem são mostradas imagens do grupo dançando e tocando.

Duas integrantes do grupo do samba comentam sobre a origem da dança e o período em que ocorrem as apresentações, além disso, uma das entrevistadas toma a iniciativa de falar sobre as ações realizadas para manter a tradição. Essa matéria tem um corte abrupto aos 03’04” para abordar a comida típica da região, a carne de carneiro, dividindo a matéria em dois conteúdos, portanto, suscitam-se questionamentos em relação ao período de tempo dado aos dois conteúdos da cultura popular de Juazeiro que poderiam ser mostrados em matérias distintas com maior duração.

A reportagem sobre a lenda do Nego D’água, que também faz parte do projeto Conexão Bahia, inicia-se com o comentário “essa é a mais intrigante” e perpassa entre a escultura do Nego D’água na região, o longa-metragem sobre a lenda e histórias contadas. De forma que os entrevistados, Flávio Henrique Fonseca, cineasta, e o produtor, Tacio Murillo Carvalho, do filme “Nego D’água: o filme” comentam a lenda, aproveitando para falar sobre seu novo projeto; a historiadora, Maria Isabel Figueredo, fala sobre as



versões da lenda e também aproveita para citar o seu livro “Lendas e Mitos do Rio São Francisco” e o escultor, Lêdo Ivo, além de dar maior esclarecimento, ao ser perguntado, também fala sobre sua iniciativa de produzir a escultura de Nego D’água que reside no próprio Rio São Francisco. Nesse caso, devem-se levar em consideração as posições dos entrevistados que utilizaram o espaço para falar de seus trabalhos pessoais, bem como o direcionamento dos discursos dado pelos próprios repórteres.

Quadro – Elementos verificados na análise das matérias

<i>Matérias</i>	<i>Classificação</i>	<i>Categoria</i>	<i>Tempo</i>	<i>Discurso</i>
Samba do Rodeadouro	Cultura Popular	Reportagem	03’04” (conteúdo) 05’43 (completa)	Poucos adjetivos; Apresentação da dança; Duas reportagens na mesma matéria
Lenda do Nego D’água	Cultura Popular	Reportagem	07’34”	Alguns adjetivos; Vários aspectos da lenda; Trabalhos pessoais dos entrevistados
Filme “O concurso”	Indústria Cultural	Entrevista	04’33”	Assuntos pessoais dos entrevistados; Estereótipo baiano
Anitta	Indústria Cultural	Entrevista	05’11”	Diversos adjetivos; Preconceito cultural; Divulgação de show

ANÁLISE

A partir dos enquadramentos, concluiu-se que na edição exibida em 13 de Julho de 2013, sobre o samba do Rodeadouro, o enquadramento para a *categoria* bem como o *discurso* da cultura popular baiana foi significativo, uma vez que reportagem é um tipo mais amplo e, mesmo com pouca duração, conseguiu apresentar aspectos relevantes como a origem, a história e a demonstração da dança. Além disso, ainda que a matéria



tenha sido dividida em duas reportagens, abordou-se outro tema da cultura popular da cidade, que é a comida típica.

Na edição do dia 03 de agosto, analisou-se a entrevista com dois atores do filme “O Concurso”, Fábio Porchat e Érico Brás, referente à indústria cultural, e a reportagem sobre a cultura popular de Juazeiro, sobre a lenda do Nego D’água. Em relação ao elemento *tempo*, a divulgação da cultura popular foi superior, desse modo, percebe-se por parte do programa a tentativa de equilíbrio na duração dos dois tipos de matérias veiculadas em suas edições.

Quanto ao *discurso*, percebeu-se que a reportagem sobre o Nego D’água apresentou várias perspectivas, como a existência da escultura na cidade, o longa-metragem que aborda o Nego D’água, a própria origem e versões da lenda, além de histórias contadas por pessoas da região. Na reportagem, permitiu-se a divulgação de outros tipos de trabalho dos entrevistados, mas que são relacionados à cultura local, além disso, de acordo com as análises, percebe-se que o programa não impede esse tipo de acontecimento, pois ocorre também com as reportagens da indústria cultural. Na entrevista sobre o filme “O concurso”, Fábio Porchat e Érico Brás também falam sobre seus outros trabalhos, respondem a perguntas pessoais e, nesse contexto, observa-se que Porchat reafirma o estereótipo do baiano preguiçoso, sendo que ele poderia ponderar entre o humor e o reforço dessa visão deturpada do baiano; porém também foi uma escolha dos responsáveis, ligado ao próprio aspecto do programa, não cortar essa parte da entrevista.

Já na entrevista com a Anitta, apresentada no dia 24 de Agosto de 2013, percebe-se que essa é a única reportagem da edição referente à indústria cultural. Ressalva-se que é um perfil das entrevistas com artistas o alto número de elogios e a divulgação do trabalho do entrevistado, através de adjetivos e expressões, e da própria mídia que também tem a intenção de provocar interesse do espectador. Dessa forma, pode-se justificar o infeliz comentário do entrevistador ao definir “funk bom e funk ruim”, de modo que uma das intenções era afirmar que o tipo de música que a entrevistada fazia era diferente positivamente em relação às outras do mesmo gênero. Porém, não se deve desconsiderar essa questão, pois é uma grande falha visto que é um programa cultural que atende às diversas versões da cultura e que deveria, ao invés disso, abranger o conceito para os



telespectadores que poderiam absorver a ideia da não existência de manifestações culturais inferiores ou superiores.

CONSIDERAÇÕES

A partir das descrições e interpretações, conclui-se que o programa Mosaico Baiano tem uma grande importância na disseminação da cultura popular baiana, além de elementos da cultura nacional, frequentemente, pertencentes às leis de mercado. A diferença entre os dois tipos de abordagens foi muito pequena, pois de acordo com os elementos analisados, o tempo fornecido aos dois tipos de matérias da cultura popular e mercadológica é semelhante, traçando seu próprio perfil com seis matérias divididas de forma similar no total do programa, podendo aumentar, insignificamente, a duração a depender do estilo de reportagem, no caso de temas mais densos por ser necessário mais tempo para a abordagem.

O discurso das reportagens, por ser uma abordagem de conteúdo pré-definida, está estreitamente ligado com o formato televisivo, sendo que a depender do aspecto dos assuntos não se aborda informações detalhadas, enquanto em outras menos contextualizadas, como nas entrevistas relacionadas à indústria cultural, vários fatores são abordados, muitos deles, claramente envolvidos ao retorno financeiro como informações de novos projetos, convites de show e questões pessoais ou de outros trabalhos que não envolvem o foco principal.

Também se percebe a publicidade feita por alguns entrevistados nas matérias de cultura popular, ao falarem de seus trabalhos pessoais que, em todos os casos, não são muito conhecidos pelo público em geral. Assim, ficam balanceados os dois pontos, pois ao mesmo tempo em que artistas e entrevistados da indústria cultural fazem proveito do espaço para se promoverem, os entrevistados, ao abordarem uma cultura de sua região, também o fazem; sendo que algumas dessas informações são levadas por meio dos próprios repórteres.

Conclui-se, então, que o perfil do programa não impõe apenas a sua linha, por meio do direcionamento dos repórteres, como abre espaço para que os outros atuantes das reportagens contribuam na sua execução. E, partindo do princípio da dificuldade de manter um programa dessa categoria, ele se mostra pertinente nas suas abordagens, utilizando-se da solução de abordar a indústria cultural como informação,



entretenimento e também forma de obter audiência e recursos para conseguir manter o programa e demonstrar, simultaneamente, a cultura popular.

Dessa forma, pode-se dizer que ele atua como divulgador de tradições culturais desconhecidas da população geral do estado, como o Samba do Rodeadouro e a Lenda do Nego D'água, assim como não marginaliza a indústria cultural nem desconsidera a necessidade do retorno financeiro, cumprido seu papel na sociedade mediante as possibilidades, ainda que possa melhorar alguns aspectos já aludidos. Assim, atende ao interesse do público e aos interesses do mercado, podendo provocar reflexão acerca da necessidade da criação de ações para manter as tradições populares e, ao mesmo tempo, saber relacioná-la com a alavanca de produtos mercadológicos.

REFERÊNCIAS

A equipe do Mosaico cai no Samba do Rodeadouro. **Mosaico Baiano**, Salvador, 13 de julho, 2013. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/ba/redebahia/mosaicobaiano/videos/t/edicoes/v/a-equipe-do-mosaico-cai-no-samba-do-rodeadouro/2690232/>. Acesso em: 08 nov. 2013.

A lenda do Nego D'água. **Mosaico Baiano**, Salvador, 03 de ago, 2013. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/ba/redebahia/mosaicobaiano/videos/t/edicoes/v/a-lenda-do-nego-dagua/2737146/>. Acesso em: 09 nov. 2013.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

CERTEAU, M. **A cultura no plural**. trad. Enid Abre Dobránszky. Campinas, SP: Papirus, 1995.

CHAUÍ, M. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 1995.

Donos da Mídia. **As redes de TV**. Disponível em: <http://donosdamidia.com.br/redes/tv> >. Acesso em: 08 nov. 2013.

Filme: O concurso. **Mosaico Baiano**, Salvador, 03 de ago, 2013. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/ba/redebahia/mosaicobaiano/videos/t/edicoes/v/filme-o-concurso/2722445/>. Acesso em: 09 nov. 2013.

Globo. **Anunciada compra de 33% das ações da Rede Bahia pela EPTV**. G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2012/06/anunciada-compra-de-33-das-acoes-da-rede-bahia-pela-eptv.html> >. Acesso em: 08 nov. 2013.

MATTOS, S. Televisão e Cultura no Brasil e na Alemanha. In: _____. **Público-alvo da cultura na TV**. São Paulo: Edições GRD, 1997.

_____. **Um perfil da TV Brasileira: 40 anos de história - 1950-1990**. Salvador: Abap / A tarde, 1990. Disponível em http://www.sergiomattos.com.br/liv_perfil01.html>. Acesso em: 07 nov. 2013.



MC Annita. **Mosaico Baiano**, Salvador, 24 de ago, 2013. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/ba/redebahia/mosaicobaiano/videos/t/edicoes/v/mc-anitta/2785282/>>. Acesso em: 09 nov. 2013.

MELO, Paulo. Noticiabilidade, Enquadramento e Cultura Jornalística: uma discussão teórica. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/cl_81.pdf>. Acesso em: 08 nov. 2013.

MENDONÇA, R.; SIMÕES, P. Enquadramento: diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 27, 2012. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v27n79/a12.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2014.

Observatório da Imprensa. **Redes privadas controlam 80% das emissoras de TV**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/redesnbspprivadas_controlam_80_das_e_missoras_de_tv>. Acesso em: 29 nov. 2013.

SANTOS, C. **Mídia e educação**: o discurso da imprensa no debate das ações afirmativas para negros/as. 2007. Dissertação (Mestrado) - Mestrado em Educação e Contemporaneidade, Universidade do Estado da Bahia, Bahia, 2007.

SOARES, M. C. Análise de Enquadramento. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

THOMPSON. J. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1995.