



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA  
DOUTORADO EM ESTUDOS DA MÍDIA**

**FRANCISCO DAS CHAGAS SALES JÚNIOR**

**A TELEVISÃO NO RIO GRANDE DO NORTE:  
Uma periodização da trajetória da mídia regional**

NATAL/RN  
2023

FRANCISCO DAS CHAGAS SALES JÚNIOR

**A TELEVISÃO NO RIO GRANDE DO NORTE:**  
Uma periodização da trajetória da mídia regional

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), como requisito para a obtenção do título de Doutor em Estudos da Mídia. Linha de pesquisa: Estudos de Mídia e Práticas Sociais.

Orientadora: Profa. Dra. Valquíria Aparecida Passos Kneipp.

NATAL/RN  
2023

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Sistema de Bibliotecas - SISBI

Catálogo de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes -  
CCHLA

Sales Júnior, Francisco Das Chagas.

A televisão no Rio Grande do Norte : uma periodização da trajetória da mídia regional / Francisco Das Chagas Sales Junior. - Natal, 2023.

232 f.: il. color.

Tese (doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, Natal, RN, 2023.

Orientação: Profa. Dra. Valquíria Aparecida Passos Kneipp.

1. Televisão Regional - Tese. 2. História da Mídia - Tese. 3. Rio Grande do Norte - Tese. 4. Ecologias dos meios - Tese. 5. Periodização - Tese. I. Kneipp, Valquíria Aparecida Passos. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 654.1(813.2)

FRANCISCO DAS CHAGAS SALES JÚNIOR

**A TELEVISÃO NO RIO GRANDE DO NORTE:**  
Uma periodização da trajetória da mídia regional

Tese apresentada e **APROVADA** em 24 de outubro de 2023, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Valquíria Aparecida Passos Kneipp  
Presidente – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

---

Profa. Dra. Janaíne Sibelle Freires Aires  
Examinadora interna – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

---

Profa. Dra. Maria Ângela Pavan  
Examinadora interna – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

---

Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima  
Examinadora externa – Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Sérgio Augusto Soares Mattos  
Examinador externo – Universidade Federal do Recôncavo Baiano (UFRB)

## AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida.

À minha mãe, Maria José, pelo amor, liberdade e confiança incondicionais.

Ao meu pai, Francisco das Chagas, pelo exemplo de força e persistência.

À minha avó paterna, Severina (*in memoriam*), que sempre acreditou em minha capacidade.

Ao meu namorado, Brenno Henrique, por ser meu apoio e incentivo em momentos primordiais.

À minha orientadora, professora Valquíria Kneipp, pela parceria nas produções acadêmicas, pela amizade construída ao longo dos últimos anos, pela confiança em meu trabalho, pela paciência nos momentos difíceis, pela colaboração necessária nesse processo, pelos ensinamentos preciosos e pelo exemplo de amor à docência, que sempre levarei comigo.

À minha irmã, Janaína, por sempre me incentivar a seguir em novas caminhadas, mesmo quando parecem loucura.

Às minhas tias Lena e Maria, que sempre estiveram na torcida e vibraram tanto quanto eu com as minhas conquistas, além dos primos e demais familiares.

Às minhas tias Graça, Inês e Neném, que foram os primeiros exemplos que tive na vida de dedicação e amor pela docência.

Ao amigo Jullian Sousa, pelos conhecimentos compartilhados, pelas parcerias firmadas e pelo incentivo ao longo da pesquisa de doutorado.

Ao amigo Allyson Moreira, pelo incentivo para me inscrever como aluno especial do mestrado e fazer a seleção para aluno regular, dando início a minha jornada na pós-graduação.

À amiga Alice Andrade, pelos incentivos, pelas inúmeras ajudas e pelos esclarecimentos de dúvidas ao longo da caminhada na pós-graduação, além de não me deixar desistir.

Ao amigo Edvanilson Lima, pela amizade de sempre e por contribuir com a finalização da tese.

Aos colegas do PPGEM, por compartilharem conhecimento, em especial Fabricia Guedes com quem dividi momentos de dúvidas, mas também de esperança, tornando a jornada mais leve.

Aos mestres da UFRN que passaram pela minha vida, na graduação e pós-graduação, deixando suas contribuições, em especial Ruy Rocha, Adriano Gomes, Mirian Moema, Ângela Pavan, Socorro Veloso, Janaína Aires, Denise Carvalho, Marcelo Bolshaw, Josenildo Soares, Livia Cirne, Hércio Pacheco, Josimey Costa, Graça Pinto, Otêmia Porpino, Newton Avelino, José Zilmar, Eduardo Pinto, Albimar Furtado, Kenia Maia e Itamar Nobre.

Aos professores externos à UFRN, Sonia Aguiar, Maria Érica, Sérgio Mattos e Edna Melo, que demonstraram disponibilidade e contribuíram com o amadurecimento deste trabalho, participando das bancas dos seminários de pesquisa, de qualificação e de defesa.

Aos amigos que fiz na Inter TV Cabugi, por incentivarem e sempre acreditarem em meu potencial para a docência, em especial Diana Barreto, Ludmilla Lacerda e Ranniery Sousa.

Aos amigos da TV Assembleia, especialmente Sérgio Farias, Cristiane Rodrigues, Gerson de Castro e Dalton Medeiros, pelo apoio e incentivo para sempre buscar novos conhecimentos.

Aos amigos do TJRN, pela compreensão nos momentos de ausência, principalmente Luciana Silveira, Andreia Ramos, Hélio Júnior, Vanessa Camilo, Túlio Duarte e Levy Medeiros.

Aos amigos da TV Universitária, por sempre estarem comigo vibrando com o meu retorno à UFRN para fazer o mestrado, doutorado e exercer o magistério como professor substituto, em especial Rodivan Barros, Edilson Américo, Fábio Izaias, Erica Lima e Jorge Luiz.

Aos colegas de profissão das emissoras pesquisadas, que contribuíram com informações importantes para o desenvolvimento da pesquisa.

Enfim, a todos que me ajudaram a concretizar mais este sonho.

Entender a televisão em seu âmbito social, cultural e histórico se faz necessário para compreendermos os caminhos que a levaram a ser um dos meios de comunicação de massa mais importantes do século XX.

Mario Abel Bressan Júnior

## RESUMO

Esta pesquisa teve como objetivo identificar, analisar e delimitar as fases de desenvolvimento da televisão no Rio Grande do Norte. Para isso, foram recortados como objetos empíricos as trajetórias das emissoras potiguares, entre 1972 e 2022, para identificar uma periodização da mídia regional (Rossetto, 2009), a partir de um estudo de caso (Yin, 2015) da televisão potiguar, transmitida tanto em sinal aberto como nas operadoras dos canais por assinatura, além do uso de técnicas como a história oral e de consultas aos arquivos de vídeo das emissoras, à legislação brasileira e às histórias do Brasil e do Rio Grande do Norte. A presente investigação foi justificada pela carência de pesquisas sobre a TV no estado e pela inexistência de uma periodização da mídia televisiva potiguar. A investigação teve como fundamentação teórica os estudos de Mattos (2010a, 2010b), Barbosa (2010), Bolanõ (1999, 2007) e Capparelli (1982, 1986), sobre a TV brasileira, e de Kneipp (2017), sobre a TV potiguar. O estudo contou ainda com as contribuições de Williams (2016), Jost (2011, 2007), Wolf (2015) e Wolton (1996) sobre a mídia televisiva, além das pesquisas sobre mídia regional de Lima (2010, 2001, 200), Bazi (2016, 2001), Fábri Júnior (2006), Aguiar (2016), Moreira (2019, 2015, 2009) e Santos (2008, 2006, 2007, 2006). A pesquisa se propôs ainda a discutir conceitualmente a nova ecologia da televisão regional. Por isso, contou com as contribuições de McLuhan (1962, 1964), Postman (1994, 1979), Scolari (2015, 2014, 2010), Canavilhas (2023, 2011), Strate e Braga (2019), Becker (2022, 2016), Jenkins (2008) e Fachine (2014). A partir dos estudos realizados e dos resultados alcançados por esta pesquisa, foi possível construir uma periodização da trajetória televisão no Rio Grande do Norte e identificar a ecologia da TV potiguar na contemporaneidade, além de contribuir para as discussões e desenvolvimento do conhecimento científico sobre regionalização da mídia televisiva no Brasil.

**Palavras-chave:** Televisão regional; Rio Grande do Norte; História da Mídia; Ecologia dos meios; Periodização.

## ABSTRACT

This research aimed to identify, analyze and delimit the phases of television development in Rio Grande do Norte. To this end, the trajectories of Potiguar broadcasters, between 1972 and 2022, were selected as empirical objects, to identify a periodization of regional media (Rossetto, 2009), based on a case study (Yin, 2015) of Potiguar television broadcast on a signal broadcast and pay TV, in addition to the use of techniques such as oral history and consultations with broadcasters' video archives, Brazilian legislation and the histories of Brazil and Rio Grande do Norte. The present investigation was justified by the lack of research on TV in the state and the lack of a periodization of television media in Rio Grande do Norte. The investigation was theoretically based on studies by Mattos (2010a, 2010b), Barbosa (2010), Bolanõ (1999, 2007) and Capparelli (1982, 1986), on Brazilian TV, and by Kneipp (2017), on TV potiguar. The study also included contributions from Williams (2016), Jost (2011, 2007), Wolf (2015) and Wolton (1996) on television media, in addition to research on regional media in Lima (2010, 2001, 200), Bazi (2016, 2001), Fábri Júnior (2006), Aguiar (2016), Moreira (2019, 2015, 2009) and Santos (2008, 2006, 2007, 2006). The research also proposed to conceptually discuss the new ecology of regional television. Therefore, it included contributions from McLuhan (1962, 1964), Postman (1994, 1979), Scolari (2015, 2014, 2010), Canavilhas (2023, 2011), Strate and Braga (2019), Becker (2022, 2016), Jenkins (2008) and Fechine (2014). Based on the studies carried out and the results achieved by this research, it was possible to construct a periodization of the television trajectory in Rio Grande do Norte and identify the ecology of TV in Rio Grande do Norte in contemporary times, in addition to contributing to the development of scientific knowledge about the regionalization of television media in Brazil.

**Keywords:** Regional television; Large northern river; Media History; Media ecology; Periodization.

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo identificar, analizar y delimitar las fases del desarrollo de la televisión en Rio Grande do Norte. Para ello, se seleccionaron como objetos empíricos las trayectorias de los locutores de Potiguar, entre 1972 y 2022, para identificar una periodización de los medios regionales (Rossetto, 2009), a partir de un estudio de caso (Yin, 2015) de la emisión de televisión de Potiguar en un señal abierta y TV paga, además del uso de técnicas como la historia oral y la consulta de archivos de video de las emisoras, la legislación brasileña y las historias de Brasil y de Rio Grande do Norte. La presente investigación se justificó por la falta de investigaciones sobre la televisión en el estado y la falta de periodización de los medios televisivos en Rio Grande do Norte. La investigación se basó teóricamente en estudios de Mattos (2010a, 2010b), Barbosa (2010), Bolanõ (1999, 2007) y Capparelli (1982, 1986), sobre la televisión brasileña, y de Kneipp (2017), sobre TV potiguar. El estudio también incluyó contribuciones de Williams (2016), Jost (2011, 2007), Wolf (2015) y Wolton (1996) sobre medios televisivos, además de investigaciones sobre medios regionales en Lima (2010, 2001, 200), Bazi (2016, 2001), Fábri Júnior (2006), Aguiar (2016), Moreira (2019, 2015, 2009) y Santos (2008, 2006, 2007, 2006). La investigación también propuso discutir conceptualmente la nueva ecología de la televisión regional. Por tanto, incluyó contribuciones de McLuhan (1962, 1964), Postman (1994, 1979), Scolari (2015, 2014, 2010), Canavilhas (2023, 2011), Strate y Braga (2019), Becker (2022, 2016), Jenkins (2008) y Fechine (2014). A partir de los estudios realizados y de los resultados alcanzados por esta investigación, fue posible construir una periodización de la trayectoria televisiva en Rio Grande do Norte e identificar la ecología de la TV en Rio Grande do Norte en la época contemporánea, además de contribuir a el desarrollo del conocimiento científico sobre la regionalización de los medios televisivos em Brasil.

**Palabras clave:** Televisión autonómica; Río Grande del Norte; Historia de los medios; Ecología de los medios; Periodización.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Emissoras da Rede Amazônica.....	32
Quadro 2 – Emissoras pioneiras por região.....	34
Quadro 3 – Total de emissoras das redes nacionais e afiliadas no Nordeste.....	42
Quadro 4 – Redes regionais nordestinas .....	43
Quadro 5 – Afiliadas pioneiras da TV Globo no Nordeste .....	45
Quadro 6 – Emissoras educativas pioneiras no Nordeste.....	49
Quadro 7 – Concessões de canais de TV entre 1985 e 1988.....	51
Quadro 8 – Emissoras das Assembleias Legislativas do Nordeste .....	57
Quadro 9 – Emissoras próprias das maiores redes de televisão do Brasil.....	63
Quadro 10 – Emissoras pioneiras da TV Digital no Nordeste .....	66
Quadro 11 – Mudanças de horário e tempo do Bom Dia Praça .....	68
Quadro 12 – Categorizações das regiões midiáticas .....	112
Quadro 13 – Escalas geográficas.....	113
Quadro 14 – Escalas das regiões midiáticas brasileiras .....	114
Quadro 15 – Fases da TV no Rio Grande do Norte.....	137
Quadro 16 – Nomenclatura das fases da TV no Rio Grande do Norte .....	138
Quadro 17 – Mudanças de propriedade em emissoras de TV do RN.....	172
Quadro 18 – Mudanças de nome em emissoras de TV do RN.....	173
Quadro 19 – Canais da TV por assinatura no Rio Grande do Norte .....	175
Quadro 20 – Inauguração dos canais digitais no Rio Grande do Norte .....	180
Quadro 21 – Desligamento do sinal analógico no Nordeste .....	182

## LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Aula com a participação de atores em 1979 .....	144
Imagem 2 – Logomarca da TVU na década de 1980 .....	146
Imagem 3 – Entrevista de Zila Mamede ao programa Memória Viva em 1982 .....	147
Imagem 4 –RN Notícia apresentado por Samuel Fernandes na década de 1980 .....	151
Imagem 5 – Primeira logomarca da TV Ponta Negra em 1987.....	155
Imagem 6 – Elizeu Ventania no Programa Carlos Alberto em 1987 .....	157
Imagem 7 – Primeira logomarca da TV Cabugi em 1987 .....	158
Imagem 8 – RNTV 1ª edição com Margot Ferreira e Geider Henrique Xavier em 1999 .....	160
Imagem 9 – Primeira logomarca da TV Tropical em 1987 .....	161
Imagem 10 – RN em Manchete com Geider Henrique Xavier em 1991 .....	162
Imagem 11 – Primeira logomarca da TV Potengi em 1990 .....	164
Imagem 12 – Programa TV Revista com Suzana Rangel e Lourimar Neto em 1991 .....	165
Imagem 13 – STC Notícias apresentado por Ana Paula em 1999.....	167
Imagem 14 – Jornal do Dia com Mícarla de Sousa em 1999 .....	169
Imagem 15 – Programa Entre no Clima com Dayvid Almeida e Lara Góis em 2010 .....	175
Imagem 16 – Jornal da Câmara apresentado por Anna Karina Castro em 2003.....	176
Imagem 17 – Jornal da Assembleia apresentado por Georgia Nery em 2003.....	178
Imagem 18 – Inauguração do sinal digital da Inter TV Cabugi em 2010 .....	179
Imagem 19 – Geraldo Jerônimo ao vivo pela internet no Bom Dia RN em 2022.....	185
Imagem 20 – Pedro Trindade apresentando o Giro 5.com em 2021 .....	187
Imagem 21 – Analyson Miqueias e Lídia Pace no Patrulha da Cidade em 2022.....	189
Imagem 22 – Alanzinho na transmissão do Balanço Geral pelo YouTube em 2022 .....	190

## LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Estados com emissoras locais na década de 1950 .....	27
Mapa 2 – Estados com emissoras locais na década de 1960 .....	29
Mapa 3 – Últimos estados a instalarem as emissoras pioneiras locais .....	31
Mapa 4 – Redes regionais afiliadas da Rede Globo no Nordeste.....	44
Mapa 5 – Emissoras do Sistema Opinião de Comunicação .....	45
Mapa 6 – Emissoras da Band no Nordeste .....	64
Mapa 7 – Operadoras da TV por assinatura no Rio Grande do Norte.....	176
Mapa 8 – Emissoras da TV aberta no Rio Grande do Norte .....	191

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Ecossistema da televisão do Rio Grande do Norte .....	79
Figura 2 – Nacional, regional e local.....	97
Figura 3 – Fluxos da globalização e da regionalização .....	97
Figura 4 – Periodização da Mídia Regional .....	123
Figura 5 – Pontos norteadores para a construção da periodização .....	134
Figura 6 – Comparação entre as fases da TV brasileira e da TV potiguar .....	139

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>16</b>
<b>2 A REGIONALIZAÇÃO DA TELEVISÃO NO BRASIL.....</b>	<b>24</b>
2.1 A IMPLANTAÇÃO DAS EMISSORAS NOS ESTADOS.....	25
2.2 A NACIONALIZAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO .....	35
2.3 A EXPANSÃO E A DIVERSIFICAÇÃO DAS EMISSORAS REGIONAIS .....	47
2.4 OS INVESTIMENTOS EM PROGRAMAÇÃO REGIONAL .....	58
<b>3 UMA ECOLOGIA DA TELEVISÃO REGIONAL .....</b>	<b>70</b>
3.1 O ECOSSISTEMA TELEVISIVO NA CONTEMPORANEIDADE .....	71
3.2 AS PRÁTICAS SOCIAIS NA NOVA ECOLOGIA DA TELEVISÃO.....	84
3.3 A REGIONALIZAÇÃO NO ECOSSISTEMA TELEVISIVO .....	95
3.4 OS TERRITÓRIOS DA TELEVISÃO REGIONALIZADA .....	106
<b>4 A CONSTRUÇÃO DA PERIODIZAÇÃO DA MÍDIA REGIONAL.....</b>	<b>120</b>
4.1 OS ESTUDOS DAS TRAJETÓRIAS DAS EMISSORAS DE TV .....	123
4.2 A BUSCA DAS MEMÓRIAS NAS MÍDIAS .....	127
4.3 A HISTÓRIA ORAL COMO FERRAMENTA METODOLÓGICA .....	130
4.4 A PERIODIZAÇÃO DA TRAJETÓRIA DA TELEVISÃO POTIGUAR.....	132
<b>5 A TRAJETÓRIA DA TELEVISÃO NO RIO GRANDE DO NORTE.....</b>	<b>141</b>
5.1 FASE DA IMPLANTAÇÃO E TELEDUCAÇÃO (1972 – 1987).....	142
5.1.1 A estrutura operacional e a formação de público .....	145
5.1.2 O início do telejornalismo potiguar .....	149
5.2 FASE DA EXPANSÃO E PROFISSIONALIZAÇÃO (1987 – 1998).....	153
5.2.1 A primeira emissora comercial.....	155
5.2.2 O padrão Globo no RN.....	158
5.2.3 A instalação de mais emissoras comerciais no RN .....	161
5.2.4 O início da TV por assinatura potiguar .....	166
5.3 FASE DA TRANSIÇÃO ADMINISTRATIVA E TECNOLÓGICA (1998 – 2018) .....	168
5.3.1 A expansão da TV por assinatura .....	173
5.3.2 A chegada da televisão legislativa no RN .....	175
5.3.3 O processo de implantação da TV Digital.....	178
5.4 FASE DA QUALIDADE DIGITAL, MOBILIDADE E INTERAÇÃO (A PARTIR DE 2018).....	181
5.4.1 As transmissões pela internet e a presença do videorepórter .....	183

5.4.2 A cultura da colaboração e da interação nos programas e telejornais .....	186
5.4.3 A plataformização da televisão potiguar na internet .....	189
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>194</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>203</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>224</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A inauguração da televisão no Brasil representou um momento de desenvolvimento da comunicação no país, contribuindo para um crescimento tanto do ponto de vista tecnológico quanto socioeconômico, político e cultural. Ao longo de sua trajetória, a TV brasileira passou mudanças importantes como, por exemplo, quando se implementou o uso do videoteipe, no início das transmissões via satélite, nas primeiras transmissões da TV em cores, com o surgimento dos primeiros canais da TV por assinatura, com a convergência da TV com a internet e, mais recentemente, com a inauguração da TV Digital (Kneipp; Sales Júnior, 2021).

O processo de crescimento e expansão da televisão brasileira teve diversas especificidades e contextos, que ajudaram a configurá-la e a torná-la um dos meios de comunicação mais populares do país. O que se mantém mesmo diante da popularização das mídias digitais. A trajetória da TV no Brasil foi estudada por Mattos (2010a), que identificou sete fases, que contribuíram para o desenvolvimento desse veículo no território nacional.

Segundo Mattos (2010a), foi identificada uma primeira fase denominada de Fase Elitista (1950 – 1964), quando o televisor era considerado produto de luxo ao qual apenas a elite tinha acesso e a programação era voltada para esse público, com a presença de orquestras tocando música clássica. Em um segundo momento, chamado de Fase Populista (1964 – 1975), o autor observa que a televisão era considerada um exemplo de modernidade e os programas de auditório de baixo nível tomavam grande parte da programação. Logo em seguida, começou a Fase do desenvolvimento tecnológico (1975 – 1985), que foi quando as redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir os próprios programas, visando a exportação.

Um quarto momento, identificado por Mattos (2010a), foi a Fase da transição e da expansão internacional (1985 – 1990), quando se intensificam as exportações de programas. Nos anos seguintes surgiram: a Fase da globalização e da TV Paga (1990 – 2000), quando o país buscava a modernidade e a TV se adaptou a redemocratização; a Fase da convergência e da qualidade digital (2000 – 2010), quando a tecnologia apontou para uma interatividade cada vez maior da TV com a internet e outras tecnologias; E a Fase da portabilidade, mobilidade e interatividade digital, iniciada em 2010 e que segue até os dias atuais, quando verifica-se que o mercado da comunicação e o modelo de negócio se reestruturaram, devido ao surgimento e popularização de novas mídias digitais.

Ao analisar o desenvolvimento da televisão no Brasil, também se faz necessário voltar o olhar para o telejornalismo. Afinal, não é possível dissociar uma coisa da outra, tendo em

vista que ambos estiveram lado a lado nesse processo de crescimento e expansão. Por isso, Silva (2018) traçou um perfil epistemológico do jornalismo televisivo brasileiro, identificando as seguintes fases: 1) Telejornalismo Falado, marcado pela herança deixada pelo radiojornalismo e do cinejornalismo; 2) Telejornalismo Reportado, que compreende o início da produção de reportagens externas, a partir da chegada do videoteipe; 3) Telejornalismo All-news, que surgiu com a inauguração dos canais de TV por assinatura e com uma programação segmentada; 4) Telejornalismo Convergente, que surgiu juntamente com as tecnologias digitais, como a implementação da ilha não-linear; 5) Telejornalismo Expandido, que utiliza as mídias sociais como forma de ampliar a divulgação de conteúdo, promovendo uma aproximação maior e mais facilitada com o público; 6) Telejornalismo Imersivo, caracterizado pela interação da notícia com o telespectador, por meio de tecnologias de realidade virtual, como vídeos em 360°.

A partir dessas perspectivas da trajetória da televisão e do telejornalismo no Brasil, é possível visualizar um panorama de como ocorreu o desenvolvimento das produções televisivas ou audiovisuais no país. No entanto, para ampliar a compreensão sobre esse processo também se torna necessário identificar e analisar o papel da regionalização desse veículo de comunicação em território nacional. Afinal, foi graças a implantação e expansão das emissoras de TV pelos os estados e regiões que o ecossistema televisivo brasileiro foi sendo configurado.

Ainda no final dos anos de 1950 e início da década de 1960, observou-se que a televisão brasileira foi deixando de se concentrar apenas nos maiores centros urbanos do país, como São Paulo e Rio de Janeiro, e as emissoras foram sendo instaladas em outros estados e regiões mais pobres como o Norte e o Nordeste. Em grande parte, graças aos investimentos na infraestrutura de telecomunicações e ao crescimento industrial, com os aparelhos televisores sendo produzidos em território nacional (Mattos, 2010a).

No Rio Grande do Norte, a produção local de televisão teve início em 1972, com as transmissões de aulas do projeto Satélite Avançado de Comunicações Interdisciplinares (SACI), que levava ensino básico para escolas públicas do estado. Com o encerramento do projeto, em 1975, o canal foi transferido definitivamente para a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), se tornando a TV Universitária (Pedroza, 2017).

Apenas em 1987 é que a primeira emissora comercial se instalou no Rio Grande do Norte. A TV Ponta Negra foi fundada pelo ex-senador Carlos Alberto de Sousa. No mesmo ano foram inauguradas a TV Cabugi, do ex-senador Aluísio Alves, e a TV Tropical, do ex-governador Tarcísio Maia. A quinta emissora a ser instalada foi a TV Potengi, em 1990, do ex-governador Geraldo Melo (Kneipp; Silva, 2017). Após esse período de expansão, a televisão

potiguar chegou aos anos de 1990 investindo em uma programação mais profissionalizada, tanto do ponto de vista técnico quanto de mão-de-obra (Lins, 2017).

Mesmo investindo na profissionalização, no início dos anos 2000, algumas emissoras comerciais enfrentaram crises econômicas e foram vendidas para outros grupos empresariais, causando mudanças também na programação devido às reestruturações administrativas. Outro momento de transformações na televisão no estado foi a transição do sinal analógico para o digital, iniciada em 2010 (Kneipp; Sales Júnior, 2019).

Foram esses acontecimentos que contribuíram para a configuração da televisão potiguar, com produção e transmissão de conteúdos locais e regionais. O Rio Grande do Norte possui na contemporaneidade 11 emissoras, que transmitem em sinal aberto e digital para os 167 municípios do estado. A maioria com sede em Natal, capital do estado. Em relação à TV por assinatura, são 12 canais no estado, administrados por quatro operadoras (Sales Júnior, 2020).

Diante desse cenário, ao analisar a trajetória da televisão do Rio Grande do Norte, verificam-se momentos de mudanças nas práticas sociais e de reconfiguração tecnológica, que se mostraram relevantes para o crescimento desse veículo de comunicação no estado. São períodos marcados por acontecimentos históricos, sociais, culturais, econômicos e políticos, que contribuíram para a expansão das emissoras de TV pelo território potiguar. Diante disso, surgiu a pergunta-chave: quais são as fases pelas quais passaram a televisão no Rio Grande do Norte? A partir disso, também surgiu o questionamento: como essas fases se desenvolveram, se organizaram e se transformaram ao longo dos últimos cinquenta anos?

Foi a partir desses questionamentos iniciais, com base nos estudos realizados sobre a trajetória da televisão no Brasil e no Rio Grande do Norte, que se chegou às seguintes afirmações referentes à expansão da televisão potiguar:

- As fases de crescimento da televisão do Rio Grande do Norte seguiram em paralelo ou bem próximas às fases da televisão brasileira, identificadas e delimitadas por Mattos (2010a), mas seguindo recortes temporais diferentes, tendo em vista as especificidades observadas nas emissoras potiguares;
- Cada fase de desenvolvimento da televisão potiguar contém elementos que possibilitam identificar as práticas sociais e atores envolvidos nesse processo, além dos contextos, que contribuíram para que esse meio de comunicação pudesse se expandir pelo estado.

- Os períodos de desenvolvimento da televisão potiguar podem ser identificados e divididos em quatro fases distintas, configuradas a partir dos acontecimentos e contextos específicos do estado;
- A primeira fase da televisão potiguar, entre 1972 e 1987, compreende o momento de instalação da primeira experiência de televisão no estado e o período em que se configurou como o único canal de TV com produção local no Rio Grande do Norte;
- A segunda fase, compreendida entre 1987 e 1998, é caracterizada pelo momento em que surgem as três primeiras emissoras comerciais e tanto a produção quanto a mão-de-obra começaram a ser profissionalizadas, além da instalação da primeira operadora de TV a cabo do estado;
- A terceira fase, entre 1998 e 2018, abrange o período em que as televisões vivenciaram crises financeiras, que levaram emissoras a serem vendidas para outros grupos empresariais e, por isso, também passaram por mudanças administrativas, além de compreender o momento em que essas empresas deram início aos investimentos para a implantação da TV Digital;
- A quarta fase, iniciada em 2018, segue em desenvolvimento e começou quando o sinal analógico de TV começou a ser desligado e as emissoras de televisão passaram a utilizar as novas tecnologias digitais de forma mais intensiva para produzir conteúdo e proporcionar uma maior interação com o público local/regional.

Com a confirmação dessas hipóteses iniciais, foi possível construir uma periodização da trajetória da televisão no Rio Grande do Norte, como forma de contribuir para a discussão conceitual de uma nova ecologia da TV local/regional. O que também ajudou a identificar e entender melhor a configuração da televisão na atualidade e o processo de transformações que vem passando com o crescimento das mídias digitais no país.

Nesse sentido, foi definido como objetivo geral para esta pesquisa: identificar, analisar e delimitar as fases de desenvolvimento da televisão no Rio Grande do Norte, a partir dos estudos sobre as trajetórias das emissoras potiguares, no período entre 1972 e 2022, propondo uma periodização da mídia televisiva regional. O estudo abrange tanto os canais públicos quanto privados, com foco principal na TV aberta. Também foram definidos os seguintes objetivos específicos: 1) mapear as práticas sociais, os principais atores desse processo e os contextos que contribuíram para o desenvolvimento da televisão no estado; 2) propor uma discussão conceitual da nova ecologia da televisão regional; 3) caracterizar uma periodização da trajetória da televisão no Rio Grande do Norte.

Esta pesquisa sobre a mídia televisiva surgiu de uma proposta de aprofundamento do conhecimento científico sobre a trajetória da televisão no Brasil, mas com o diferencial de trazer como objeto de estudo as emissoras de TV do Rio Grande do Norte, um campo ainda pouco explorado e que carece de investigações detalhadas. A realização dessa investigação deve possibilitar uma compreensão maior sobre esse veículo de comunicação, que ainda se mostra ativo, atual e relevante para os brasileiros.

De acordo com estudos sobre a televisão, o Brasil é o país que tem a população que mais consome TV aberta da América Latina, com 4h54 minutos assistidos por dia. O que representou um percentual de audiência de 68% em 2022, segundo dados do Inside Video 2023, da Kantar Ibope Mídia (ABAP, 2023). Uma constatação que comprova que a televisão, enquanto veículo de comunicação, continua tendo influência na sociedade brasileira.

Em relação ao consumo de informação, a televisão também se mantém como um dos veículos com maior credibilidade. De acordo com o Relatório Desigualdades Informativas, elaborado pelo Aláfia Lab, a TV é o meio tradicional mais procurado pelas pessoas, ficando atrás apenas de meios digitais como redes sociais, sites de notícias, sites de buscas e aplicativos de mensagens. O consumo de produções televisivas jornalísticas é feito por cerca de 80% do público pesquisado (Santos *et al.*, 2023).

A investigação se justificou ainda pelo fato de a televisão potiguar ter completado 50 anos em dezembro de 2022, uma vez que as produções televisivas locais no estado tiveram início em 1972, com a produção e transmissão de aulas pelo canal que posteriormente se tornaria a TV Universitária da UFRN. Por isso, esta pesquisa teve como recorte temporal o primeiro cinquentenário da TV no Rio Grande do Norte. Um espaço de tempo considerável, porém importante para se refletir sobre a trajetória desse veículo no estado.

Por outro lado, a relevância da temática proposta aqui é significativa tanto para o âmbito científico, para compreender as práticas sociais que envolvem a regionalização da TV no Brasil; quanto para conhecer melhor a relação da produção televisiva potiguar com a sociedade na qual está inserida. Estudar as emissoras do estado possibilitou a construção conceitual de uma nova ecologia de caráter e características regionais. O entendimento sobre a configuração desse novo ecossistema televisivo potiguar pretende contribuir para que possamos entender como a mídia regional se torna reflexo da realidade social da qual faz parte.

A pesquisa aqui proposta se justificou também pela necessidade de periodização da trajetória da TV potiguar. Acredita-se que a organização desse conhecimento se apresenta também para fins didáticos, uma vez que pode contribuir tanto para futuros estudos quanto para

o ensino na área da comunicação midiática, tendo em vista a carência de investigações de caráter regional no campo de Estudos da Mídia.

A justificativa para a realização desse tipo de investigação também foi ancorada em motivação pessoal, uma vez que o pesquisador atua no mercado televisivo local, além de ter desenvolvido e vir desenvolvendo pesquisas nessa área desde a época da graduação em jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Norte e do mestrado em Estudos da Mídia na mesma universidade. Nesse sentido, este trabalho também se configurou como uma continuidade dos estudos já realizados, com atualizações e novas perspectivas importantes para o campo de concentração dos estudos da comunicação midiática.

Estudar o desenvolvimento da TV potiguar significa dar continuidade ao trabalho de construção do conhecimento sobre a temática. Novas informações e detalhes importantes foram identificados, analisados e organizados, contribuindo e incentivando a realização de outros estudos sobre a mídia televisiva no estado. Alinhada com os objetivos definidos para esta pesquisa, o referencial teórico desta investigação contou com reflexões de autores que têm importantes contribuições na área de estudos da comunicação midiática, principalmente da televisão. Dessa forma, a fundamentação deste estudo esteve ancorada em quatro pontos principais: história da televisão, mídia televisiva, televisão regional e nova ecologia das mídias.

Como fundamentação teórica, o trabalho de identificação das fases de desenvolvimento da televisão potiguar teve como linha norteadora os estudos realizados por Mattos (2010a, 2010b), que investigou e delimitou o desenvolvimento da TV no Brasil em sete fases distintas. Esse trabalho de pesquisa contou ainda com as colaborações de Barbosa (2010), Bolanõ (1999, 2007) e Capparelli (1982, 1986). Ainda nessa perspectiva histórica, também foram utilizados os estudos sobre a televisão potiguar realizados ou organizados por Kneipp (2017).

Sobre a televisão enquanto meio de comunicação, contamos com as reflexões de Williams (2016), que apresenta a TV como resultado de um processo de mudança social e cultural. A discussão teórica contou ainda com as colaborações de autores como Jost (2011, 2007), Wolton (1996) e Wolf (2015), fundamentais para a compreensão das transformações observadas na mídia televisiva nas últimas décadas.

Sobre a regionalização da mídia foram utilizados os estudos de Lima (2010, 2001, 2000), Bazi (2016, 2007, 2001) e Fábri Júnior (2006), que contribuíram para a compreensão do processo de desenvolvimento regional e dos investimentos feitos em programação regionalizada de TV no Brasil. Ainda para compreender melhor as delimitações da televisão

local/regional, foram utilizados os conceitos de territórios do jornalismo de Aguiar (2019, 2016, 2015) Moreira (2019, 2015, 2009) e Santos (2008, 2006, 2007, 2006).

No sentido de compreender a nova ecologia das mídias<sup>1</sup>, foram utilizados como fundamentação teórica os estudos de McLuhan (1962, 1964), Postman (1994, 1979) e Scolari (2015, 2014, 2010). As discussões feitas por Canavilhas (2023, 2011) e Strate e Braga (2019) também foram utilizadas ao longo desta pesquisa. Os apontamentos feitos por Becker (2022, 2016) foram importantes para a compreensão do cenário atual do telejornalismo. Em relação à convergência das mídias, foram utilizadas as contribuições de Jenkins (2008) e Fachine (2014).

Por estudar a trajetória da televisão no Rio Grande do Norte, esta pesquisa se caracteriza como exploratória e descritiva (Gil, 2002), uma vez que teve como objetivo identificar os acontecimentos locais, além das práticas sociais das emissoras de TV e atores envolvidos nesse processo. A investigação também adquiriu um caráter participante, tendo em vista a proximidade entre o pesquisador e o objeto de estudos, uma vez que o mesmo atua no mercado local de televisão há mais de 16 anos.

Por isso, a presente investigação científica teve caráter qualitativo (Minayo, 2010), tendo em vista que também buscou analisar e propor a delimitação das fases de desenvolvimento da TV potiguar. A pesquisa compreendeu o período entre 1972 – ano de implantação da primeira emissora com produção local – até 2022, analisando tanto as emissoras transmitidas em sinal aberto quanto os canais da TV por assinatura. No entanto, o estudo focou apenas nas emissoras geradoras de conteúdo local, não abrangendo as estações repetidoras ou retransmissoras do sinal de outros canais de televisão, que ficam fora do território potiguar.

Com o desenvolvimento da pesquisa, foi necessário utilizar variados métodos e técnicas. O que é inerente às pesquisas no campo da comunicação midiática, principalmente na área da história da mídia, que apresenta características próprias e distintas de outras áreas do conhecimento. Por isso, identificou-se a necessidade de se propor caminhos metodológicos específicos, que pudessem melhor atender os objetivos definidos para esta investigação. Nesse sentido, o presente trabalho elaborou uma proposta de periodização da mídia regional (Rossetto, 2009). Essa construção metodológica se constitui em uma hibridização do estudo de caso (Yin,

---

<sup>1</sup> Os estudos ecológicos das mídias se preocupam por entender “como as tecnologias e técnicas de comunicação controlam forma, quantidade, velocidade, distribuição e direção da informação e como, por sua vez, essas configurações ou preferências de informação afetam as percepções, valores e atitudes das pessoas” (Postman, 1979, p. 1986). Uma definição confirmada por Scolari (2015, p. 29) quando afirma que “os meios criam um ambiente que rodeia o sujeito e modela sua percepção e cognição”. Por isso, estudar a ecologia dos meios sintetiza a ideia de que as tecnologias geram ambientes que afetam o cotidiano das pessoas.

2015) com a periodização da História (Veyne, 1998), juntamente com técnicas específicas, com a finalidade de sistematizar os estudos sobre as mídias regionais.

A partir dos estudos realizados, foi realizada a estruturação da tese, que, além desta introdução, conta com mais quatro capítulos. O capítulo 2 traz uma visão histórica, política e socioeconômica da televisão no Brasil, com acontecimentos e contextos que contribuíram para a regionalização desse veículo no país. Nessa parte do trabalho, são apresentados e discutidos fatores e momentos da TV brasileira como a implantação das emissoras pioneiras nos estados, a nacionalização da programação e a criação das redes de TV, a expansão e a diversificação das emissoras regionais e os investimentos em programação regional.

No capítulo 3, é apresentada uma discussão sobre o conceito de televisão regional. Essa parte da tese também debate os territórios da mídia regional e buscou identificar a nova ecologia da televisão regional, por meio da análise de discussões teóricas realizadas por autores dessas áreas. São discutidos temas como a configuração do ecossistema televisivo na contemporaneidade, as práticas sociais presentes na nova ecologia da TV, a regionalização no ambiente televisivo e os espaços ocupados pela televisão regionalizada.

O capítulo 4 traz a metodologia utilizada no processo de construção da periodização da mídia regional, bem como os métodos e as técnicas utilizadas. Por isso, são apresentadas as características da pesquisa. Nesse espaço, são detalhados os passos desta periodização como os estudos das trajetórias das emissoras de TV analisadas, a busca das memórias em outras mídias, o uso da história oral e a análise e divisão das fases da trajetória da televisão potiguar.

Por fim, o capítulo 5 apresenta os resultados alcançados pela pesquisa, com a identificação e fundamentação das fases da televisão no Rio Grande do Norte. Por isso, traz em detalhes os elementos e análises que justificam a construção de cada período, configurando a periodização da trajetória da TV potiguar, compostas pelas seguintes fases: 1) Fase da Implantação e Teleducação (1972 – 1987); 2) Fase da Expansão e Profissionalização (1987 – 1998); 3) Fase da Transição Administrativa e Tecnológica (1998 – 2018); 4) Fase da Qualidade Digital, Mobilidade e Interação (2018 até os dias atuais).

Portanto, esta tese apresenta um estudo abrangente sobre a trajetória da televisão do Rio Grande do Norte, identificando os principais elementos que contribuíram para configurá-la ao longo dos últimos cinquenta anos. Buscou-se analisar e discutir as perspectivas de desenvolvimento desse veículo de comunicação para os próximos anos, compreendendo as mudanças no ecossistema televisivo brasileiro, com foco na regionalização da TV no Brasil.

## **2 A REGIONALIZAÇÃO DA TELEVISÃO NO BRASIL**

Desde que foi implantada no Brasil, em 1950, a televisão protagonizou acontecimentos sociais, econômicos, políticos e culturais que contribuíram para a implantação e expansão das emissoras em todas as regiões do país. Fatores como o avanço da industrialização, a fabricação de televisores em território nacional, a regulamentação da legislação sobre os serviços de radiodifusão, o interesse do mercado publicitário em investir na TV, as políticas públicas voltadas para a teleducação, os investimentos em comunicação pública, a redemocratização e a promulgação de uma nova constituição, entre outros (Mattos, 2010a).

Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico também contribuiu fortemente para que a televisão tivesse o alcance e a popularidade que ainda mantém na atualidade em todo o Brasil. Os avanços nas telecomunicações proporcionaram a estrutura necessária para que as mais variadas programações chegassem aos lares dos brasileiros e a qualidade do sinal fosse sendo melhorada ao longo dos anos, bem como as rotinas produtivas. Foi assim quando começaram a utilizar o videoteipe nas produções televisivas, com as primeiras transmissões via satélite, com o início dos programas em cores, com a popularização da internet, com a inauguração da TV Digital e com a convergência das mídias tradicionais com as digitais (Mattos, 2010a).

A regionalização da programação proporcionou a consolidação desse veículo de comunicação pelo país. Esse processo aconteceu em momentos distintos, que nos ajudam a compreender tanto como se deu o desenvolvimento das produções televisivas no Brasil quanto às práticas que ajudaram a configurá-las e que observamos na contemporaneidade. Algumas dessas fases ocorreram em momentos diferentes da trajetória da TV brasileira, outros simultaneamente, mas como uma evolução do período anterior (Mattos, 2010a).

Por isso, este capítulo vai analisar a trajetória da televisão no Brasil a partir de quatro etapas relevantes que contribuíram para a regionalização da TV brasileira: 1) A implantação das primeiras emissoras locais/regionais em todos os estados e regiões; 2) A nacionalização da programação com a formação das redes, graças aos avanços tecnológicos nas telecomunicações, ao longo dos anos, que possibilitou a integração nacional por meio da televisão e a criação de identificação com os telespectadores; 3) A expansão e diversificação dos tipos de emissoras como forma de aumentar o alcance do sinal e melhorar a cobertura dos acontecimentos de interesse nacional; 4) E uma valorização maior da produção local e mais investimentos na programação para a veiculação de conteúdo regional.

## 2.1 A IMPLANTAÇÃO DAS EMISSORAS NOS ESTADOS

A televisão teve início efetivamente no Brasil com a inauguração da TV Tupi, em 18 de setembro de 1950 (Mattos, 2010a). Uma iniciativa pioneira do jornalista e empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello, que na época era dono de diversas empresas, incluindo emissoras de rádio e jornais, que formavam os Diários Associados. Chateaubriand buscava investir nesse veículo de comunicação pelo território brasileiro porque tinha interesses econômicos e políticos.

A emissora foi instalada em São Paulo e foi a pioneira da América do Sul. No entanto, na época da inauguração da TV Tupi ainda não existiam televisores sendo fabricados no país. Por isso, Chateaubriand importou dos Estados Unidos, de forma clandestina, e distribuiu em pontos estratégicos da capital paulista cerca de 200 aparelhos (Barbosa, 2010). Meses antes do canal entrar no ar, já vinham sendo feitas transmissões experimentais.

A TV Tupi Difusora de São Paulo realizava emissões experimentais desde abril daquele ano. As imagens, nesses primórdios, não ultrapassavam o saguão do prédio dos Diários Associados, localizado na rua 7 de Abril, em São Paulo, onde havia alguns aparelhos instalados. Em 10 de setembro, ainda na fase experimental, vai ao ar um filme em que o ex-presidente Getúlio Vargas fala de seu retorno à vida política (Barbosa, 2010, p. 17-18).

Esse acontecimento ajuda a comprovar que a televisão brasileira começa de forma exclusivamente local, transmitida apenas para uma pequena parcela da população da cidade de São Paulo. Sem produção nacional de aparelhos receptores e devido às limitações técnicas de transmissão, naquele momento, a TV não era acessível a todos os brasileiros. Esse é um período que Mattos (2010) denomina de Fase Elitista da TV no Brasil, justamente por estar restrita a poucas pessoas, que teriam condições financeiras de comprar um televisor no país, e a programação volta a atender esse público. “O preço de um televisor era três vezes maior que o da mais sofisticada radiola da época, pouco menos que um carro” (Mattos, 2010a, p. 87).

Os anos de 1950, portanto, representaram um momento inicial quando esse veículo de comunicação ainda buscava se instalar em todas as regiões do país. No entanto, enfrentava as dificuldades impostas pela falta de experiência e condições técnicas para que o sinal chegasse a todos os brasileiros.

O alto custo do aparelho, a busca de financiamentos para a manutenção das emissoras, a limitada amplitude social, a inédita experiência do ver TV e a adaptação dos programas de rádio e peças de teatro ao meio televisivo são traços que caracterizam a televisão nessa época. A década é marcada pelo caráter ao

mesmo tempo aventureiro e improvisado da experiência televisiva no Brasil (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010, p. 13).

Nesse início de televisão, o alcance do sinal ficava restrito às cidades onde a sede do canal era instalada. Por isso, após a inauguração da TV Tupi de São Paulo, outras emissoras foram inauguradas em outros estados, como Rio de Janeiro e Minas Gerais, para que os brasileiros tivessem acesso a uma programação. Na maioria dos casos, as TVs começaram pelas capitais. Cada uma com produção e veiculação de programas próprios (Barbosa, 2010).

A segunda emissora instalada no Brasil foi a TV Tupi do Rio de Janeiro, que também pertencia aos Diários Associados de Assis Chateaubriand (Barbosa, 2010). O canal deveria ter entrado no ar ainda em 1950, mas só começou a operar no ano seguinte.

No Rio de Janeiro, a aventura começara em janeiro daquele ano. No dia do padroeiro da cidade, 20 de janeiro, deveria ter sido inaugurada a sede da emissora carioca, mas problemas técnicos impediram as transmissões, que só começariam no ano seguinte. Em 20 de janeiro de 1951, o presidente da República Eurico Gaspar Dutra pessoalmente ligou o transmissor da TV Tupi do Rio de Janeiro, marcando o início das transmissões do Canal 6 da então capital da República (Barbosa, 2010, p. 19).

Assim como na TV Tupi de São Paulo, os primeiros anos da emissora carioca também foram marcados pelos improvisos, pela falta de experiência dos profissionais envolvidos na produção dos programas e pela estrutura precária para colocar a programação no ar, uma vez que possuía apenas três câmeras e um estúdio pequeno (Barbosa, 2010). “Os estúdios não tinham nenhum tratamento acústico e, além disso, as janelas ficavam abertas para evitar o calor quando os panelões (refletores de estúdio da época), fossem acesos. Mesmo assim era uma sauna” (Lorêdo, 2000, p. 5). A sede da TV ficava no mesmo prédio das Rádios Tupi e Tamoio, que integravam o grupo dos Diários Associados.

Portanto, segundo Barbosa (2010, p. 21), “os anos de 1950 seriam marcados pela expansão da televisão como uma rede de imagens nas principais cidades do país: de 1955 a 1961 foram inauguradas 21 novas emissoras”. Entre elas a TV Paulista (1952), TV Record (1953), TV Rio (1955) e TV Continental (1959). A chegada da TV ao Brasil era vista com muita expectativa tanto pelos empresários e entusiastas do novo veículo de comunicação que estava se instalando no país como pela população que desejava ter acesso a nova tecnologia.

No entanto, na primeira década da TV brasileira, verificamos que apenas quatro estados possuíam pelo menos uma emissora de TV com produção e transmissão locais, conforme o Mapa 1. Portanto, nos anos de 1950, as produções televisivas no Brasil ficaram restritas à São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul (Sales Júnior; Kneipp, 2022a).

**Mapa 1 – Estados com emissoras locais na década de 1950**



Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022a)

O terceiro estado brasileiro a ter pelo menos uma emissora de televisão local foi Minas Gerais. A TV Itacolomi foi inaugurada em 8 de novembro de 1955, em Belo Horizonte (Brandão; Lins; Maia, 2011). Assim como as TVs Tupi de São Paulo e do Rio de Janeiro, ela pertencia aos Diários Associados. A festa de inauguração contou com a presença do presidente Juscelino Kubitschek, outras autoridades e convidados. A solenidade foi transmitida, com o apoio de três câmeras no estúdio e outras três externas.

Além da programação, o grande sucesso da noite foi os comerciais apresentados ao vivo, com garotas-propaganda que vieram especialmente da TV Tupi de São Paulo. Segundo os pioneiros, multidões permaneceram de pé, diante dos televisores espalhados na cidade. Mas embora pequeno o número de aparelhos vendidos, não paravam de crescer os televisinhos e as televisitas, que tinham acesso aos afortunados que possuíam um aparelho de televisão (Brandão; Lins; Maia, 2011, p. 883).

Verificamos ainda que, nesse período, a primeira emissora fora da região Sudeste foi inaugurada, já no fim da década de 1950. Em 20 de dezembro de 1959, o Rio Grande do Sul viu surgir a TV Piratini, sediada na capital Porto Alegre (Strelow, 2009). Assim como nos demais estados, a programação inicial era toda ao vivo, inclusive os comerciais, inspirada na linguagem do rádio e com profissionais que já atuavam em produções radiofônicas. “Programas

prontos também vinham da TV Tupi do Rio e de São Paulo, que abasteciam as emissoras dos Associados Brasil afora. No início da década de 1960, a Piratini contava com cerca de 50% de programação local” (Strelow, 2009, p. 4).

Portanto, a primeira década da televisão brasileira é marcada por um crescimento lento, com as emissoras ficando restritas às regiões Sudeste e Sul, principalmente em São Paulo e Rio de Janeiro. Capparelli (1982) explica que apesar de marcar uma nova fase para a sociedade brasileira, o fato de o país contar com um pequeno número de aparelhos receptores, concentrados nos grandes centros, impediu um alcance maior da TV nessa fase inicial. “Tal expansão tem suas raízes na própria expansão do capitalismo brasileiro que vai se localizar em pólos formados por estas duas cidades em relação ao Brasil, e das capitais em relação ao interior” (Capparelli, 1982, p. 22).

Nesse contexto, observamos que apenas na década de 1960 é que a TV brasileira se popularizou, graças aos avanços tecnológicos e ao processo de industrialização que possibilitou a produção de aparelhos televisores no Brasil (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010). Nesse período, o veículo também vivenciou um amadurecimento das práticas produtivas, com a profissionalização da mão-de-obra e o surgimento de novos profissionais na área

Após dez anos de existência, a televisão brasileira vê brotar no seu interior uma *expertise*, um conjunto de técnicos, artistas, produtores, entre outros especialistas no meio, ao mesmo tempo que o país vive uma atmosfera política cada vez mais radicalizada. [...] A década de 1960 caracteriza o prenúncio da massificação da televisão e a formatação definitiva da indústria cultural no Brasil (Ribeiro; Sacramento; Roxo, 2010, p. 57).

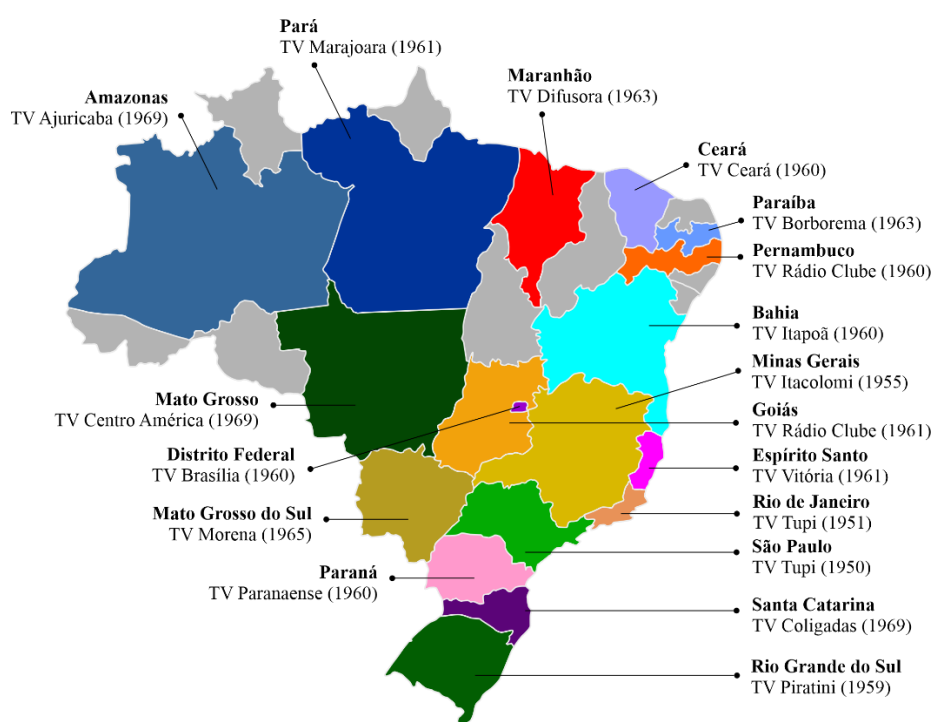
Bergamo (2013) reforça a importância dessa década para a consolidação da televisão como meio de comunicação de massa no país. O autor ressalta também a relevância desse momento para a configuração do público telespectador brasileiro. O que, inicialmente, foi feito com a definição e estruturação de uma grade de programação que, de certa maneira, materializava a visão que os profissionais de TV tinham do público.

É na década de 1960 que a televisão começa a definir uma “forma” – expressa, entre outras coisas, por meio dessa “grade” – para si mesma em função disso. Na década seguinte uma modificação significativa acontecerá com a televisão e com a noção que ela tem de seu público. Contudo, a noção de público nos anos de 1960 servirá de base – e, com isso, de “molde” – para a sua redefinição posterior (Bergamo, 2010, p. 60).

Nesse contexto dos anos de 1960 é que a televisão se expande pelo país com maior intensidade. Nesse período, as primeiras emissoras começam a ser instaladas em outros 14 estados – TV Brasília (1960), TV Paranaense (1960), TV Rádio Clube de Recife (1960), TV

Itapoan (1960), TV Ceará (1960), TV Vitória (1961), TV Marajoara (1961), TV Rádio Clube de Goiânia (1961), TV Difusora (1963), TV Borborema (1963), TV Morena (1965), TV Centro América (1967), TV Ajuricaba (1969) e TV Coligadas (1969). Com isso, o Brasil passou a ter 18 unidades da federação com pelo menos uma TV produzindo e transmitindo programação local para a população, conforme verificamos no Mapa 2 (Sales Júnior, Kneipp, 2022a).

**Mapa 2 – Estados com emissoras locais na década de 1960**



Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022a)

Na região Nordeste, a primeira emissora de televisão local foi instalada apenas dez anos após a chegada oficial da TV no Brasil. A TV Rádio Clube de Recife, dos Diários Associados, foi inaugurada oficialmente no dia 4 de junho de 1960, na capital de Pernambuco. A programação inaugural contou com shows especiais de artistas nacionais, mas também com destaque para as manifestações culturais e cantores locais (Santana, 2007).

A inauguração do primeiro canal nordestino representou um momento de muita expectativa para os pernambucanos (Santana, 2007). A iniciativa de dar início às produções televisivas no estado, e conseqüentemente na região, exigiu investimentos em equipamentos e profissionalização da equipe que ficaria responsável por colocar o canal no ar.

Antes da TV Rádio Clube entrar no ar, os dirigentes do Canal-6 procuraram capacitar e aprimorar os seus profissionais com um breve curso de produção e realização voltado para a preparação do corpo de realizadores, diretores,

assistentes e alguns segmentos da área técnica. Foram recrutados profissionais que faziam rádio, gente de teatro, jovens amantes do cinema, visionários que buscavam desenvolver suas ideias, universitários que, embevecidos, faziam daquela novidade instrumento de difusão de cultura e promoção da arte nas suas mais variadas expressões (Santana, 2007, p. 13).

A partir dessa estreia, verificamos que outros grandes estados nordestinos – do ponto de vista econômico, político e territorial – também inauguraram as primeiras emissoras de televisão. Foi o que aconteceu no Ceará com a TV Ceará (1960), na Bahia com a TV Itapoan (1960), no Maranhão com a TV Difusora (1963) e na Paraíba com a TV Borborema (1963).

No caso paraibano, o estado foi o único do país onde a emissora pioneira nas produções televisivas locais foi instalada no interior. A TV Borborema está sediada em Campina Grande. O canal entrou no ar no dia 15 de setembro de 1963 – data do centenário da cidade – mas a inauguração oficial só ocorreu em março de 1966 (Azevêdo Filho, 2016). O programa inaugural contou com apresentações de artistas locais e de Pernambuco. No entanto, precisou ser interrompido várias vezes por causa de problemas técnicos. Mas, superadas as dificuldades, entrou definitivamente no ar (Silva, 2009).

A ousadia empreendedora de Assis Chateaubriand, o arrojo político da época, os investimentos e apoio de alguns políticos, empresários, comerciantes foram responsáveis por esse pioneirismo de Campina Grande tão exaltado nos seus discursos. Soma-se a isso o empenho dos profissionais da área e a curiosidade do povo campinense com relação àquela tecnologia que impulsionou a instituição definitiva desse novo meio (Silva, 2009, p. 61 – 62).

Além do Nordeste, nesse período, as primeiras emissoras de televisão também chegam às regiões Norte – com a TV Marajoara do Pará (1961) e com a TV Ajuricaba do Amazonas (1969) – e Centro-Oeste – com a TV Rádio Clube de Goiás (1961), com a TV Morena do Mato Grosso do Sul (1965) e com a TV Centro América do Mato Grosso (1967). Também foi no início dessa década, que as produções televisivas locais tiveram início no Distrito Federal, com a instalação e inauguração da TV Brasília, em 1960 (Sales Júnior; Kneipp, 2022a).

No caso mato-grossense, é importante destacar que a TV Morena foi a primeira emissora do então estado do Mato Grosso, inaugurada em 1965. Apenas com o desmembramento de parte do território, em 1977, a região onde fica a emissora passou a ser o estado do Mato Grosso do Sul, tendo a cidade de Campo Grande como capital. Por isso, a emissora pode ser considerada a pioneira do atual estado do Mato Grosso do Sul (Sotana, 2018).

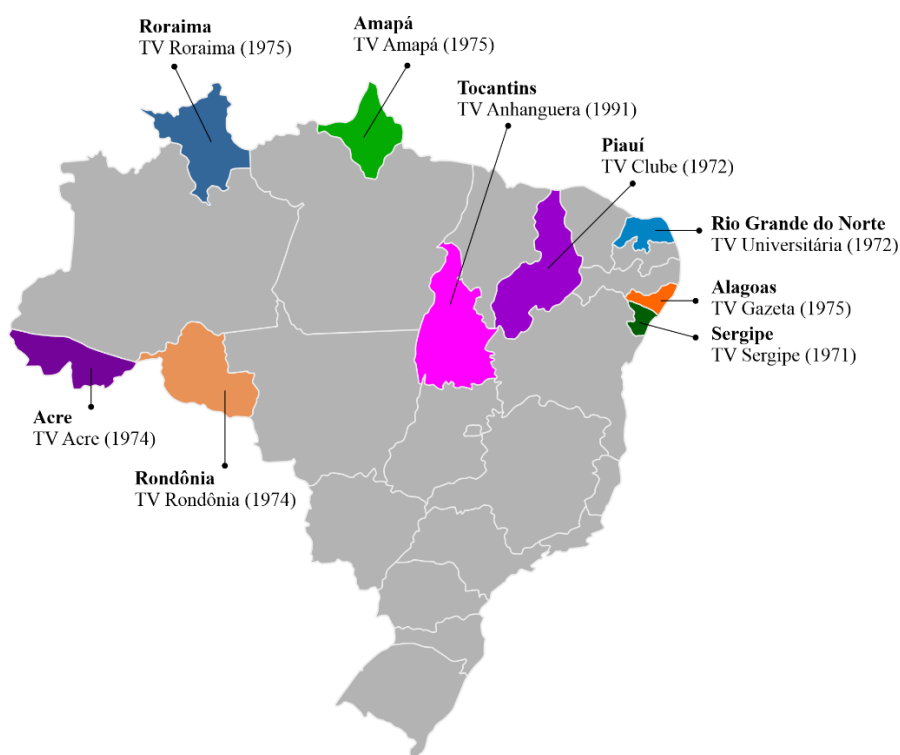
Já a TV Centro América foi a segunda emissora instalada no então estado do Mato Grosso, em 1967. Foi também a primeira da cidade de Cuiabá, que, com a reconfiguração

territorial em 1977, passou a ser capital do novo estado do Mato Grosso. Por isso, a emissora pode ser considerada a pioneira do atual estado do Mato Grosso (Rede Globo, 2017).

Nos anos seguintes, os investimentos em televisão continuaram. Mas foi somente na década de 1970 que a primeira fase de regionalização da televisão no Brasil foi consolidada, com todos os estados existentes contando com pelo menos uma emissora em seu território.

Ao analisar as inaugurações neste início da TV no Brasil, verificamos que os últimos estados a terem a primeira emissora local foram das regiões Norte – TV Acre (1974), TV Rondônia (1974), TV Roraima (1975), TV Amapá (1975) e TV Anhanguera Gurupi do Tocantins (1991) – e Nordeste – TV Sergipe (1971), TV Universitária do Rio Grande do Norte (1972), TV Clube do Piauí (1972) e TV Gazeta de Alagoas (1975), conforme o Mapa 3, (Sales Júnior; Kneipp, 2022a).

**Mapa 3 – Últimos estados a instalarem as emissoras pioneiras locais**



Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022a)

Essa chegada tardia aos estados nordestinos e nortistas comprova um descompasso no processo de regionalização da TV no país. Nas regiões mais pobres ou com menor poder econômico e político o desenvolvimento tecnológico – representado pela chegada da televisão – ocorreu tardiamente em relação às regiões mais ricas ou com maior influência, política e

econômica. Nesses estados, a programação televisiva local só foi possível mais de 20 anos após a inauguração da TV no Brasil.

No caso da região Norte, a implantação das emissoras pioneiras nos estados do Acre, Rondônia, Roraima e Amapá foi possível graças à iniciativa e aos investimentos feitos pelo empresário Phelippe Daou, juntamente com os sócios Joaquim Margarido, Milton Magalhães e Robert Daou. Em 1972, eles conseguiram a concessão da TV Amazonas e, a partir disso, seguiram com o projeto de investir em mídia regional na Amazônia (Cabral, 2013). Foi com essa estratégia que nos anos seguintes conseguiram os canais de televisão em outros estados e formaram a Rede Amazônica, afiliada à TV Globo, conforme vemos no Quadro 1.

**Quadro 1 – Emissoras da Rede Amazônica**

<b>Estado</b>	<b>Emissora</b>	<b>Entrou no ar em:</b>
AM	TV Amazonas	1972
AC	TV Acre	1974
RO	TV Rondônia	1974
RR	TV Roraima	1975
AP	TV Amapá	1975

Elaborado pelo autor com base em Cabral (2013)

Os anos de 1970 também registraram um momento de pioneirismo nordestino nas telecomunicações. O Rio Grande do Norte foi o único estado onde as primeiras produções televisivas ocorreram com fins educativos. Em 2 de dezembro de 1972, tiveram início as transmissões de aulas do projeto Satélite Avançado em Comunicações Interdisciplinares (Saci), que levava educação básica para escolas públicas. Anos depois, a iniciativa se tornou a TV Universitária, ligada à Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Durante 15 anos, a emissora foi a única do estado com produção e programação locais (Pedroza, 2017).

O Tocantins foi o único estado onde as primeiras produções e transmissões locais só tiveram início na década de 1990, afinal o estado foi criado apenas em 1988, quando parte do território do Goiás foi desmembrado. No entanto, nesse território, já existiam emissoras da TV Anhanguera, afiliada da TV Globo, nas cidades de Araguaína e Gurupi. Elas funcionavam como retransmissoras da programação que era transmitida pela geradora do canal em Goiânia. A produção e transmissão de conteúdo exclusivamente para o povo tocantinense só ocorreu no início da década de 1990, com a estreia do primeiro telejornal local, transmitido pela TV Anhanguera de Gurupi (Fonseca, 2021).

A exibição de um telejornal ao vivo para o Tocantins ocorreu em fevereiro de 1991. A edição e apresentação das notícias eram feitas a partir da TV Anhanguera de Gurupi, que gerava o sinal para as cidades circunvizinhas e para a região de alcance da TV Anhanguera de Araguaína. A capital só passou a retransmitir o noticiário local seis meses mais tarde, quando ocorreu a inauguração da torre (Fonseca, 2021, p. 71).

Após analisar essa etapa inicial de regionalização da televisão no Brasil, é possível verificar a participação ativa do empresário Assis Chateaubriand nesse processo, por meio dos Diários Associados, que buscava o pioneirismo na instalação das emissoras nos principais estados e regiões do país, atendendo interesses tanto empresariais quanto políticos. Capparelli (1986) destaca que esses investimentos realizados por Assis Chateaubriand contribuíram para consolidar o modelo capitalista e consumista adotado pela TV no Brasil.

Chateaubriand, apesar de sua empresa de caráter familiar, forma o primeiro oligopólio de informação do Brasil. Dentro do regime de iniciativa privada, a televisão praticamente segue o modelo do rádio no aspecto de regulamentação e sustenta-se com a publicidade, estreitando o elo entre a indústria de bens culturais e a indústria de bens tradicionais voltados para o consumo (Capparelli, 1986, p. 11).

Segundo Barbosa (2010), além da iniciativa empresarial, com a implantação dos canais pioneiros, Chateaubriand estimulava a população a comprar os aparelhos televisores fabricados no Brasil, visando a expansão dos negócios e o aumento do público que assistia as primeiras produções televisivas do país.

Chateaubriand lança em 1951, quando começam a ser produzidos no país os primeiros receptores da marca Invictus, uma campanha publicitária para estimular a compra dos aparelhos. Mas o preço continuava proibitivo para a maioria da população: custava três vezes mais do que um produto também objeto de desejo da classe média ascendente: as radiolas. Em 1952 existiam em todo o país cerca de 11 mil televisores (Barbosa, 2010, p. 20).

Ao todo, os Diários Associados de Assis Chateaubriand foram responsáveis pela instalação da primeira emissora de televisão local em 12 estados. A formação desse grupo confirma não apenas o pioneirismo do empresário, mas também a instalação do primeiro conglomerado de TV do Brasil, que ao longo de sua trajetória também foi composto por outras emissoras de televisão, em outras unidades da federação (Sales Júnior; Kneipp, 2022a).

Se analisarmos o processo de regionalização, com foco na chegada da TV em cada uma das cinco regiões brasileiras, também é possível verificar o papel pioneiro dos Diários Associados, conforme verificamos no Quadro 2 (Sales Júnior; Kneipp, 2022a).

**Quadro 2 – Emissoras pioneiras por região**

<b>Região</b>	<b>Emissora</b>	<b>Entrou no ar em:</b>
Sudeste	TV Tupi (SP)	18 de setembro de 1950
Sul	TV Piratini (RS)	20 de dezembro de 1959
Nordeste	TV Rádio Clube (PE)	4 de junho de 1960
Centro-Oeste	TV Rádio Clube (GO)	7 de setembro de 1961
Norte	TV Marajoara (PA)	30 de setembro de 1961

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022a)

A regionalização nesse início de transmissões televisivas no país significou um marco na trajetória das emissoras, porque permitiu que o público de cada região pudesse se ver e reconhecer, como um participante do processo de comunicação. Com a TV, em termos sociais, houve a implementação de uma nova prática social comunicacional, tanto para os profissionais, quanto para o telespectador, em todas as regiões do país.

Para alcançar o projeto de implantar emissoras em cidades estratégicas do país e alcançar o pioneirismo em todas as regiões, esse processo de regionalização envolveu disputas e polêmicas. Um caso emblemático é a inauguração da televisão em Recife. Ao saber que havia sido marcada a estreia TV Jornal do Commercio, do empresário F. Pessoa de Queiroz, “os Associados se anteciparam em quinze dias, colocando oficialmente o sinal do Canal – 6, TV Rádio Clube de Pernambuco, no dia 4 de junho de 1960” (Santana, 2007, p. 19). Como retaliação, a concorrente marcou para o mesmo dia uma programação especial, em fase experimental, na tentativa de ofuscar o início das transmissões da TV dos Diários Associados.

A escolha de Pernambuco e da cidade do Recife para sediar a primeira emissora dos Associados no Nordeste foi estratégica. Além do fato de já possuir empreendimentos no Estado (um jornal e duas emissoras de rádios) que poderiam alavancar a empreitada (como de fato fizeram divulgando à exaustão a chegada da novidade eletrônica), contava com o contexto de desenvolvimento resultante do governo de Juscelino Kubitschek em 1960 (Azevêdo Filho, 2016, p. 41).

Na maioria dos estados onde foram instaladas, as emissoras de TV dos Diários Associados ocupavam a mesma estrutura de outros veículos do grupo de comunicação, como rádios e jornais impressos. Por isso, a TV Borborema da Paraíba, por exemplo, e as demais também representaram só mais uma das investidas de Assis Chateaubriand nas comunicações.

Ainda na década de 1940, o referido empresário demonstrava interesse em fundar um meio de comunicação na Paraíba, assim optou em fundar primeiro

uma rádio, a Rádio Borborema, inaugurada na cidade em 1949 e, em 1957, finalmente fundou o Diário da Borborema, que passou a fazer parte da sua cadeia de Diários Associados. A televisão, que se anunciava como um meio de transformação radical dos meios de comunicação veio completar esse quadro de empreendedorismo do grupo dos Associados (Silva, 2009. P. 45).

Em meados da década de 1980, após crises financeiras enfrentadas depois da morte do fundador Assis Chateaubriand (1968), o Governo Federal encerrou as operações da Rede Tupi, cassando concessões das emissoras do grupo (Cunha, 2009).

O Diário Oficial da União do dia 17 de julho de 1980 trouxe um ato presidencial, considerando peremptas as concessões de sete emissoras associadas: as TVs Tupi do Rio de Janeiro e São Paulo, a TV Itacolomi de Belo Horizonte, a TV Marajoara de Belém, a TV Rádio Clube do Recife, a TV Piratini de Porto Alegre e a TV Ceará de Fortaleza, sendo cada estação pioneira em seus respectivos Estados (Cunha, 2009, p.10-11).

Portanto, foi nesse contexto que a primeira fase de regionalização da televisão no Brasil aconteceu e foi responsável pela implantação das emissoras pioneiras em todos os estados. O que contribuiu para que as produções televisivas locais pudessem se tornar possíveis. Com isso, também foram criadas as bases para a formação das redes de TV no país e para o crescimento e desenvolvimento da televisão em todas as regiões brasileiras.

## 2.2 A NACIONALIZAÇÃO DA PROGRAMAÇÃO

Ao mesmo tempo em que ainda se buscava implantar as primeiras emissoras locais em todos os estados, contribuindo para a regionalização, a televisão brasileira também dava os primeiros passos em sentido contrário, para a nacionalização da programação e a formação das primeiras redes de TV do país. Um processo que se inicia de forma mais clara no final da década de 1960 e segue nos anos seguintes com as emissoras do eixo Rio-São Paulo buscando criar grupos nacionalmente integrados, fortalecer as parcerias já existentes, conseguir a afiliação de novas TVs, explorar novos nichos de mercados e atrair mais patrocinadores, especialmente os locais e regionais. Para isso, contou com o desenvolvimento tecnológico e os investimentos governamentais na infraestrutura das telecomunicações por todo o território brasileiro. O que aconteceu com maior intensidade na década de 1970 e se estendeu pela década de 1980.

A implementação do uso do videoteipe para a distribuição de produções televisivas em nível nacional, a partir da de 1965 (Mattos, 2010a), contribuiu para uma tentativa inicial de nacionalizar a programação de TV, uma vez que os programas produzidos em São Paulo e Rio

de Janeiro poderiam ser gravados e, posteriormente, distribuídos para outras partes do Brasil. De acordo com Ihitz e Cunha (2017, p. 10), “surgia ali mais um fator de competição entre as tevês para reproduzir programas produzidos no Rio de Janeiro e São Paulo”. No entanto, os conteúdos produzidos não eram transmitidos de forma simultânea. Eram veiculados em dias e horários diferentes, dependendo da grade de programação das emissoras locais.

Os programas – novelas, shows e matérias jornalísticas – eram todos produzidos e apresentados localmente ou, então, gravados em filmes e videoteipes na sede das emissoras para a distribuição país afora. Isso significa que já havia um esboço de programação nacional, já que parte dos programas era exibida em vários locais do país. Mas não havia simultaneidade (Ribeiro; Sacramento, 2010, p. 115).

O desenvolvimento proporcionado pelo videoteipe permitiu, por exemplo, que as emissoras dos Diários Associados, de Assis Chateaubriand, pudessem compartilhar programas, unificando conteúdos. O grupo é considerado o primeiro conglomerado televisivo brasileiro, com tevês instaladas em todas as regiões.

De acordo com Jambeiro (2001), antes disso, com exceção de filmes importados, os programas eram mostrados ao vivo e produzidos localmente. “A programação somente começou a ser nacionalmente integrada após o surgimento do videoteipe. A primeira vez em que isto aconteceu foi na inauguração de Brasília como capital do Brasil, em 21 de abril de 1960” (Jambeiro, 2001, p. 50).

Apesar disso, a programação ainda não era nacional, transmitida simultaneamente para todos os estados, pois o horário de exibição variava de uma emissora para a outra.

O uso do VT possibilitou não somente as novelas diárias como também a implantação de uma estratégia de programação horizontal. A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana criou o hábito de assistir televisão rotineiramente, prendendo a atenção do telespectador e substituindo o tipo de programação em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias (Mattos, 2010b, p. 30).

Ao mesmo tempo que ampliou o público e acesso aos programas de TV, “reconhece-se que, além dos benefícios amplamente divulgados sobre as vantagens do uso do videoteipe, a tecnologia era uma forma de diminuir os custos oriundos das produções locais e regionais” (Oliveira Filho, 2021, p. 137).

Portanto, se por um lado a implementação do videoteipe trouxe a possibilidade de disseminar conteúdo para todo o país, por outro contribuiu também para a redução de produções locais. Alguns programas chegaram a ser extintos, inclusive em emissoras do eixo Rio-São Paulo, que passaram a preencher a programação com “enlatados” norte-americanos (Ihitz;

Cunha, 2017). Na TV Industrial, de Juiz de Fora – MG, cerca de 20% do que era veiculado eram filmes e programas comprados de outras emissoras e redes (Musse, 2009).

Ainda citando o exemplo da TV Industrial, Oliveira Filho (2021) analisa dois pontos em que o uso de novas tecnologias contribuiu para a gradativa redução de produções locais.

Em um primeiro momento, pelo fato de as estações locais e regionais utilizarem o satélite para exibir programas em rede que muitas vezes eram produzidos em outras localidades, perdendo, assim, o interesse em investir em conteúdo e programas próprios. E num segundo momento, como se percebe no caso da TV Industrial, pelo fato de que a tecnologia era cara e tinha um peso considerável no orçamento das emissoras menores que optavam por se organizar em rede (Oliveira Filho, 2021, p. 136).

Rezende (2010) observa também que, com o uso do videotape e criação das redes, os canais locais/regionais exerciam mais um papel de retransmissora do que de geradora de conteúdos próprios. “A predominância de uma ótica paulista e carioca se instalou inclusive no telejornalismo. Os noticiários locais/regionais sobreviveram para seguir determinações legais e perderam importância e influência” (Rezende, 2010, p. 65).

Observa-se que esse processo de nacionalização da programação da TV no Brasil, e consequente formação e fortalecimento das redes nacionais, tem início em um momento da televisão brasileira que Mattos (2010) denomina de Fase Populista. É o período que compreende entre os anos de 1964 e 1975, quando o veículo moderniza suas operações, graças aos investimentos feitos pelo Governo Federal.

Nesse período, o país iniciou a execução de obras de ampliação e modernização do sistema de telecomunicações, criando a infraestrutura que permitiu o surgimento e expansão das redes de televisão, que passaram a ter influência de abrangência nacional na promoção e venda de bens de consumo em larga escala (Mattos, 2010a, p. 100).

Os investimentos feitos em telecomunicações estão inseridos em um momento da Ditadura Militar, em que se buscava o desenvolvimento econômico e a integração nacional. “Os militares consideravam que a emissora isolada, isto é, desvinculada de uma rede nacional de produção e difusão, era incompatível com a exigência de alto padrão de programação” (Jambeiro, 2001, p. 88). Ou seja, era mais difícil de ser controlada de forma isolada. A construção da Rede Nacional de Televisão da Embratel, na década de 1970, contribuiu para que esse projeto de nacionalização da TV fosse executado.

O período de administração do presidente Médici foi importante para o desenvolvimento da televisão brasileira porque nele foi estabelecido o Programa Nacional de Teleeducação (Prontel), expandida a infraestrutura dos

serviços de telecomunicações, introduzida a televisão a cor e facilitada a emergência e crescimento da nova fonte de recursos da televisão proveniente das campanhas produzidas pelo “milagre econômico” (Mattos, 2010b, p. 34).

Por isso, a consolidação das redes de televisão só aconteceu mesmo a partir da instalação do sistema de micro-ondas da Embratel, que permitiu uma ligação mais dinâmica entre as emissoras brasileiras (Peruzzo, 2005). Além disso, as transmissões via satélite permitiram que as tevês pudessem integrar ainda mais as suas programações.

Em janeiro de 1969, o Brasil ingressava na era da comunicação espacial. As ligações por micro-ondas e as transmissões via satélite possibilitavam a integração nacional e aproximação com o restante do mundo. Tornava-se, enfim, viável a formação de redes de TV, considerada pelo então diretor da Globo, Walter Clark, solução para a permanente crise que atormentava a televisão brasileira (Rezende, 2000, p. 109).

Foi nesse contexto de instalação de uma infraestrutura básica de telecomunicações que foram criadas as condições necessárias para a produção do primeiro programa transmitido de forma simultânea para vários estados do país. Em 1º de setembro de 1969, entrava no ar a primeira edição do Jornal Nacional da TV Globo (Mattos, 2010b), transmitido simultaneamente para o Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília.

Não foi apenas por ser exibido em rede que o “Jornal Nacional” se diferenciou de outros telejornais. O telejornal adotava um conceito de jornalismo diferente. Era produzido para a família brasileira, reunida no ambiente doméstico, e usava uma linguagem mais direta e coloquial (Ribeiro; Sacramento, 2010, p. 115).

Ainda segundo com Ribeiro e Sacramento (2010), além do conceito e linguagem diferentes, a produção de um jornal nacional inovou no formato, na estrutura e nas práticas sociais utilizadas pelo telejornalismo brasileiro.

Antes de se tornarem nacionais, os telejornais brasileiros eram programas bastantes simples, já que não havia a infraestrutura tecnológica e o *know-how* necessários para informar sobre os fatos com eficiência e agilidade. Contanto com raras reportagens externas, praticamente se limitavam à narração de notícias dentro de um estúdio por um apresentador (Ribeiro; Sacramento, 2010, p. 113).

Esse momento de inovação no telejornalismo brasileiro aconteceu também graças a associação da Rede Globo ao grupo norte-americano Time-Life, em 1961, que previa apoio financeiro – para a implantação e desenvolvimento do negócio – e técnico – com transferência de conhecimento sobre a administração de televisão. Na época, essa parceria foi alvo de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI), realizada em 1967 pela Câmara dos Deputados, por

causa da proibição legal de participação estrangeira na propriedade de empresas brasileiras de comunicação. Por isso, ao final da comissão foi dado o parecer de que a parceria deveria ser encerrada por estar em conflito com a legislação brasileira em vigor (Mattos, 2010a).

No entanto, quando foi desfeita a sociedade, o conhecimento sobre o modelo americano já estava implantado e, posteriormente, foi repassado para as afiliadas. O contrato entre Globo e Time-Life durou dois anos, com a injeção de cinco milhões de dólares na emissora. Capparelli (1982) destaca que esse acontecimento faz parte da segunda fase da televisão brasileira, marcada pela internacionalização do mercado e pela profissionalização da administração das emissoras, focadas em incrementar o poder econômico e político de suas empresas. “A televisão brasileira, portanto, que já iniciara a importação de programas, que já dependia de assistência técnica, agora aprofundava também sua vinculação financeira com as vanguardas do capital internacional do setor da indústria cultural” (Capparelli, 1982, p. 31).

É nesse contexto que a criação do Jornal Nacional representou um marco para a trajetória da televisão no Brasil. Bolaño (1999) ressalta que o período entre 1965 e 1969:

[...] deve ser definido como um período de transição de um sistema organizado sobre mercados locais concorrenciais, com barreiras à entrada extremamente frágeis e situações de liderança precárias, para um sistema oligopolista, nacionalmente integrado, hierarquizado, estável e fortemente dominado pela empresa líder, a Rede Globo de Televisão (Bolaño, 1999, p. 19).

De acordo com Rezende (2000, p. 109), “os objetivos reais que motivaram a iniciativa ligavam-se a interesses políticos e mercadológicos. Além de possuir um noticiário que lhe desse prestígio, a TV Globo queria competir com o Repórter Esso, da TV Tupi”. Esse objetivo da emissora fica ainda mais claro quando percebemos que “ao possibilitar a geração de uma programação uniforme para todo o país, a empresa diminuía os custos de produção dos seus programas e aumentava sua capacidade de comercialização do espaço publicitário” (Ribeiro; Sacramento, 2010, p.114).

Rezende (2000, p. 25) explica que “a fórmula adotada pelo sistema comercial de TV é simples: uma audiência maior aumenta o faturamento publicitário e agrega rentabilidade às empresas de televisão”. Por ser a principal fonte de renda das emissoras comerciais brasileiras, a venda de espaços publicitários e a ampliação de mercados sempre foi um dos principais motivos para as empresas realizarem novos investimentos na regionalização. Para Lima (2010, p. 232), “pensar em mídia regional hoje é também pensar em anunciantes regionais. A publicidade investe nesse conceito. Anunciar regionalmente também pode ser uma resposta mais rápida ao cliente”. Bazi (2001 p. 73) também corrobora para essa visão sobre a TV ao

constatar que “com a abertura de emissoras regionais, foi possível facilitar, e muito, a captação de recursos publicitários”.

Por isso, com a estreia do Jornal Nacional, a TV Globo começou a se consolidar como a maior rede de televisão do Brasil, integrada com as emissoras afiliadas espalhadas pelo país.

Nós precisávamos de um programa diário, que entrasse ao vivo em vários estados, para estimular outras emissoras a se afiliarem à Rede Globo. Com mais emissoras, poderíamos oferecer aos nossos clientes a audiência de outras praças, cobrando mais caro por isso. E, obviamente, não havia nenhum programa de TV diário melhor para fazer essa integração do que um telejornal (Clark, 1991, 213).

No entanto, essa visão mercantilista sobre a televisão não se limitou aos telejornais. Foi nesse período que foi realizada “a estruturação do núcleo de novelas da TV Globo e a criação de diversos programas de grande sucesso, como o “Fantástico” e o “Globo Repórter”, ambos de 1973, já frutos de uma desejada televisão nacional” (Ribeiro; Sacramento, 2010, p. 112). Foi com esses investimentos que a Globo se consolidou como líder isolada de audiência. “A Rede Globo é apontada como o principal grupo beneficiado por esta política de integração nacional. Era uma relação de parceria, enquanto o Estado investia em infraestrutura para possibilitar a distribuição massiva de programação, a Rede Globo tornou-se uma espécie de porta-voz do regime militar” (Santos; Capparelli, 2005, p. 2).

Portanto, é no final da década de 1960 e início dos anos de 1970 que a televisão começou a ganhar configurações próprias, se tornando numa indústria autônoma e deixando de lado a linguagem radiofônica que até então dominava as produções televisivas brasileiras. “O rádio começa a se regionalizar e a procurar específicas e segmentadas audiências; a televisão torna-se um veículo de massa, atingindo todo o mercado nacional, e ocupando assim o papel que o rádio tinha desempenhado nos anos 40 e 50” (Jambeiro, 2001, p. 52).

Esse momento inicial de integração da televisão brasileira também seguiu por um outro período da trajetória da TV no país denominada de Fase do Desenvolvimento Tecnológico (1975 – 1985), que é quando as redes se aperfeiçoaram e profissionalizaram a produção de seus programas (Mattos, 2010a). Também foi nessa fase que o Brasil chegou a marca de mais de 55% das residências com aparelho televisor, além de expressivo número de novas concessões de canais outorgados. Portanto, foi no contexto dessas duas fases que a televisão padronizou a programação em todo o país e consolidou a rede de TV.

Apesar do desenvolvimento vivenciado pela TV nesse período, é relevante destacar que na época o país vivia sob um regime ditatorial, quando foi instaurado o Ato Institucional nº 5

(AI-5) – o mais rigoroso publicado pelo regime militar e que suspendeu direitos democráticos e impôs censura a toda forma de expressão, principalmente aos veículos de comunicação. Para Abrantes (2004, p. 8), “o sistema de redes foi criado durante a ditadura militar, para melhor poder controlar os conteúdos”.

Esse controle da televisão também é destacado por Capparelli (1986), ao identificar o uso ostensivo e intensivo desse veículo de comunicação, principalmente nas décadas de 1960 e 1970, como unidade de produção econômica e como unidade de produção ideológico-política.

Como unidade de produção econômica, servindo de novo espaço para aplicação e produção do capital e de impulso a outras unidades econômicas de produção. E como unidade de produção ideológico-política, pelo seu papel, forçado ou consentâneo, na busca de legitimação do Governo que se instalou o poder após 1964, bem como para a legitimação e auxílio na consecução dos objetivos da Doutrina de Segurança Nacional (Capparelli, 1986, p. 12-13).

Mattos (2010a) também destaca que, ironicamente, o desenvolvimento inicial da televisão brasileira aconteceu com maior intensidade durante esse período de maior restrição.

Durante o regime de exceção, as redes de televisão, foram continuamente obrigadas a recordar suas responsabilidades para com o desenvolvimento da cultura nacional. O resultado para a TV Globo e outras redes de televisão foi a redução da quantidade de programas estrangeiros importados, substituídos por programas localmente produzidos, em grande parte, com financiamento direto dos bancos oficiais (Mattos, 2010a, p. 99).

Ainda de acordo com Mattos (2010a), a televisão brasileira chegou a meados da década de 1980, com quatro redes comerciais operando em escala nacional. Eram a TV Globo, SBT, TV Manchete e TV Bandeirantes. Essas emissoras transmitiam seus sinais por meio das emissoras afiliadas e com o apoio de satélite, ampliando o alcance da programação nacional ao mesmo tempo que ampliava a participação regional nos telejornais e programas nacionais.

O início da década de 1980 é marcado pela falência e encerramento das emissões da TV Tupi. Por outro lado, surgem duas novas emissoras de atuação nacional: a Manchete, em 1981, e o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), em 1983. É nessa época que a mídia hegemônica comercial começava a investir no jornalismo local e regional de suas redes (Oliveira Filho, 2021, p. 139).

Nesse período, o brasileiro também observou a intensificação do processo de regionalização das redes nacionais, buscando a ampliação do sinal para todas as regiões. Como consequência, verificou-se ainda a formação e configuração de redes regionais, como forma de marcar presença nos estados e criar uma identificação maior da programação televisiva com os telespectadores (Sales Júnior; Kneipp, 2022b).

No Nordeste, as cinco maiores redes nacionais de televisão estão presentes na região por meio tanto de emissoras próprias quanto de afiliadas, que são responsáveis por levar a programação aos lares nordestinos e produzir conteúdo local/regional. A Rede Globo é a que possui a maior quantidade de TVs na região (23), conforme observamos no Quadro 3, elaborado com base nos atlas de cobertura dos grupos televisivos analisados. Em seguida, vem o SBT (12), a TV Cultura (12), a Rede Bandeirantes (11) e a Rede Record (10).

**Quadro 3 – Total de emissoras das redes nacionais e afiliadas no Nordeste**

<b>Rede</b>	<b>Emissoras</b>
Globo	23
SBT	12
Cultura	12
Bandeirantes	11
Record	10

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022b)

A criação de grupos regionais contribuiu para o fortalecimento das redes nacionais, que buscavam ampliar os mercados comerciais. Aires e Santos (2017, p. 62) explicam que “a aliança entre afiliadas e cabeça-de-rede tem dupla função: garante a oferta de programação – consequentemente a audiência – sem despender muitos recursos e garante a máquina pública atuando em prol dos radiodifusores”. Cabral e Cabral Filho (2006) explicam ainda que essa parceria se torna importante para a sobrevivência das redes.

Apesar do pouco poder detido pelos grupos regionais nacionalmente, seu domínio alcança as regiões brasileiras tornando-os de vital importância para as comunidades. Essa realidade foi detectada pela Rede Globo que percebeu que o público está mais preocupado com os acontecimentos locais do que com os mundiais (Cabral; Cabral filho, 2006, p. 60).

Além das presenças, também se torna importante observar as ausências. Das cinco redes nacionais pesquisadas, o Sistema Brasileiro de Televisão é a única que não tem emissoras (afiliadas ou próprias) em todos os estados nordestinos. Em Sergipe, o sinal do canal paulista, pertencente a Silvio Santos, chega aos telespectadores por meio de antenas retransmissoras ou de satélites (SBT, 2023). Isso acontece porque, em 2006, a TV Atalaia, que era afiliada da emissora no estado, assinou contrato de filiação com a Record TV e, desde então, deixou de transmitir a programação do SBT para os sergipanos.

Ao analisar a regionalização da televisão no Nordeste, de início, é possível identificar a formação de redes exclusivamente regionais. São grupos formados por duas ou mais emissoras,

responsáveis por levar a programação das redes nacionais e por produzir o conteúdo que será veiculado localmente ou mesmo nacionalmente. Na atualidade, é possível observar a atuação de pelo menos oito sistemas de comunicação que atuam regionalmente (Sales Júnior; Kneipp, 2022b), conforme verificamos no Quadro 4.

**Quadro 4 – Redes regionais nordestinas**

<b>Estado</b>	<b>Rede</b>	<b>Emissoras</b>
BA	Rede Bahia	6
MA	Rede Mirante	4
PB/PE/AL	Sistema Opinião	4
MA	Sistema Difusora	3
RN	Rede Inter TV	2
PI	Rede Clube	2
CE	Sistema Verdes Mares	2
PB	Rede Paraíba	2

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022b)

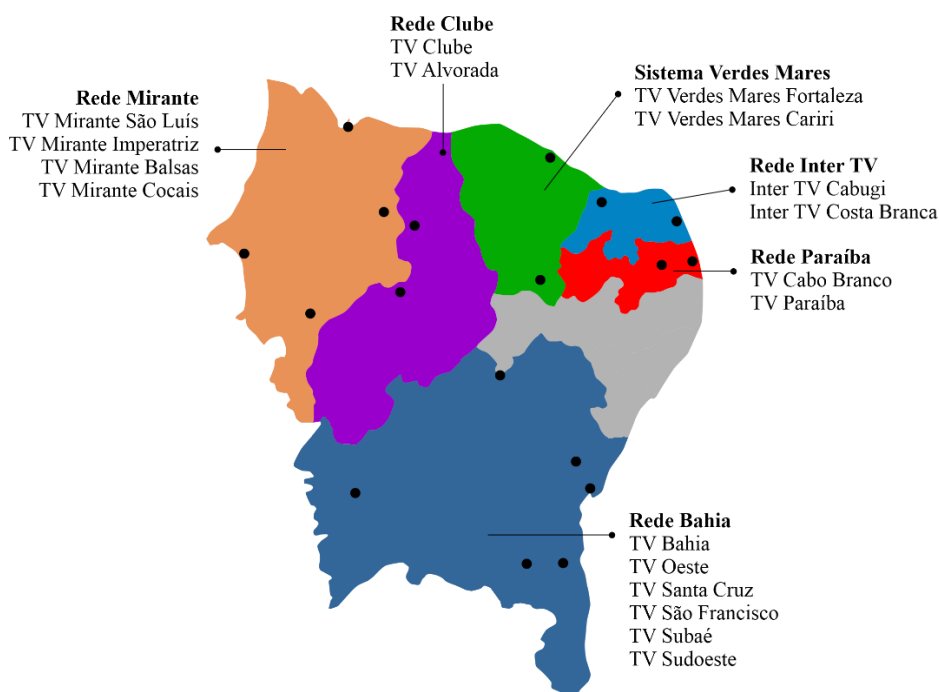
A maior rede regional do Nordeste é a Rede Bahia, que conta com seis emissoras presentes tanto na capital baiana quanto em grandes centros urbanos e cidades do interior (Rede Globo, 2023). O canal foi fundado pelo ex-governador Antônio Carlos Magalhães e é afiliado da TV Globo desde 1987 (Sales Júnior, 2018). “A relação entre afiliada e cabeça de rede constitui uma poderosa ferramenta do coronelismo eletrônico. O exemplo do ex-ministro Antônio Carlos Magalhães é o mais expressivo no país” (Santos; Capparelli, 2005, p. 9).

O segundo maior grupo de televisão da região Nordeste também é afiliado à Globo. A Rede Mirante, do Maranhão, possui quatro emissoras (Rede Globo, 2023), que retransmitem a programação nacional e produz conteúdo local para a população maranhense. O canal foi fundado pelo ex-presidente do Brasil, José Sarney. Uma informação que comprova a influência do poder político na formação dessas duas redes regionais de televisão nos estados nordestinos, uma vez que até a Constituição de 1988 o presidente é quem autorizava a outorga de concessões de rádio e televisão no país.

O Grupo Globo conta ainda com outras quatro redes regionais nordestinas, com duas emissoras locais cada, nos estados do Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte e Paraíba, como podemos observar no Mapa 4. São canais sediados nas capitais e nos maiores centros urbanos dos estados. Uma constatação que comprova a implantação estratégica dos canais de TV, não

apenas para a expansão do sinal, mas também como forma de aproximação com o telespectador local, além de contribuir para a exploração de novos mercados comerciais.

#### Mapa 4 – Redes regionais afiliadas da Rede Globo no Nordeste



Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022b)

A presença de emissoras da TV Globo em todos os estados nordestinos, tanto nas capitais como nas maiores cidades do interior, pode ser explicada pelo projeto de regionalização implementado na década de 1980. Para se fortalecer em todas as regiões do país, a rede de televisão implantou uma estrutura própria para acompanhar e auxiliar no desenvolvimento das afiliadas. É o que explica Bazi (2001).

A Rede Globo tinha como meta regionalizar sua programação depois de se fortalecer nas capitais brasileiras. Foi, então, na década de 80, que o projeto de regionalização ganhou força com a implantação, em seu organograma, de um setor específico para atender as suas afiliadas: a CGAE- Central Globo de Afiliadas e Expansão - responsável por viabilizar as emissoras locais em todas as necessidades como: programação, engenharia e jornalismo (Bazi, 2001, p.4).

Esse projeto buscava expandir o sinal, ampliar a área de cobertura das equipes de jornalismo e atrair novos nichos de anunciantes locais. Afinal, no início da década de 1980 ainda existiam capitais nordestinas que ainda não contavam com a presença da TV Globo e a programação do canal carioca chegava apenas por meio de antenas retransmissoras (Lins,

2017). São os casos do Rio Grande do Norte e da Paraíba, onde as primeiras geradoras foram implantadas apenas em 1987, conforme o Quadro 5.

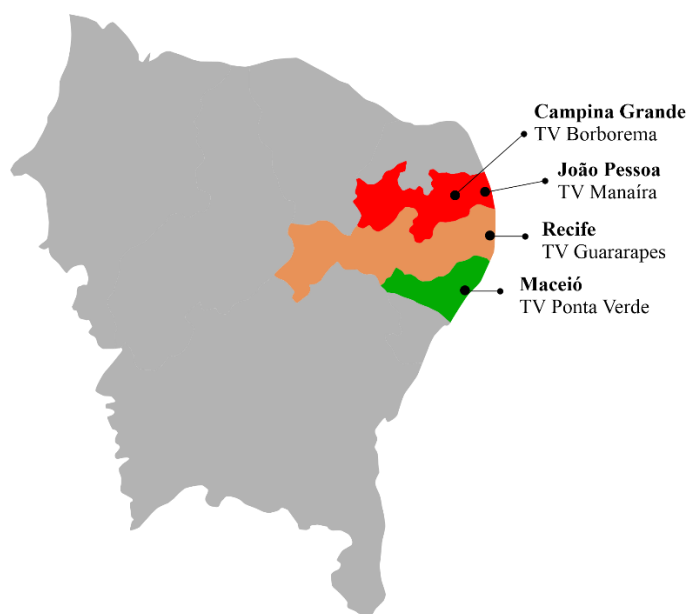
**Quadro 5 – Afiliadas pioneiras da TV Globo no Nordeste**

Estado	Início	Emissora pioneira	Emissora atual
BA	1969	TV Aratu	TV Bahia (desde 1987)
MA	1972	TV Difusora	TV Mirante (desde 1991)
PE	1970	TV Jornal	TV Globo (desde 1972)
SE	1973	TV Sergipe	TV Sergipe
CE	1974	TV Verdes Mares	TV Verdes Mares
AL	1975	TV Gazeta	TV Gazeta
PI	1976	TV Clube	TV Clube
PB	1987	TV Paraíba	TV Paraíba
RN	1987	TV Cabugi	Inter TV Cabugi

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior (2018)

Outra situação verificada, em relação à formação das redes regionais Nordeste, é a do Sistema Opinião de Comunicação, que possui três emissoras em estados diferentes, no entanto, pertencentes à mesma região. O grupo possui canais de TV em Alagoas, Paraíba e Pernambuco, conforme observamos no Mapa 5.

**Mapa 5 – Emissoras do Sistema Opinião de Comunicação**



Elaborado pelo autor com base em Aguiar (2016)

Diante disso, essa organização empresarial se configura como um grupo de mídia com atuação regional-supraestadual. Afinal, de acordo com Aguiar (2016, p. 129), a atuação dele ultrapassa “os limites do seu Estado de origem para estados contíguos”. Nesse caso, os canais estão em localidades da mesma região, no entanto em diferentes unidades da federação.

Além de estarem em estados diferentes, as emissoras desse grupo estão vinculadas a redes nacionais distintas. Ou seja, são canais concorrentes sob o comando do mesmo proprietário, mas com outras características e linhas editoriais. Em Alagoas, a TV Ponta Verde (Maceió) e, na Paraíba, a TV Borborema (Campina Grande) são afiliadas do SBT. Ainda no estado paraibano, a TV Manaíra (João Pessoa) é ligada à Rede Bandeirantes. E em Pernambuco, a TV Guararapes (Recife) é afiliada à Record TV (Aguiar, 2016). Essa situação comprova o uso da mídia televisiva para atender interesses que não são apenas empresariais e econômicas. Na maioria das vezes, estão atrelados a questões políticas regionais.

Investigar a formação das redes regionais de televisão no Nordeste passa necessariamente, ou inevitavelmente, pelo estudo da propriedade dos grupos midiáticos na região. Afinal, grande parte deles está nas mãos de políticos e de suas famílias ou de aliados, que utilizam os meios eletrônicos, como TV e rádio, para atender interesses diversos. Lima (2000) explica que esse modelo de comunicação é reflexo da sociedade na qual está inserido.

Esse modelo dos meios de comunicação tão enraizado aos poderosos no Nordeste, que se autodenomina o poder dos “coronéis”, demonstra a estrutura da sociedade local, ligada à questão do desenvolvimento, que repercute na organização da comunicação social. Portanto, a estrutura da comunicação social reflete a estrutura e o desenvolvimento de cada sociedade (Lima, 2000, p. 73).

Para Aires e Santos (2017), quando ligamos os veículos de comunicação que integram o Grupo Globo aos cargos públicos exercidos por seus proprietários e/ou fundadores, passamos a compreender melhor a disputa por afiliadas da emissora carioca.

Percebemos que é a única rede de televisão que teve ex-presidentes e ministros entre os seus afiliados. Entendendo que a maior parte dos políticos afiliados ao grupo são senadores, o espaço relativo e o espaço de representação dessa rede é ampliado em relação as outras, que podem ter mais vereadores e prefeitos como afiliados (Aires; Santos, 2017, p. 70).

Apesar de algumas redes pertencerem a grupos empresariais, a maioria é de políticos que encontraram neste veículo uma forma de atender interesses eleitorais. “A rede de clientelismo que configura as comunicações brasileiras passa por distintas formas de associações de interesses, apadrinhamentos e parentescos. O que pode parecer um mercado

concorrencial, às vezes, revela-se uma espécie de divisão de bolo entre amigos” (Santos; Capparelli, 2005, p. 11). Aires e Santos (2017, p. 62) também destacam que as empresas de comunicação controladas por políticos não atendem apenas às lógicas de mercado quando explicam que “os veículos de comunicação sob sua influência são financiados por anúncios publicitários governamentais e os veículos de comunicação governamentais sob sua gestão pelas verbas públicas”.

Seja por questões comerciais, por necessidade de ampliação do alcance do sinal ou por questões ideológicas-políticas, o fato é que a criação das redes regionais foi decisiva para que os telespectadores do Nordeste pudessem ter acesso à programação das maiores emissoras de televisão do Brasil, sediadas na região Sudeste. Com isso, contribui diretamente para o fortalecimento da regionalização do veículo do país e para a configuração das redes regionais. Esse processo foi mais uma etapa para a criação das condições necessárias para que novos elementos, atores e práticas sociais surgissem nas décadas seguintes, como a expansão da TV aberta, o aumento das emissoras em funcionamento no Brasil, e o surgimento de novos tipos de concessões, que resultaram na diversificação das operações da radiodifusão brasileira.

### 2.3 A EXPANSÃO E A DIVERSIFICAÇÃO DAS EMISSORAS REGIONAIS

Com a consolidação de uma programação nacional e a formação de redes (nacionais e regionais), a televisão brasileira buscava expandir ainda mais seus territórios. Para isso, a implantação de novas emissoras foi fundamental para que o sinal dos grandes grupos de comunicação pudesse chegar às localidades mais remotas do Brasil, contribuindo para a regionalização da programação de TV no país.

Nesse contexto, três fatores foram decisivos para a expansão da televisão no Brasil. Em um primeiro momento, com o surgimento das emissoras públicas brasileiras, nos anos de 1960 e 1970. Em seguida, com mudanças políticas que propiciaram a concessão de mais canais de TV, no final da década de 1980. E em um terceiro momento, com o surgimento e influência de novos elementos nas telecomunicações brasileiras, como os primeiros canais da TV por assinatura e as emissoras legislativas, ao longo das décadas de 1990 e 2000.

Nos primeiros anos da TV no Brasil, as emissoras pertenciam exclusivamente à iniciativa privada (Mattos, 2010a). Uma concentração de propriedade que começou com a inauguração do primeiro canal, a TV Tupi do jornalista e empresário Assis Chateaubriand, e continuou com as demais, nas décadas de 1950 e 1960. Portanto, verifica-se que a produção

televisiva em território brasileiro começa ancorada no setor privado, diferentemente de alguns países europeus, onde as primeiras televisões surgiram baseadas no modelo estatal, com finalidades educativas, culturais e na prestação de serviços à população (Wolton, 2006).

Os primeiros passos para a construção de uma televisão educativa no Brasil começam a surgir na década de 1960, com a criação do Código Brasileiro de Telecomunicação (1962) e, mais efetivamente, com a regulamentação da radiodifusão brasileira, por meio do decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. A partir desses dispositivos legais, ficou definido que a “televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates” (Planalto, 1967). Essa definição foi fundamental para a construção das bases legais para o surgimento das primeiras emissoras educativas do país e para o desenvolvimento da teleducação brasileira.

Ainda de acordo com o decreto de 1967, ficou estabelecido que o serviço de TV educativa deveria ser executado somente pela União, Estados, Territórios, Municípios, Universidades Brasileiras e Fundações constituídas no Brasil. Outro ponto importante, que contribuiu para a regionalização da TV no país, foi a definição de que o Conselho Nacional de Telecomunicações (CONTEL) deveria reservar “canais de Televisão, em todas as capitais de Estados e Territórios e cidades de população igual ou superior a 100.000 (cem mil) habitantes, destinando-os à televisão educativa” (Planalto, 1967).

Cerca de um ano após a publicação deste decreto de regulamentação da radiodifusão, surgiu então a primeira emissora educativa brasileira. A TV Universitária de Recife foi inaugurada em 22 de novembro de 1968. A concessão foi dada à Universidade Federal de Pernambuco – UFPE (Angeiras, 2018). “O caráter educativo veio com a exibição de cursos, documentários e aulas direcionadas também aos “telepostos” - nome dado aos pontos em que foram instalados mais de 500 aparelhos de TV, incluindo centros comunitários, escolas e presídios” (Diário de Pernambuco, 2018).

Segundo Santana (2007), a produção de conteúdo educativo para a televisão passava por um rigoroso processo, que contava com a participação de equipes interdisciplinares, compostas por professores e produtores da TVU. Essa ação era fruto de uma parceria entre a Secretaria de Educação de Pernambuco e professores da UFPE com a emissora.

Os produtores recebiam o conteúdo programático e o transformavam em roteiro televisivo com linguagem própria e elementos da dramaturgia. Em seguida, devolviam ao professor responsável pela matéria para revisão e somente após ser examinado colocava-se em prática a realização (Santana, 2007, p. 100).

No início, o quadro funcional da TVU era formado apenas por professores da UFPE e por profissionais do mercado televisivo pernambucano, que até aquele momento contava apenas com duas emissoras: a TV Rádio Clube e a TV Jornal (Santana, 2007). Por ser a primeira TV educativa do país, naquela época ainda não havia a operação de uma rede de televisões públicas com o mesmo objetivo. Por isso, inicialmente, a programação do canal era totalmente local, produzida pelos diversos departamentos da emissora.

Ao analisar o contexto socioeconômico e político da época de surgimento da primeira emissora educativa do Brasil, destaca-se que o canal foi inaugurado em plena Ditadura Militar de 1964. Ao mesmo tempo em que o país passava por um intenso processo de industrialização e buscava o desenvolvimento econômico, enfrentava altos índices de analfabetismo que impediam o governo de atingir as metas de crescimento (Angeiras, 2018).

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), analfabetos são os cidadãos brasileiros que têm 15 anos de idade ou mais e que não conseguem formular nem pequenos textos. De acordo com dados do Censo de 1960, o Brasil registrava uma taxa de 46% da população analfabeta, o que correspondia a 15.964.000 pessoas. Em 1970, esse número subiu para 18.100.000 analfabetos. E em 1980, chegou a 19.356.000 brasileiros. Nos Censos das décadas seguintes é que esse indicador começou a diminuir no país (IBGE, 2023).

Portanto, a televisão educativa foi pensada como elemento importante para o combate ao analfabetismo. Rocha (2016) explica que a implantação de um plano nacional de teleducação também surgiu por pressões de organismos internacionais.

No período, os projetos de televisão educativa se caracterizam pelo entendimento dos meios de comunicação como ferramentas para a expansão educacional, atingindo as populações excluídas dos circuitos oficiais. Seu surgimento no país é impulsionado pela pressão de agências e organismos internacionais, liderados pela UNESCO, que defendem o uso da TV para suprir as carências educacionais dos países em desenvolvimento (Rocha, 2016, p. 68).

No Brasil, entre 1968 e 1974, foram instaladas nove emissoras educativas de televisão, sendo três ligadas ao Ministério da Educação e seis a secretarias estaduais de educação, comunicação ou cultura. Entre elas: TV Universitária-PE, TV Cultura - SP, TVE - AM, TVE - CE, TVE - MA, TVE - RJ, TV Universitária - RN e TVE - RS (Angeiras, 2018). Esse fato confirma que a região Nordeste desempenhou papel fundamental e pioneiro no processo de implantação dos primeiros canais com finalidade educativa no país.

Verificamos que a partir da inauguração da TV Universitária em Pernambuco, na sequência, outras emissoras de televisão educativa surgiram nos demais estados do Nordeste

brasileiro. No Quadro 6, elaborado a partir de informações obtidas em sites oficiais e redes sociais, é possível verificar a trajetória de implantação dos primeiros canais públicos nordestinos de TV.

**Quadro 6 – Emissoras educativas pioneiras no Nordeste**

<b>Estado</b>	<b>Emissora</b>	<b>Entrou no ar em:</b>
PE	TVU de Recife	1968
MA	TVE Maranhão	1969
RN	TVU-RN	1972
CE	TV Educativa	1974
AL	TVE Alagoas	1984
BA	TVE Bahia	1985
SE	TV Aperipê	1985
PI	TVE Piauí	1986
PB	TVE Paraíba	1989

Elaborado pelo autor com base em sites oficiais e redes sociais (2023)

Ao analisar as outorgas das primeiras emissoras educativas da região, verificamos que as concessões foram dadas a universidades federais ou, na maioria dos casos, aos governos estaduais. O que reforça a finalidade de levar educação para estudantes de escolas públicas, principalmente em localidades com menos estrutura, no interior dos estados. Por isso, onde as emissoras eram administradas pelo poder executivo estadual, os canais ficavam vinculados diretamente às secretarias de educação.

A Constituição Federal de 1988 ratifica essa finalidade educativa das emissoras de TV ao definir, em seu artigo 221, que a produção e a programação das emissoras de televisão deverão atender preferencialmente as finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas (Planalto, 1988). A carta magna brasileira estabelece ainda, no artigo 223, que a concessão, permissão ou autorização para o serviço de radiodifusão de imagem e som deve observar o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal.

Durante a Ditadura Militar, a televisão desenvolveu o alcance da programação, graças aos investimentos governamentais. Mas também foi no período posterior, de redemocratização, com a discussão e posterior promulgação da Constituição Federal, no final da década de 1980, que o brasileiro viu aumentar de forma expressiva a quantidade de outorgas de rádio e TV no Brasil. Mudanças na legislação quanto a forma de escolha dos concessionários da radiodifusão, contribuíram para que emissoras de TV se espalhassem pelo país. O crescimento das estações

de TV teve início no governo do presidente Juscelino Kubitschek, passou pelos governos militares e seguiu durante a Nova República (Mattos, 2010b).

Antes da promulgação da Constituição de 1988, a outorga ou renovação de concessões, permissões e autorizações para a utilização de canais de rádio ou TV eram atribuições do presidente da República ou do ministro das comunicações. Com a aprovação da nova carta magna foram estabelecidas normas e diretrizes que “anularam o critério casuístico utilizado até então, efetivado a partir do favoritismo político” (Mattos, 2010a, p. 125). A partir desse momento, o Congresso Nacional passou a ser o responsável pela concessão e renovação dessas outorgas e os cancelamentos antes do prazo passaram a depender de decisão judicial.

No entanto, para a promulgação da nova constituição houve uma distribuição de concessões de rádio e TV. As outorgas foram utilizadas como moeda de troca do presidente da República para que os parlamentares da Assembleia Constituinte aprovassem pontos de interesse do governo de José Sarney. “Durante nove meses, na fase mais crítica de disputa na Constituinte, o Minicom operou a pleno vapor para dar conta de processar o inusitado número de editais de licitação para outorga de canais de rádio e televisão” (Motte, 2019, p. 243).

Essa situação fica evidente quando analisamos a quantidade de concessões concedidas entre 1985 e 1988, conforme o Quadro 7. Segundo Mattos (2010a), nesse período foram distribuídas 90 outorgas de TV. Mais da metade apenas no ano de votação da Constituição.

**Quadro 7 – Concessões de canais de TV entre 1985 e 1988**

Ano	Outorgas
1985	22
1986	14
1987	12
1988	47

Elaborado pelo autor com base em Mattos (2010a)

De fato, nenhum outro governo concedeu tantas outorgas de rádio e televisão em tão pouco tempo na história brasileira. Nem fez o uso político delas de forma tão visível como também destaca Motter (2019), ao constatar que em seis anos do governo do general Figueiredo haviam sido concedidos 634 canais de radiodifusão, enquanto que Sarney, em pouco mais de três anos e meio, outorgou 1.028 emissoras

Com esse levantamento, Motter (2019) confirma que a maioria das concessões foi liberada durante o governo Sarney para políticos, ocupantes de cargos eletivos no Congresso Nacional, durante a aprovação da nova Constituição.

De fato, a partir de janeiro de 1988, quando a Constituinte entrou no período mais crítico, com a votação em plenária do Projeto de Constituição, observou-se um expressivo acréscimo nas concessões de canais de rádio e televisão. Das 1.028 concessões outorgadas pelo governo Sarney até a promulgação da nova Constituição, 539 (52%) foram distribuídas nos últimos nove meses da Constituinte, precisamente de janeiro a outubro de 1988 (Motter, 2019, p.245).

Das concessões de rádio e TV dadas aos parlamentares ou pessoas ligadas a eles, cerca de 70 foram outorgadas após a votação para aumento da duração do mandato de presidente, entre 3 de junho e 5 de outubro de 1988. Lima (2001) destaca a participação da bancada nordestina nessas negociações.

Percebemos, claramente, que as concessões representaram uma poderosa moeda em troca da aprovação dos cinco anos. Fazendo um recorte, aos políticos da bancada nordestina, destacando principalmente, seus líderes: Presidente José Sarney (Maranhão) e o Ministro das Comunicações Antonio Carlos Magalhães (Bahia), é oportuno à reflexão dos meios de comunicação de massa sob perspectiva da região Nordeste (Lima, 2001, p. 18).

Essa constatação reforça que a Constituição de 1988 foi uma oportunidade para consolidar os poderes das lideranças locais e/ou regionais. “A grande frente conservadora se formou também por concessões no campo da radiodifusão, servindo como moeda de troca para manter na constituição as benesses conseguidas com os militares” (Santos; Capparelli, 2005, p. 8). Capparelli, Ramos e Santos (1998, p. 7) afirmam ainda que o governo Sarney, apesar de ter se manifestado inicialmente a favor da revisão das concessões dadas no último período militar, “não só manteve as antigas concessões como se utilizou de ameaça de revisão a fim de obter apoio em outras áreas”.

No entanto, essa prática não era exclusiva desse período da história brasileira. É algo que já fazia parte da política no país. “Historicamente, a política de concessões de rádio e televisão sempre esteve comprometida com interesses de grupos privilegiados. A utilização dos veículos de massa serve, na verdade, à prática da manipulação do poder cada vez mais evidente na nossa sociedade” (Lima, 2001, p. 12).

Esses fatos ocorreram em um momento da trajetória da televisão brasileira que Mattos (2010) denomina de a Fase da transição e da expansão internacional, que abrange o período da Nova República e é marcada pela transição democrática e investimentos na expansão da TV dentro e fora do Brasil. Nesse período se observa uma maior competitividade entre as grandes redes, bem como um amadurecimento técnico e empresarial da televisão no país. O que possibilitou não apenas dar mais um passo importante para a regionalização desse meio de

comunicação como também para a exportação das produções brasileiras, especialmente as telenovelas produzidas pela TV Globo.

Nesse período de redemocratização e investimentos na televisão, os brasileiros também acompanharam o início da regulamentação da TV paga no país, que surgiu inicialmente com iniciativas locais para levar o sinal da TV aberta a localidades onde a programação não chegava por causa da falta de infraestrutura ou das dificuldades geográficas para a recepção do conteúdo. Isso acontecia por meio de antenas coletivas ou comunitárias, instaladas por empresários que decidiram explorar esse tipo de negócio. Foi assim em Petrópolis, no Rio de Janeiro (1958), em Manaus, no Amazonas (1965), e em várias cidades do Paraná e Santa Catarina, na década de 1970, além de outras ações isoladas realizadas em diversos estados (Possebon, 2009).

O fato é que, sem a institucionalização da TV por assinatura, especialmente da TV a cabo, o que havia nos anos de 1970 eram operações de CATV isoladas que cumpriam apenas o papel de distribuir os sinais da TV aberta onde sua recepção era deficiente. E esse quadro só começaria a mudar efetivamente no final dos anos 1980 (Possebon, 2009, p. 23).

Apenas em 21 de junho de 1988 é que o Ministério das Comunicações editou a Portaria 143, que é considerada a primeira norma de regulação do mercado de distribuição comunitária de TV (POSSEBON, 2009). A partir desse momento, para ter a permissão para explorar esses serviços passava a ser necessária a apresentação de um projeto que indicasse “o local de instalação da antena, a autorização das emissoras de TV cujos sinais no satélite seriam retransmitidos, a autorização da Embratel para que os sinais fossem captados e, mais importante, a proibição de recepção de sinais por meio de satélites estrangeiros” (Possebon, 2009, p. 24-25).

Apesar dos avanços alcançados com essa normatização das atividades de distribuição do sinal de televisão no Brasil, a principal norma que daria início ao mercado de TV por assinatura no país só seria publicada no final de 1989, por meio da Portaria 250 de 13 de dezembro daquele ano. Esse dispositivo criava o chamado Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão (DISTV), que flexibilizava a oferta em condomínios fechados, além de expandir as permissões da portaria anterior.

Portanto, a publicação dessa norma deu origem ao primeiro marco legal da TV a cabo brasileira e à primeira onda de distribuição de licenças do setor. Nesse contexto, grupos empresariais como o Abril, Globo e RBS ganharam as primeiras outorgas e começaram a planejar o modelo de TV por assinatura que seria adotado. Entretanto, o empresário André

Dreyfuss saiu na frente e, em 29 de março de 1989, lançou oficialmente a operação do Canal +, em São Paulo. Essa inauguração marcou o início efetivo e legal da TV paga no Brasil.

A programação inicial incluía apenas 16 horas diárias de retransmissão do canal ESPN, disponível no PanAmSat. O serviço custava cerca de US\$ 13 por mês, mais US\$ 500 de instalação. O plano de Dreyfuss era, aos poucos, introduzir outras programações, o que passaria pela sua capacidade de conseguir, junto ao governo, mais canais (Possebon, 2009, p. 33).

Com o início da operação do Canal +, outros grupos também iniciaram as suas atividades e colocaram à disposição do público brasileiro mais opções de programações e novas tecnologias de distribuição do sinal de TV. Bolaño (1999, p. 21) destaca ainda que os anos de 1980 foram marcados por outros processos importantes como “o da expansão do uso dos aparelhos de videocassete, o início da produção independente, os primeiros movimentos no sentido de segmentação dos públicos, tanto pela utilização de outros veículos por parte do mercado publicitário, quanto pelas experiências de TV segmentada”.

Esse momento de desenvolvimento e expansão das telecomunicações no Brasil é denominado por Mattos (2010a) como a Fase da globalização e da TV Paga, que compreende entre 1990 e 2000, quando a televisão buscava a modernidade e se adaptava aos novos rumos da redemocratização. Essa fase também representou mais um momento importante para a regionalização desse veículo no país.

Nesse contexto, mais iniciativas de regulamentação da TV por assinatura foram realizadas pelo Governo Federal. Em 6 de janeiro de 1995 foi sancionada a Lei 8.977, conhecida como Lei do Cabo. O dispositivo apresentava que o objetivo do serviço de televisão a cabo era “promover a cultura universal e nacional, a diversidade de fontes de informação, o lazer e o entretenimento, a pluralidade política e o desenvolvimento social e econômico do país” (Brasil, 1995). Nesse sentido, o artigo 23 desta lei também obriga as operadoras da TV a Cabo a destinar canais para a transmissão do trabalho parlamentar, criando assim também o marco legal para a instalação das emissoras legislativas.

Segundo essa lei, as empresas administradoras dos serviços de TV por assinatura deveriam fornecer um canal destinado ao Poder Legislativo Estadual e ao Municipal, além de outro à Câmara dos Deputados e outro para o Senado Federal. Todos eles deveriam estar disponíveis para a utilização gratuita, nos pacotes básicos dessas operadoras. Por isso, a partir dessa legislação, foram criadas as condições necessárias para que as emissoras legislativas pudessem ser criadas e operacionalizadas, nas diferentes esferas do poder, colaborando para a transparência das atividades parlamentares e para a regionalização da televisão no Brasil.

Os canais legislativos brasileiros têm como finalidade principal a transmissão ao vivo das atividades legislativas municipais, estaduais e nacionais. É o que prevê o Decreto-Lei 2.206 de 14 de abril de 1997, que regulamenta a chamada Lei do Cabo.

Com os canais legislativos, os trabalhos das comissões parlamentares encarregadas de analisar projetos de lei ou de investigar temas em discussão também passaram a ser transmitidos ao vivo. Dessa forma, os ritos legislativos, assim como os temas que colocam em xeque práticas internas do Parlamento ou de seus membros, conseguiram publicidade, além de passarem a ser informações democratizadas, a partir do momento em que podiam ser acompanhadas pelo telespectador (Renault, 2004, p. 83).

No Brasil, os primeiros experimentos de transmissão das atividades legislativas aconteceram no Senado Federal, em 1993 (Melo, 2013). Foi quando o parlamento brasileiro começou a estruturar uma central de vídeo para registrar as sessões plenárias e reuniões das comissões temáticas. O material de vídeo produzido pelo Senado era distribuído para as emissoras comerciais de TV. Foi nesse momento que começou a surgir a preocupação com a transparência das atividades parlamentares e com o contato direto com a sociedade.

No entanto, a primeira emissora de televisão legislativa do Brasil surgiu de fato no âmbito estadual, com a TV Assembleia de Minas Gerais, que entrou em operação no dia 30 de novembro de 1995 (TV Assembleia MG, 2023). No início eram apenas duas horas e meia de programação, preenchida com reprises das reuniões do plenário. A partir de 1996, a TV atingiu as 12 horas de programação, contando com programas gravados e editados. E apenas em 1997 é que o canal passa a oferecer uma grade básica de programas.

Com a televisão do legislativo, planejava-se, naquele momento, transformar o desconhecimento do eleitor em algum tipo de entendimento. Ao lançar-se na empreitada completamente alheia à sua função constitucional, ou seja, operar um canal de televisão, o Poder Legislativo em Minas Gerais buscou utilizar um código social reconhecido pelo cidadão em particular pela sociedade como um todo (Renault, 2004, p. 44).

De acordo com Bolaño (1999), a televisão legislativa surge em mais um momento importante de transição, verificado na trajetória da TV no Brasil.

Assim, podemos tomar o ano de 1995 como um novo marco na periodização da TV Brasileira, quando se inicia de fato a fase da multiplicidade da oferta em que as empresas que atuam na TV de massa disputam mercado diretamente e um sinal nacional com aquele que exploram o velho e bom mercado de TV de Massa no Brasil (Bolaño, 1999, p. 24).

Portanto, é nesse cenário que as casas parlamentares por todo o país começaram também a implantar emissoras próprias. Foi assim que foram criadas a TV Senado e a TV Câmara, além

das TVs Assembleias e TVs Câmaras, nos âmbitos estadual e municipal. Um fator que colaborou diretamente para uma nova etapa do processo de regionalização da televisão no país. “Isso ampliou o universo do telespectador e criou um novo espaço de interação comunicacional a ser observado no grande e maciço campo da comunicação mediada pela televisão no Brasil” (Renault, 2004, p. 13). Para Bucci (2000), os canais legislativos:

Apresentam-se como mecanismos necessários para integrar expectativas diversas e dispersas, os desejos e as insatisfações difusas, consegue incorporar novidades e se apresentam originalmente fora do espaço que ela ocupa e, em sua dinâmica, vai dando os contornos do grande conjunto, com um tratamento universalizado de tensões (Bucci, 2000, p. 12).

Seguindo esse pensamento, Angeiras (2018, p. 90) define a TV Legislativa como um “canal institucional (no sistema de TV a Cabo ou Internet) ligado a Câmaras, Assembleia Legislativas e Senado (nas esferas municipais, estaduais e federais), constituindo-se instrumentos de informação e ampliação da cidadania para a população”.

No Nordeste, a trajetória da televisão legislativa, pertencente a uma Assembleia Legislativa, tem início com a inauguração da TV Assembleia do Rio Grande do Norte. A programação entrou oficialmente no ar no dia 8 de outubro de 2003 (TV Assembleia RN, 2023). A emissora é administrada pela Fundação Djalma Marinho, uma entidade sem fins lucrativos que foi criada para gerenciar o canal, além dos veículos de comunicação de sons e imagens concedidos à Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte.

Ao analisar a trajetória da televisão no Nordeste brasileiro, é importante observar e constatar um certo atraso na chegada das primeiras emissoras legislativas na região, em relação aos demais estados. Afinal, esse processo de implantação em terras nordestinas aconteceu oito anos após a instalação do primeiro canal legislativo, em Minas Gerais, em 1995. Uma demora que aconteceu apesar da existência de uma legislação regulamentando e facilitando a expansão das TVs ligadas às Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais.

Nas Assembleias Legislativas nordestinas, a implantação dos canais de televisão levou cerca de 14 anos para ser concretizada, como observamos no Quadro 8. Essa fase de implementação começou por estados menores, como Rio Grande do Norte, Paraíba e Sergipe, e foi encerrada com estados maiores como Maranhão e Pernambuco. Uma situação que mostra que a criação dessas emissoras envolveu mais o interesse político das casas legislativas e estrutura tecnológica do que o tamanho dos estados, tanto política quanto economicamente (Sales Júnior; Kneipp, 2022d). O que não dependeu do tamanho geográfico ou populacional para que tivessem uma emissora pertencente as casas legislativas estaduais.

**Quadro 8 – Emissoras das Assembleias Legislativas do Nordeste**

<b>Estado</b>	<b>Emissora</b>	<b>Inauguração</b>
RN	TV Assembleia RN	Outubro de 2003
PB	TV Assembleia PB	Maio de 2004
SE	TV Alese	Junho de 2004
CE	TV Assembleia CE	Abril de 2006
BA	TV Alba	Fevereiro de 2007
PI	TV Alepi	Junho de 2007
AL	TV Ale	Setembro de 2007
MA	TV Assembleia MA	Janeiro de 2011
PE	TV Alepe	Setembro de 2017

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022d)

Inicialmente, esses canais eram transmitidos apenas na TV por assinatura, como preconiza a Lei do Cabo. Mas com a modernização das operações, atualização da legislação e o surgimento de iniciativas para oferecer melhores condições de divulgação das atividades parlamentares, as emissoras legislativas foram migrando para a televisão aberta. A criação da Rede Legislativa, em 2012, também contribuiu nesse sentido. O grupo foi criado para viabilizar e oferecer estrutura para o processo de implantação e expansão da TV Digital nas emissoras legislativas de todo o país (Câmara dos Deputados, 2022). Com essa iniciativa, o Congresso Nacional possibilitou uma ação pioneira no uso das tecnologias digitais para as transmissões televisivas no Brasil.

A Rede Legislativa de TV é a primeira rede de televisão a se formar no Brasil com o recurso digital da multiprogramação, que possibilita o uso de um mesmo transmissor para quatro emissoras independentes. A multiprogramação permite que o canal de 6MHz consignado ao Poder Legislativo federal transmita ao mesmo tempo, 24 horas por dia, as programações da TV Câmara federal, da TV Senado, da TV Assembleia estadual e da TV Câmara municipal (Câmara dos Deputados, 2020).

Portanto, nesse período de expansão e diversificação, observamos importantes mudanças no ecossistema televisivo brasileiro. Novos atores sociais e práticas produtivas foram incorporados, contribuindo para o desenvolvimento da TV no Brasil. Foi mais um passo para o processo de regionalização, uma vez que os canais da TV por assinatura, os educativos e os legislativos trouxeram mais opções de produções locais/regionais para os telespectadores. Consequentemente, os investimentos em programação regionalizada tiveram que aumentar,

especialmente nas emissoras comerciais que buscaram aumentar o alcance dos sinais e expandir os mercados publicitários locais, além de ampliar o tempo da produção local regional.

#### 2.4 OS INVESTIMENTOS EM PROGRAMAÇÃO REGIONAL

Com implantação das emissoras de TV em todos os estados, com os investimentos feitos em infraestrutura de telecomunicações, permitindo a formação e fortalecimento das redes de TV, e com a expansão e diversificação das concessões de radiodifusão pelo território nacional, observamos que a televisão brasileira passou a investir mais em programação regional. Esse movimento tem início no final dos anos de 1980, com a criação de telejornais padronizados para as emissoras afiliadas. Um processo que se intensificou na década de 1990, com a disseminação de novos formatos de programas populares nas emissoras locais/regionais – já testados nacionalmente – e seguiu pelos anos de 2000, 2010 e 2020, com as principais redes de televisão do Brasil investindo em projetos de regionalização, com a ampliação do tempo para as produções regionais.

Com a presença de emissoras locais/regionais em todos os estados brasileiros, verifica-se que os anos de 1980 foram marcados por grandes avanços no campo da comunicação (Fabbri Júnior, 2006). Foi nessa fase que se observou uma intensificação do movimento de valorização do conteúdo regional na TV. No Brasil, foi nesse período que se teve um aumento considerável no número de emissoras de televisão e quando a programação regional passou a ser integrada com a nacional.

Podemos observar que esse fenômeno atinge os grandes meios de comunicação de massa, como a televisão, que historicamente sempre deu mais atenção às comunicações de longa distância e aos temas de interesse nacional ou internacional, passando agora a regionalizar parte de seus conteúdos (Fabbri Júnior, 2006, p. 11).

A partir da criação da Central Globo de Afiliadas e Expansão, na década de 1980, a emissora carioca passou a implementar um projeto de regionalização da programação (Fabbri Júnior, 2006). Foi nessa mesma década que foi criado o Projeto de Desenvolvimento do Telejornalismo da Afiliadas. O objetivo era minimizar as “distorções entre diferentes regiões do Brasil e criar um padrão de qualidade no telejornalismo de todas as emissoras da Rede Globo” (Memória Globo, 2004, p. 123).

No final da década anterior, a Globo já havia começado a investir no noticiário local, com a criação do Bom Dia São Paulo, em 18 de abril de 1977 (Memória Globo, 2023a). O jornal foi o primeiro informativo local matutino produzido pela emissora.

Apostava em um jornalismo dinâmico, com noticiário local, prestação de serviços, entradas ao vivo a partir de diferentes pontos da cidade e entrevistas em tom descontraído, para formar um público cativo na faixa de horário que ocupava, considerada difícil para o telejornalismo até então. O Bom Dia São Paulo deu origem a telejornais similares em outros estados (Memória Globo, 2023a).

Além das notícias locais, com ênfase nos problemas da comunidade, o telejornal buscava a prestação de serviços com informações sobre o trânsito e a previsão do tempo. Por se tratar de uma iniciativa pioneira, nesse início, o Bom Dia São Paulo servia para treinar e dar visibilidade a profissionais em início de carreira (Memória Globo, 2023a). Luiz Fernando Mercadante (apud Kneipp, 2021), jornalista responsável pela implantação do telejornal, explica como foi essa formação inicial da equipe do informativo.

Encontrei lá uns bons profissionais, isso é verdade, e levei melhores ainda. De repente tinha um grande grupo, um bom grupo. Por exemplo, para chefe de reportagem da TV Globo aqui em São Paulo, o Dante Matusse, que é uma pessoa mais ou menos conhecida, e levei duas dezenas de jornalistas de bom nome (Mercadante apud Kneipp, 2021, p. 78).

No entanto, foi no início da década de 1980 que a TV Globo deu um outro passo importante para a consolidação da regionalização e padronização do telejornalismo da emissora, com a criação do SPTV. Inicialmente exibido apenas à noite, o telejornal foi ganhando mais espaço e passou também a ter uma primeira edição, veiculada ao meio-dia, e uma terceira edição, que entrava no ar logo após o Jornal da Globo (Memória Globo, 2023b). O que ampliou ainda mais o espaço na programação para as notícias locais/regionais.

O SPTV estreou em janeiro de 1983, às 19h48, com o intuito de ampliar o espaço para o jornalismo regional na grade de programação da Globo. Como seus similares em outros estados – Rio de Janeiro, Pernambuco, Minas Gerais e Distrito Federal –, o objetivo era conferir maior identidade ao noticiário local, até então incorporado aos telejornais Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo (Memória Globo, 2023b).

Com o sucesso dos telejornais locais, a TV Globo começou a disseminar o formato que era produzido em São Paulo e Rio de Janeiro para o restante do país. Com isso, as emissoras afiliadas também passaram a produzir versões locais do informativo. Uma ação que contribuiu também para replicar a linha editorial do jornalismo praticado pela emissora.

A intenção é que todos assistam, ao mesmo tempo, um conteúdo semelhante ao que está sendo exibido pelas outras emissoras afiliadas e com a mesma qualidade editorial. O diferencial é o “tempero local”, que é aquele assunto ou notícia que interessa diretamente ao telespectador por estar mais próximo. É aquela informação que afeta diretamente o cotidiano dele (Júnior, 2014, p. 27-28).

Ainda nesse projeto de regionalização da programação, no início dos anos de 1990, a TV Globo criou o São Paulo Já. Amauri Soares (apud Kneipp, 2021, p. 370), jornalista responsável pela implantação dessa iniciativa, explica que “o telejornal Hoje, que era um telejornal de rede, deixou de ser exibido em São Paulo, para entrar o São Paulo Já. Era um momento, assim de estadualização do jornalismo em São Paulo”. O informativo era comandado por Carlos Nascimento e representava mais uma ação da emissora para ampliar ainda mais o espaço do noticiário voltado especificamente para o estado paulista.

Oliveira Filho (2021) ressalta que essa padronização dos telejornais é resultado do sistema de afiliação brasileiro, que condiciona um engessamento na grade das emissoras locais/regionais para que elas possam integrar determinada rede.

Enquanto nos Estados Unidos as estações têm liberdade para montar a grade de programação com a possibilidade de negociar compras de programas diretamente com as produtoras, sendo obrigadas a exibir apenas determinados programas da matriz, no Brasil a realidade é diferente: as afiliadas, sejam elas do SBT, RecordTV, Band e da TV Globo, precisam seguir regras estabelecidas pelas matrizes que limitam suas autonomias (Oliveira Filho, 2021, p. 140-141).

Mas essa padronização dos telejornais locais vai além da linha editorial. Segundo Bazi (2001, p. 30), “além de terem de cumprir os horários estipulados pela Rede Globo, as emissoras regionais afiliadas também precisam se enquadrar ao chamado ‘Padrão Globo de Qualidade’, ou seja, todas as emissoras devem seguir os padrões técnicos, visuais e operacionais da rede”. Por isso, esse projeto de regionalização também proporcionou que grandes investimentos na modernização tecnológica fossem realizados nas emissoras da rede. Na década de 1990, a Globo investiu na compra de equipamentos de transmissão para as afiliadas. “A afiliada, TV Bahia, instalou novas torres de transmissão com investimentos na ordem de US\$ 300 mil. A TV Cabugi, no Rio Grande do Norte, passou a operar no sistema Betacam e construiu a nova sede da emissora, em 1997, com um total aplicado de R\$ 3 milhões” (Bazi, 2001, p. 25).

Para Aires e Santos (2017) a criação de um padrão de qualidade está diretamente ligada ao universo identitário. Afinal, acaba por se transformar em uma barreira para os concorrentes, uma vez que contribui para a formação de um conjunto de valores.

No cenário brasileiro, o padrão tecnoestético associado ao Grupo Globo e, subsequentemente, ao seu Padrão Globo de Qualidade, funciona como barreira à entrada justamente pela existência de um público já formado, já educado, para o consumo de produtos culturais, especialmente teledramaturgia, facilmente identificáveis com a emissora aberta TV Globo (Aires; Santos, 2017, p. 78).

Nas outras redes de televisão, a regionalização aconteceu de forma mais livre e sem padronização de formato e horários, com a criação de edições locais de programas que eram sucesso de audiência nacionalmente. Um exemplo disso foi a primeira versão do *Aqui Agora*, produzido pelo SBT entre 1991 e 1997 (Roxo, 2010). O nome era o mesmo de um programa de variedades veiculado pela extinta TV Tupi. No entanto, agora a atração apresentava um formato policial, inspirado em um telejornal popular da Argentina.

Esse programa surgiu em meio a uma reformulação do Departamento de Jornalismo do SBT, onde se buscava investir em produções que pudessem dar maior credibilidade à emissora e, conseqüentemente, atrair mais anunciantes das principais empresas do país (Roxo, 2010). Para isso, de acordo com Soares (apud Kneipp, 2021), a estratégia era utilizar uma linguagem menos formal, mais popular e espontânea, sem texto decorado.

A mudança de formato era uma coisa muito interessante, porque era uma coisa muito diferente do que se fazia no Brasil. Era menos formal, era uma coisa menos editada, era uma coisa menos roteirizada, era um formato muito mais solto, plano-sequência, câmera na mão, as pessoas falando, e abordando temas que normalmente o telejornalismo naquele momento não abordava, como aposentadoria, direitos do consumidor. Tudo aquilo era muito novo, no noticiário dos telejornais (Soares apud Kneipp, 2021, p. 371).

Outro diferencial dessa produção em relação a outras já realizadas pela emissora era ter a equipe formada por renomados profissionais do telejornalismo. “Diferentemente de “*O Povo na TV*”, híbrido entre programa de auditório e jornalismo comandado por um não jornalista, “*Aqui Agora*” foi pensado e elaborado por jornalistas profissionais” (Roxo, 2010, p. 189).

A estratégia do SBT era concorrer diretamente com a TV Globo e aumentar os números de audiência. Em pouco tempo, o estilo do programa caiu no gosto dos telespectadores e “em apenas um mês atingiu 16 de média e nunca mais obteve menos que isso” (Ricco; Vannucci, 2017, p. 34). A atração era exibida às 18h30 e concorria diretamente com o “*SPTV 2ª edição*”, que frequentemente ficava em segundo lugar.

Nas emissoras afiliadas, as versões locais foram sendo criadas livremente, sem imposição de horário e formato fechado pela rede. Mesmo sem uma padronização, muitos dos telejornais produzidos localmente conseguiram alcançar resultados semelhantes à edição

nacional. Para isso, utilizam a mesma linguagem e estratégias de produção da notícia, investindo em temas policiais e comunitários (Ricco; Vannucci, 2017).

Na Record TV, os investimentos em programação regional foram intensificados apenas na década de 2000, como forma de padronizar as produções jornalísticas e conquistar mais audiência, além de aumentar a competitividade em relação aos concorrentes, especialmente a TV Globo. Em 2005, a emissora elaborou um manual de telejornalismo e em 2007 definiu normas para as emissoras regionais, que iam da pauta, reportagem e edição até os figurinos e geradores de caracteres dos programas (Aires; Santos, 2017).

Com isso, os telejornais locais passaram a reproduzir os padrões gráficos, cenográficos e editoriais estabelecidos pela direção de jornalismo da rede nacional de televisão. “As normas buscam consolidar no regional um “jornal elétrico”, com edição ágil de matérias, sonoras curtas e efeitos de sonoplastia; a essência da produção regional da Record TV é o jornalismo policial” (Aires; Santos, 2017, p. 150).

Nessa perspectiva de regionalização, a Record passou a investir em edições locais de programas nacionais. Foi o caso do Balanço Geral, que entrou no ar em 2004 (Ricco; Vannucci, 2017). Com o sucesso de audiência alcançado pelo formato que mistura jornalismo comunitário e entretenimento, a rede passou a incentivar a produção de versões regionalizadas da atração nas afiliadas, com edições pela manhã e ao meio-dia (Record TV, 2023b). O mesmo aconteceu com o Cidade Alerta, programa policial criado em 1995, que inicialmente era transmitido apenas para São Paulo e depois passou a ser exibido para todo o país, que em seguida também começou a ter edições locais (Ricco; Vannucci, 2017).

O foco no regional e a liberdade de abordagem permitiram que nas praças locais, os telejornais do meio-dia fossem os campeões de audiência. As derrotas provocadas na principal concorrente motivaram mudanças significativas no Padrão Globo de Jornalismo em 2007. No telejornalismo da Rede Globo e de suas afiliadas, foram introduzidas alterações que ampliaram o espaço para o “jornalismo de serviços” (Aires; Santos, 2017, p. 150).

Na TV Bandeirantes, as emissoras locais/regionais não seguem uma padronização na programação. Os horários são disponibilizados pela rede e cada uma produz os próprios programas, de acordo com suas estruturas e estratégias. No entanto, ao longo da trajetória da empresa, é possível observar iniciativas que contribuíram para a regionalização do conteúdo.

Em 2019, foi criado o Bora São Paulo, um telejornal local voltado para a população da Região Metropolitana de São Paulo. No mesmo ano, a iniciativa foi ganhando espaço em outros estados, como Minas Gerais e Paraná. Em 2020, a produção ganhou mais versões regionais e uma edição nacional, o Bora Brasil (Band, 2023b).

Outra produção da Band que ganhou versões locais foi o Brasil Urgente, programa policial criado em 2001 e, na época, apresentado pelo jornalista Roberto Cabrini (Ricco; Vannucci, 2017). Em algumas emissoras da rede, o jornalístico ganhou versões exibidas de forma local ou regional, como é o caso do Nordeste Urgente produzido pela Band RN (Band, 2023b). Tanto as edições locais do Brasil Urgente como do Bora Brasil não são obrigatórias para as afiliadas nem seguem uma faixa horária ou formato padronizados.

Com a necessidade de ampliação do sinal, de competitividade e de estratégia comercial regional, algumas redes de TV precisaram investir em emissoras geradoras próprias, como observamos no Quadro 9, elaborado a partir dos atlas de cobertura dessas empresas<sup>2</sup>.

**Quadro 9 – Emissoras próprias das maiores redes de televisão do Brasil**

<b>Rede</b>	<b>Emissoras próprias</b>
Band	22
Record	15
SBT	9
Globo	5

Elaborado pelo autor com base nos mapas de cobertura das emissoras (2023)

Apesar de ser a rede nacional com a maior quantidade de emissoras afiliadas, a Globo possui apenas cinco geradoras próprias, que ficam localizadas nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Brasília e Recife (Rede Globo, 2023). De acordo com Aires e Santos (2017, p. 60), isso se explica pelo fato de o “modelo brasileiro de distribuição da programação televisiva através de empresas afiliada faz com que as grandes redes não sejam grandes proprietárias de veículos de comunicação”.

A Rede Bandeirantes é a que tem o maior número de canais considerados próprios. São 22 emissoras que retransmitem a programação da emissora paulista e também ficam responsáveis por produzir conteúdo regional pelo país (Band, 2023a). Em seguida, vem a Record TV com 15 emissoras (Record TV, 2023). O SBT também investiu em emissoras próprias e possui 9 no total, a maioria no interior do estado de São Paulo (SBT, 2023).

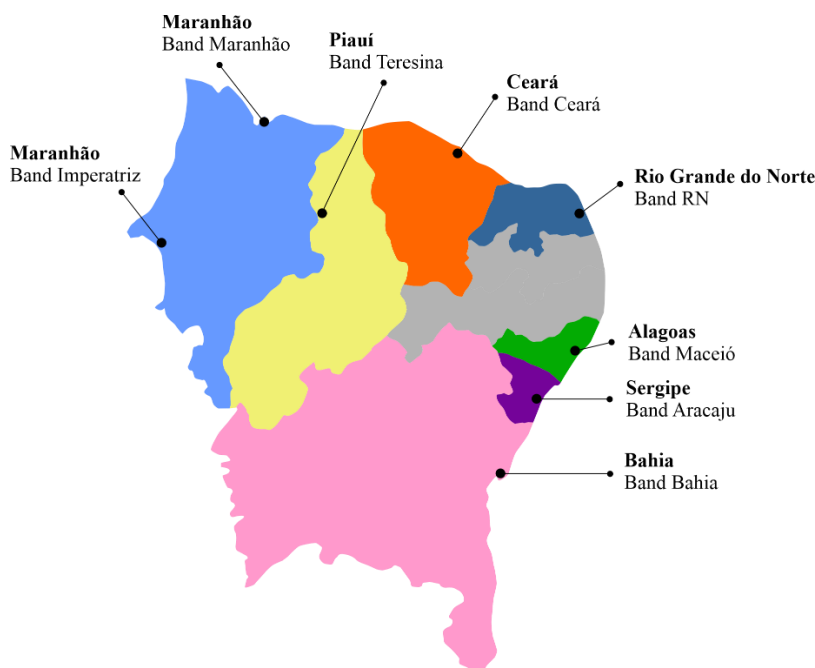
---

<sup>2</sup> Foram consideradas como emissoras próprias as geradoras que possuem o nome da rede nacional de televisão e que tem o grupo como único proprietário ou como um dos acionistas. Por isso, nos atlas de cobertura dessas redes são descritas pela empresa como canais próprios. No entanto, é importante destacar que de acordo com o Decreto-lei 236/1967, cada empresa ou entidade só pode ter a concessão de até 10 estações radiodifusoras em todo território nacional, sendo no máximo 5 em VHF e 2 por Estado (Planalto, 1967).

Os investimentos da Band em emissoras próprias aconteceram devido a necessidade de fazer o sinal chegar a todos os estados, especialmente do Nordeste, uma vez que em alguns deles não existiam afiliadas. Na região nordestina, a primeira oportunidade de adquirir um canal próprio surgiu em 2007, quando parte da TV Potengi do Rio Grande do Norte, que enfrentava dificuldades financeiras, foi vendida para o Grupo Bandeirantes de Comunicação (Fernandes; Santos, 2017). Em seguida, a rede paulista assumiu o controle total da afiliada, que passou a se chamar Band Natal e, posteriormente, Band RN.

A partir desse momento, o Grupo Bandeirantes passou a investir ainda mais na região. Não apenas na expansão do sinal, mas também na criação de uma identidade da emissora paulista com o Nordeste brasileiro, conforme o Mapa 6. Um exemplo disso é a nomenclatura que os canais nordestinos recebem, sempre unindo o nome da Band ao do estado ou cidade onde está presente, como nos estados do Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Alagoas, Sergipe e Bahia (Band, 2022a).

**Mapa 6 – Emissoras da Band no Nordeste**



Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022b)

Como já constatado, a Record TV é a segunda maior rede nacional com geradoras próprias. Em grande parte, esses canais já foram emissoras afiliadas a outras redes, mas após serem vendidas passaram a integrar o grupo paulista, que também optou pela mudança dos nomes, incorporando a marca da rede nacional.

Segundo Aires e Santos (2017), no caso da Record TV, os investimentos em geradoras próprias vão além do desenvolvimento comercial do grupo midiático. Por estarem diretamente ligadas à Igreja Universal do Reino de Deus, comandada pelo bispo Edir Macêdo, também sócio majoritário da rede televisiva, a compra de novas TVs segue um projeto de expansão da denominação religiosa pelo país. “A rede associativa propiciada pela posse dos meios de comunicação e pela produção e controle da informação é fundamental para o projeto de comunicação da IURD e diretamente responsável pela rápida expansão da entidade nacionalmente” (Aires; Santos, 2017, p. 109).

Aires e Santos (2017) reforçam essa afirmação analisando a propriedade das emissoras que formam a Rede Record de Televisão. De acordo com dados do Sistema de Controle de Acionistas e Societários da ANATEL, o quadro de sócios tem “além do bispo Edir Macedo e sua esposa, 17 outros bispos ligados à Igreja Universal do Reino de Deus que se dividem na sociedade de 20 empresas de televisão” (Aires; Santos, 2017, p. 133). O que comprova que, além de ser ideologicamente viável, é um negócio bem articulado e financeiramente vantajoso para quem participa do grupo.

Outro fator que contribuiu para que o conteúdo local/regional ganhasse mais espaço na grade de programação das redes de TV foram as melhorias do sinal, da imagem e do som, proporcionadas pela implantação da TV Digital no Brasil. Afinal, a qualidade técnica sempre foi uma das preocupações dos grupos de televisão, especialmente da TV Globo. “Não adianta falar em TV regional se ela for mal iluminada, não tiver boa imagem (sem aqueles “chuviscos”), boa qualidade de áudio” (Bazi, 2001, p. 24).

A inauguração oficial do sinal digital no Brasil aconteceu no dia 2 de dezembro de 2007, em São Paulo (Mattos, 2010a). Inicialmente, os canais entraram no ar apenas na capital paulista, mas em seguida foram expandidos para outros estados. Com a implementação da TV Digital no país, “os grupos de mídia intensificaram os investimentos em equipamentos e deram início ao processo de transição tecnológica, que envolvia não apenas a implantação dos canais digitais como também o desligamento do sinal analógico e a reformulação total do parque tecnológico para o digital” (Sales Júnior; Kneipp, 2022c, p. 1).

O processo de digitalização do sinal de TV aconteceu, inicialmente, no período que Mattos (2010a) denomina de Fase da convergência e qualidade digital, entre os anos 2000 e 2010. Foi nesse momento da trajetória da televisão brasileira que observamos mudanças no formato dos televisores, as imagens passaram a ser transmitidas em alta definição e as possibilidades de interação com outras mídias se tornaram possível. “Ao longo dessa primeira

década, a telinha que estávamos acostumados a ver todas as noites passou a ter um formato diferente: ela passou a ter tela de plasma e os aparelhos podem ser colocados sobre uma mesa ou pendurados na parede como se fossem um quadro” (Mattos, 2010a, p. 160).

A transição do sinal analógico para o digital seguiu por outro período chamado de Fase da portabilidade, mobilidade e interatividade, iniciado em 2010 e que segue até os dias atuais (Mattos, 2010a). Portanto, nesses dois períodos da trajetória da TV brasileira, as pessoas presenciaram o início dos estudos sobre a TV Digital, acompanharam as discussões e definições técnicas, viram ser feitas as regulamentações legais e a criação do Sistema Brasileiro de TV Digital Terrestre, baseado no modelo japonês. “Este modelo de transmissão digital foi escolhido porque segundo o governo oferecia custos mais baixos e maior facilidade na transferência de tecnologia e mobilidade” (Mattos, 2010a, p. 172).

Cannito (2010) destaca que esse processo de desenvolvimento do modelo de TV Digital a ser implantado no Brasil envolveu muitas negociações, pesquisas e testes para que então pudesse entrar em operação.

Para o desenvolvimento do SBTVD, o governo federal incentivou pesquisas em várias universidades nacionais. No desenrolar do trabalho, os pesquisadores brasileiros mantiveram contato com os desenvolvedores de outros padrões e sistemas, o que atendia também aos interesses de empresas nacionais que continuavam temendo o isolamento. Gradativamente percebeu-se que, apesar da necessidade de adaptação da tecnologia ao mercado brasileiro, o ideal seria manter a compatibilidade – se não de equipamentos pelo menos de componentes (Cannito, 2010, p. 95-96).

No Nordeste, a primeira emissora a inaugurar um canal digital foi a TV Bahia, em 1º de dezembro de 2008 (Rede Bahia, 2008). No ano seguinte, mais cinco estados nordestinos passaram a ter sinal digital sendo transmitido. O processo de implantação dos primeiros canais digitais seguiu no ano seguinte pelos demais estados nordestinos, conforme observamos no Quadro 10 (Sales Júnior; Kneipp, 2022c).

**Quadro 10 – Emissoras pioneiras da TV Digital no Nordeste**

<b>Estado</b>	<b>Emissora</b>	<b>Inauguração do canal digital em:</b>
BA	TV Bahia	1º de dezembro de 2008
SE	TV Atalaia	22 de janeiro de 2009
PI	TV Cidade Verde	23 de março de 2009
PE	TV Jornal	16 de abril de 2009
CE	TV Verdes Mares	11 de maio de 2009
PB	TV Cabo Branco	6 de julho de 2009

RN	Inter TV Cabugi	22 de março de 2010
MA	TV Mirante	3 de maio de 2010
AL	TV Gazeta	29 de novembro de 2010

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022c)

Após a inauguração dos primeiros canais digitais, o processo de digitalização da televisão brasileira contou ainda com mais duas etapas (Sales Júnior; Kneipp, 2020). Uma foi a implementação do sistema de alta definição (HDTV), quando a imagem e o som ganharam ainda mais qualidade do ponto de vista técnico. Bolaño e Brittos (2007) explicam os ganhos que a televisão teve com a adoção desse tipo de modelo.

A televisão de alta definição, a *high definition television* (HDTV), é um modelo que permite uma melhora significativa da qualidade de imagem, fornecendo detalhes mais visíveis, com resolução superior a 700 linhas, numa tela larga, mais horizontal, 16:9, próxima do formato cinematográfico, enquanto a convencional trabalha com a proporção 4:3 (Bolaño; Brittos, 2007, p. 96).

O outro momento desse processo de transição tecnológica foi o desligamento dos canais analógicos, que seguiu um cronograma estabelecido pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), começando pelas principais regiões metropolitanas brasileiras e observando o índice de digitalização alcançado por cada uma delas.

As emissoras precisaram fazer altos investimentos em equipamentos, ao mesmo tempo que buscavam atender os prazos estabelecidos pelas Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Algumas conseguiram sair na frente e inaugurar o canal digital nos primeiros anos de TV Digital no Brasil. Outras, só conseguiram fazer a mudança em cima da data de encerramentos das transmissões analógicas (Sales Júnior; Kneipp, 2020, p. 44).

A melhoria na qualidade técnica das emissoras locais/regionais contribuiu para que as redes nacionais de televisão fossem abrindo cada vez mais espaço para as produções locais. Afinal, com a nova tecnologia todas as emissoras passaram a ter sistemas de imagem e áudio semelhantes para a transmissão de suas programações. O que possibilita manter um padrão dentro de um grupo, mesmo sendo composto por empresas diferentes, com estruturas e profissionais variados.

Os estudos feitos na atualidade apontam uma tendência de que as emissoras investirão cada vez mais nesse tipo de produção regionalizada. O que nem sempre será acompanhado de mais investimentos de recursos e pessoal, nem por parte da rede de TV nem das afiliadas. No entanto, programas locais devem ainda mais frequentes, criando laços mais próximos com os telespectadores, que buscam se ver ainda mais representados na televisão, de

forma criativa para driblar a falta de investimentos em recursos e pessoal (Sales Júnior; Kneipp, 2021, p. 14).

Além de abrir mais espaços na grade de programação, os brasileiros podem observar um aumento no tempo destinado aos programas locais. O Bom Dia Praça, veiculado pelas emissoras que formam a Rede Globo, é um exemplo disso. De acordo com levantamento realizado por Sales Júnior e Kneipp (2021), entre 2000 e 2020, o tempo de duração do informativo matinal aumentou seis vezes, passando de 30 minutos para duas horas e meia. Com isso, o telejornalismo regional passou a ter mais tempo para as notícias locais e prestação de serviço, como é possível observar no Quadro 11.

**Quadro 11 – Mudanças de horário e tempo do Bom Dia Praça**

<b>Data</b>	<b>Horário</b>	<b>Duração</b>
Entre janeiro 2000 e 4 de janeiro de 2002	Das 6h45 às 7h15	30 minutos
A partir de 7 de janeiro de 2002	Das 6h30 às 7h15	45 minutos
A partir de 10 de dezembro de 2007	Das 6h25 às 7h15	50 minutos
A partir de 6 de dezembro de 2010	Das 6h30 às 7h30	60 minutos
A partir de 1º de dezembro de 2014	Das 6h às 7h30	90 minutos
A partir de 21 de janeiro de 2019	Das 6h às 8h	120 minutos
A partir de 16 de março de 2020	Das 6h às 8h30	150 minutos

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2021)

O primeiro aumento de tempo significativo ocorreu em 2014, quando o telejornal passou a ter meia hora a mais de espaço na programação. Em 2019, a Globo alegou estar investindo em um processo de regionalização, oferecendo mais espaço na programação local matinal, graças ao reconhecimento do público ao jornalismo local produzido pela emissora (Sales Júnior; Kneipp, 2021). E em 2020, o motivo da alteração no horário e aumento da duração foi a Pandemia da Covid-19. Com o avanço do vírus e cada vez mais pessoas infectadas, a Globo decidiu ampliar a cobertura local, dando mais tempo para o jornalismo na programação da manhã (Sales Júnior; Kneipp, 2021). Para isso, alguns programas foram retirados do ar temporariamente, o que possibilitou abrir mais espaço para as afiliadas.

Em 20 anos foram verificadas diferentes alterações tanto no horário quanto na duração do telejornal. O que evidencia a regionalização como ponto estratégico para a busca pelo aumento da audiência, por mais vendas de espaços publicitários e para tentar criar uma identificação maior do público com o que está sendo veiculado diariamente (Sales Júnior; Kneipp, 2021, p. 13-14).

Ao analisar a trajetória da televisão e a regionalização da programação no Brasil, é possível verificar que foi um processo longo e que ocorreu em períodos distintos, com grande influência política, principalmente de grupos locais e regionais, com o objetivo de ampliar suas bases eleitorais e a influência em determinadas regiões do país. O Nordeste é um exemplo disso, onde observamos a formação de redes regionais, que englobam emissoras de TV, mas também estações de rádio, jornais e portais de notícias. Uma situação que comprova a concentração das empresas de mídia como propriedade de grupos com interesses políticos.

Observa-se ainda que esse processo ocorreu como consequência de outros fatores, como o desenvolvimento tecnológico da televisão, os investimentos na infraestrutura das telecomunicações, a regulamentação legal da radiodifusão brasileira, a profissionalização das empresas de mídia e a implementação de novas práticas produtivas nas emissoras de televisão ao longo dos anos. Foram avanços importantes que contribuíram para a configuração das emissoras, da programação e do sistema televisivo brasileiro em geral. Portanto, foram momentos relevantes que nos ajudam a compreender as mudanças e transformações pelas quais passou o ecossistema televisivo no Brasil, nas últimas décadas.

### 3 UMA ECOLOGIA DA TELEVISÃO REGIONAL

Ao analisar a trajetória da televisão, levando em consideração a forma de produção, distribuição e consumo do conteúdo, é possível identificar pelo menos três fases de desenvolvimento desse veículo de comunicação. A primeira é mais conhecida como a Era do *Broadcasting* (Buonanno, 2016), mas também recebe outras nomenclaturas como Era da rede (Lotz, 2007), Era da escassez (Ellis, 2000) e paleotelevisão (Eco, 1984). Todas elas fazem referência a um período da televisão caracterizado pela programação transmitida de forma linear, em que todos recebiam os mesmos conteúdos ao mesmo tempo, com poucas opções de produções televisivas e acesso limitado ao momento da exibição.

Em uma segunda fase, verifica-se a chegada da TV por assinatura e dos serviços de transmissão via satélite. Com isso, a televisão brasileira passou a contar com o modelo *Narrowcasting* (Buonanno, 2016), também denominado de TV segmentada (Wolton, 1996), Era da disponibilidade (Ellis, 2000) e *Neotelevisão* (Eco, 1984). É nesse período que o conteúdo televisivo deixou de ser apenas generalista e passou também a ser também especializado, contribuindo para uma diversidade na oferta de canais. Uma mudança que deu aos telespectadores mais opções na escolha do que assistir, personalizando a programação.

O surgimento de um ambiente caracterizado pela convergência das mídias, com a hibridização da televisão com a internet, deu origem a uma terceira fase da televisão. Por ser um processo ainda em construção, esse período está sendo denominado de diversas formas: Pós-rede (Lotz, 2007), Pós-broadcasting (Buonanno, 2016), Era da abundância (Ellis, 2000), Fase que vem depois da TV (Spigel, 2014), *Webcasting* (Villanueva, 2011), Pós-TV (Carlón, 2014); *Hipertelevisão* (Scolari, 2014); entre outros. Todas essas expressões fazem referência a uma televisão construída com uma abordagem multiplataforma, podendo ser acessada por diferentes dispositivos e não apenas pelo tradicional televisor.

Partindo dessa visão geral do desenvolvimento tecnológico da televisão, neste capítulo serão analisadas as mudanças no ecossistema televisivo, nos últimos anos, buscando identificar a ecologia da TV regional, com foco nas novas práticas sociais e nos atores envolvidos nesse processo. Além disso, serão discutidos teoricamente as principais características, o papel dessa televisão regionalizada no sistema midiático brasileiro e os territórios ocupados pelas emissoras locais/regionais. Um estudo que busca discutir e ampliar o conceito sobre o que vem a ser a TV regional no Rio Grande do Norte e como se configura esse ambiente midiático no estado.

### 3.1 O ECOSSISTEMA TELEVISIVO NA CONTEMPORANEIDADE

O período atual pelo qual passa a televisão é caracterizado pelas mudanças nos dispositivos midiáticos, nos modelos discursivos e nas práticas sociais de produção e recepção, onde se verifica um novo modelo televisivo, que segue se estabilizando e afetando diretamente as principais modalidades de circulação discursiva da era pós sistema de meios massivos. Para Carlón (2014), essas são algumas transformações que nos ajudam a compreender melhor a fase que ele e outros pesquisadores denominam de pós-TV.

Os sintomas da situação pós-TV são vários. Alguns deles são gerais, como o fenômeno que chamamos de “televisão expandida”, que afeta a presença da Instituição Emissora do nível da midiática. Outros, como aqueles evidentes no nível de programação, manifestam-se de modo particular em diferentes países (Carlón, 2014, p. 18).

Cannito (2010) acredita que nesse período que a televisão vive no momento é chamado por muitos de pós-TV por causa do aperfeiçoamento da forma de distribuição, alternando a gravação ao vivo com a transmissão em tempo real (de material previamente editado). “Além disso, a convergência de mídias proporcionada pela tecnologia digital permite que o mesmo objeto cultural seja exibido em várias mídias e de várias formas. A definição de uma interface em função de outra se torna mais difícil, menos técnica e mais cultural” (Cannito, 2010, p. 71).

Essa nova televisão agrega outros pontos que devem ser levados em consideração quando buscamos identificar os principais elementos que a configura na atualidade. Scolari (2014) cita algumas características da *hipertelevisão*, assim denominada por ele, como: a multiplicidade de programas narrativos; a fragmentação da tela, que passa a contar com vários espaços a serem explorados; a aceleração da história, para otimizar o tempo e ir direto ao ponto; as narrativas em tempo real, buscando passar a ideia de instantaneidade; expansão narrativa, utilizando estratégias transmídia, com a integração do conteúdo com outros produzidos por outras mídias. “Os programas da *hipertelevisão* adaptam-se a um ecossistema midiático no qual as redes e interações ocupam um lugar privilegiado e adotam algumas das características relevantes das novas mídias” (Scolari, 2014, p. 45).

Esses elementos que configuram a *hipertelevisão* também se tornam estratégias para que a TV possa também falar para os nativos digitais, atraindo-os para o ambiente televisivo modernizado. Scolari (2014) explica que isso é feito simulando as experiências interativas e hipertextuais que fazem parte do repertório dos novos telespectadores. Ou seja:

Construindo um telespectador modelo que deve colocar em jogo todas as suas competências narrativas, perceptivas e cognitivas para interpretar um produto textual cada vez mais atomizado, multitela, transmídia, carregado de personagens que conduzem uma complexa trama de programas narrativos (Scolari, 2014, p. 50).

Nessa convergência das mídias digitais com as tradicionais, acredita-se que a TV se desenvolveu e busca continuar como um veículo ativo, atual e dinâmico num mundo cada vez mais conectado (Jost, 2011). Para Miller (2014), a televisão está mais diversificada, popular, poderosa e inovadora do que nunca. Becker (2016) destaca que ao conquistar um espaço social e cultural na sociedade contemporânea, “a TV se mantém e se expande no ambiente midiático virtual e atua de maneira convergente e divergente ao mesmo tempo, convidando ao trânsito, mas também congregando conteúdos e estabilizando-os sob uma grade de programação, atuando como mídia massiva e como meio digital” (Becker, 2016, p. 59).

Esses pensamentos vão de encontro aos estudos realizados por Williams (2016), que define a televisão contemporânea como resultado de uma mudança social, que já ocorreu ou está prestes a ocorrer, ou como um elemento presente nesse contexto. “Em contraste com o puro determinismo tecnológico, esse ponto de vista salienta outros fatores causais na mudança social. Qualquer tecnologia específica é, portanto, subproduto de um processo social determinado por outras circunstâncias” (Williams, 2016, p. 26-27).

Sobre as alterações observadas na mídia televisiva, Jenkins (2008, p. 36) ressalta que “as novas tecnologias midiáticas permitiram que o mesmo conteúdo fluísse por vários canais diferentes e assumisse formas distintas no ponto de recepção”. Esse redirecionamento do fluxo televisivo também contribuiu para um deslocamento na experiência do ato de ver TV. “A maior mudança talvez seja a substituição do consumo individualizado e personalizado pelo consumo como prática interligada em rede” (Jenkins, 2008, p. 312).

Castells (2015, p. 70) concebe que estamos vivendo em uma sociedade conectada, que se constitui “em torno das redes ativadas pelas tecnologias de comunicação social e de informação processadas digitalmente e baseadas na microeletrônica”. O autor explica ainda que as estruturas sociais, construídas por essas redes, são caracterizadas como “arranjos organizacionais de seres humanos em relações de produção, consumo, reprodução, experiência e poder, expressos em comunicação significativa codificada pela cultura” (Castells, 2015, p. 70-71). Partindo desses pensamentos do autor, é possível verificar uma nova ecologia midiática, configurada a partir das redes digitais, em que as pessoas se encontram cada vez mais conectadas, tanto do ponto de vista tecnológico quanto sociocultural.

Por isso, Castells (2015) identifica também a construção de uma nova esfera pública dessa sociedade interligada por redes. Nesse processo de contínuas transformações, a cultura é fragmentada e integrada a ações comunicacionais, construídas por meio de protocolos de comunicação. O pesquisador explica que esses protocolos são “as práticas e suas plataformas organizacionais de apoio que fazem com que o compartilhamento de sentido seja possível entre os campos culturais da sociedade global em rede (consumismo, individualismo em rede, cosmopolitismo e multiculturalismo)” (Castells, 2015, p. 179). A partir desse conceito, percebemos que tais procedimentos são baseados na cultura do compartilhamento.

Eles são construídos nas mentes das pessoas por meio da interação entre múltiplos pontos de conexão no sistema em suas múltiplas tarefas comunicativas. Assim, a chamada audiência está na origem do processo de mudança cultural, invertendo sua dependência histórica na mídia durante a era da comunicação de massa (Castells, 2015, p. 180).

Nesse contexto, de acordo com Fachine (2014), verificamos o desprendimento do fluxo televisual para outros meios. O que implicou em novos modos de produção de sentidos pela sociedade na qual a televisão está inserida. A multiplicidade de telas, a fragmentação das audiências e as inúmeras plataformas que o público tem à disposição criaram novas formas de consumo do produto televisivo, que agora pode ser visto de forma assíncrona e personalizada. “A possibilidade de acessar conteúdos em outras plataformas, quando e onde quiser, permite agora ao espectador assistir a programas completos e seus fragmentos deslocados da programação, “montando”, assim, sua própria grade” (Fachine, 2014, p. 115).

No entanto, esse processo de transformações, com novas formas de produzir e assistir TV e novas linguagens, não significa que o conteúdo se transformará em algo que é transmitido, postado ou veiculado por outros meios, perdendo assim as características originais. “Em vez de se tornar “mais cinema”, “mais internet” ou “mais celular”, a televisão será mais televisão. Acredito que a televisão que está surgindo trabalhará com formatos que potencializarão digitalmente os procedimentos já existentes no modelo analógico” (Cannito, 2010, p. 27).

Wolf (2015, p. 101) segue nessa linha de pensamento ao afirmar que a convergência digital se concretiza ao levar “mais televisão para a sua televisão” e não apenas levar a computação para a TV. França (2009, p. 28) destaca que “a televisão – e isto desde seu início – se modifica continuamente; modifica-se acompanhando mudanças tecnológicas e sociais mais amplas, e ainda conforme a dinâmica cultural de cada sociedade. Buscando dar conta de uma abordagem e uma classificação global da televisão”.

Nesse sentido, observamos que o conceito do que é televisão na contemporaneidade foi modificado. Deixou de ser apenas o conteúdo produzido e transmitido para aparelhos televisores tradicionais. Agora, os conteúdos podem ser acessados por meio de computadores, celulares e outras plataformas, que estejam à disposição do telespectador. Jost (2007) observa que com a fragmentação do público, a multiplicidade de opções de aparelhos presentes nos lares domésticos e a mobilidade que temos agora para assistir TV comprovam um aumento da extensão do poder da televisão em nos acompanhar nas atividades cotidianas.

Considerando esse novo ecossistema midiático, Cannito (2010, p. 39) afirma que “a televisão é, além de um aparelho, um tipo de conteúdo”. Nesse contexto, e a partir dessa constatação, é possível perceber também uma mudança nas demandas sociais, vindas dos telespectadores. “O público de televisão quer consumir conteúdos televisivos agradáveis e diversificados. Ele não se preocupa com a tecnologia em si mesma, mas sim com a melhoria dos conteúdos e com a facilidade de acessá-los” (Cannito, 2010, p. 16).

Miller (2009, p. 18) acrescenta que, nessa nova organização, a TV perdeu lugar, tanto na disposição física quanto na ordem da vida cotidiana, e que “todos devemos dar boas-vindas ao mundo pós-televisão, onde os duplos monopólios foram rompidos – o objeto físico não domina mais, nem o seu modelo de produção unidirecional”. Bressan Junior (2019, p. 38-39) também analisa essas mudanças no espaço físico ocupado pela televisão ao constatar que a “TV nasce com a adaptação de algumas formas já utilizadas no rádio e no cinema. Primeiro, modifica a estrutura interna de nossos lares. Os sofás são colocados à sua volta e mais tarde a levamos para outros cômodos. Não assistimos mais à programação somente na sala e em família”.

Na realidade atual, verificamos que as telas da TV se multiplicaram para fora das casas. Estão presentes em lojas, dentro dos ônibus, nos supermercados, nas estações de metrô e nos aeroportos, além de praças e outros espaços públicos. O que confirma que os locais onde as telas podem ser visualizadas se expandiram. Diante dessa nova forma de experiência, Orozco (2014, p. 111) acredita que “haverá diversos tipos de TV, não apenas os conhecidos atualmente, mas haverá mais audiências que estarão mais tempo ao redor das telas”. O autor aposta que teremos, simultaneamente, muito mais opções de televisão e de audiências.

Diante disso, Miller (2009) acredita que pensar a internet e a televisão como opositoras não parece ser um caminho sensato, uma vez que a tecnologia digital se apresenta como mais uma forma de enviar e receber a TV. O que a torna mais, e não menos, popular.

Historicamente, é verdade que a maioria das novas mídias suplantou as anteriores como órgãos centrais de autoridade e lazer. Pense na literatura versus a retórica, o cinema versus o teatro, o rádio versus a música de

orquestra. Mas a televisão é uma mistura de todas elas, um armazém cultural. E que continua crescendo (Miller, 2009, p. 19).

França (2009, p. 28) corrobora com esse pensamento ao explicar que “a experiência histórica vem mostrando que novos meios não vêm substituir formas anteriores, mas provocar modificações e adaptações, reconfigurando continuamente o ambiente midiático de uma sociedade”. Williams (2016) complementa essa ideia ao afirmar que os meios que vão surgindo se amparam no legado deixado por seus antecessores e, com isso, vão construindo aparatos com mais recursos. Esse pensamento parte da visão de que a tecnologia da televisão é uma evolução de outras formas de comunicação anteriores a ela.

Há uma interação complexa entre a tecnologia da televisão e as formas obtidas de outros tipos de atividade cultural e social. Muitas pessoas dizem que a televisão é essencialmente uma combinação e o resultado do desenvolvimento de formas anteriores: o jornal, a reunião pública, a sala de aula, o teatro, o cinema, o estádio esportivo, os anúncios publicitários e os outdoors (Williams, 2016, p. 55).

Por isso, Cannito (2010) observa que, assim como não podemos pensar mais na construção de conteúdos que não sejam multiplataforma, não podemos conceber a ideia de que uma tecnologia continuará tendo hegemonia total sobre outra. “Esse é, aliás, um carma da televisão: a cada vez que evolui sua linguagem, até mesmo sua sintaxe e, mais recentemente, seus modelos de produção, acaba incorporando elementos de outros meios que por muitas razões se tornam preponderantes” (Cannito, 2010, p. 13).

Como podemos perceber, as transformações produzidas a partir dos avanços tecnológicos trouxeram mudanças significativas no ecossistema televisivo. O que se configura como um processo natural, tendo em vista que cada alteração no ambiente da TV afeta os organismos que fazem parte dela. Ou seja, cada novo elemento que ingressa no ecossistema midiático afeta sua totalidade. “Da mesma forma como na natureza, um ecossistema midiático é formado por organismos que coabitam em um ambiente, o ecossistema midiático é formado pelos meios de comunicação e as relações que eles estabelecem entre si e com a sociedade” (Carvalho; Barichello, 2013, p. 63).

Buscando compreender esse ecossistema midiático, fazendo um paralelo com a natureza, Canavilhas (2012) destaca a existência de duas ordens de fatores.

Os factores abióticos estão relacionados com a forma como o ambiente afecta a comunidade e, simultaneamente, como este é afectado por ela. Já nos factores bióticos inclui-se tudo o que diz respeito às relações entre populações, ou seja, à dependência existente entre elementos de uma mesma população, e entre esta e as outras populações (Canavilhas, 2012, p. 2).

A partir dessa comparação, considerando a formação de um ecossistema midiático, Canavilhas (2012, p. 3) aponta a existência de três fatores que fazem parte da estrutura desse ambiente dos meios de comunicação: “mediáticos (estudo dos meios e das suas relações), contextuais (estudo do espaço e da forma como se processam os consumos mediáticos) e tecnoambientais (estudo dos interfaces e da acção dos consumidores no ecossistema)”. No caso do presente estudo, foram analisados os dois primeiros indicadores, tendo em vista que se buscou compreender a televisão no Rio Grande do Norte e a relação entre as emissoras e com o público telespectador, além de entender os contextos em que se desenrolam essas relações.

A concepção dos meios de comunicação como elementos de um ecossistema, bem como a existência de uma Ecologia das Mídias, parte do paradigma postulado por McLuhan, nos anos de 1960, a partir da ideia de que os meios fundam ambientes culturais. Esses conceitos foram resgatados e ampliados por pesquisadores da cibercultura, a partir do interesse sobre a “aldeia global”, com o momento tecnológico que presenciamos na atualidade (Strate, Braga, Levinson, 2019). Portanto, esse pensamento ecológico da mídia parte de afirmações de McLuhan como a de que a imprensa criou uma ambiência favorável ao aparecimento da categoria de público (McLuhan, 1962) e a de que nenhum meio existe ou tem significado sozinho, mas que adquire na relação com outros (McLuhan, 1964).

Segundo Scolari (2010), os principais pressupostos desse paradigma formulado por McLuhan se apoiam em duas ideias centrais: 1) os meios de comunicação constituem um entorno que modifica nossa percepção e nossa cognição; 2) os meios são espécies que vivem em um ecossistema e estabelecem relações entre si e com os sujeitos que nele integram. Em outras palavras, segundo o autor, nós humanos é quem modelamos os instrumentos de comunicação e ao mesmo tempo somos remodelados por eles. Ele explica que a ecologia da mídia pode ser compreendida, em uma ideia básica, como a área que busca entender como as tecnologias geram ambientes que afetam os sujeitos que os utilizam (Scolari, 2015).

Para além da materialidade técnica, os meios devem ser compreendidos como ambientes culturais que, em conjunto, formam um ecossistema. Essa ideia tem origem na afirmação de McLuhan de que o meio é a mensagem. “Independentemente dos detalhes da comunicação que se estabelece nesses ambientes, utilizam-se meios que carregam e dispersam lógicas provenientes de suas características técnicas, de suas condições de produção. A partir do uso, o usuário torna-se conteúdo, e o meio torna-se mensagem, sentido e significado” (Strate, Braga, Levinson, 2019, p. 39). Ao contrário da interpretação de alguns pesquisadores de que McLuhan

valorizou o meio em detrimento da mensagem. Ou seja, a mídia é nosso ambiente e a introdução de uma nova tecnologia traz alterações para o nosso ambiente e para nós mesmos.

Em resumo, o significado desse aforismo criado por McLuhan é que as mídias têm seus próprios efeitos sobre a nossa percepção, independentemente do conteúdo ou da mensagem que está sendo transmitida. O significado das transformações está na cultura e na sociedade. “A ideia de ecossistema aplicada à mídia vem dessa formulação, pela qual as modificações em cada meio ou no ambiente interferem no conjunto e impactam também as partes que o constituem” (Carvalho; Barichello, 2013, p. 62).

Outra contribuição de McLuhan para o entendimento ecológico da mídia é a teoria tetrádica de 1988, formulada em parceria com o filho Erik (Strate, Braga, Levinson, 2019). Apesar de ser um estudo realizado há mais de três décadas, se mostra atual e útil para entendermos as condições de desenvolvimento da era digital. A teoria prevê quatro efeitos provenientes da introdução de um novo meio no contexto social.

1. a amplificação de alguns aspectos da sociedade; 2. o envelhecimento (obsolescência) de aspectos da mídia dominante antes da emergência do novo meio; 3. a proeminência de aspectos tornados obsoletos previamente; 4. a revitalização de mídia em consequência do pleno desenvolvimento do potencial do novo meio (Strate, Braga, Levinson, 2019, p. 36).

Por isso, a partir dessa teoria, compreendemos que a palavra ecologia pressupõe a investigação de ambientes, por meio das estruturas, conteúdos e o impacto que causam sobre os seres humanos que convivem com a mídia de alguma forma (Strate, Braga, Levinson, 2019). Esse ambiente midiático se constitui em um sistema de mensagens complexo, que coloca para as pessoas maneiras de pensar, sentir e se comportar.

No caso dos ambientes de mídia (por exemplo, livros, rádio, filmes, televisão, etc.), as especificações são mais frequentemente implícitas e informais, semiocultas por nossa premissa de que aquilo com que estamos lidando não é um ambiente, mas apenas uma máquina. A ecologia da mídia busca tornar estas especificações explícitas (Strate, Braga, Levinson, 2019, p. 19).

Portanto, a partir das reflexões sobre os ecossistemas midiáticos, podemos entender que cada tecnologia traz também consigo respostas a uma demanda social e, por meio dos usos e apropriações, causam diferentes tipos e níveis de impacto na sociedade e na cultura. No caso do ambiente televisivo do Rio Grande do Norte, objeto deste estudo, os contextos (histórico, socioeconômico e políticos), as práticas sociais e os atores envolvidos no processo de expansão do sinal e de diversificação das emissoras de TV se constituem como elementos importantes para que possamos compreender a configuração de uma ecologia da TV potiguar.

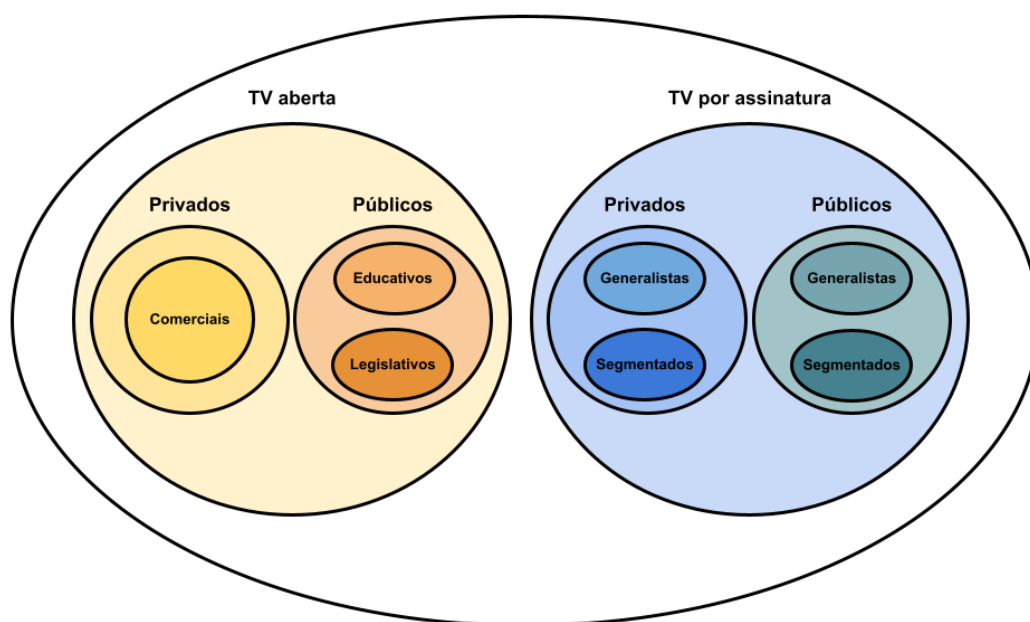
Ao longo de sua trajetória, a televisão do Rio Grande do Norte, que teve início com produções educativas por meio de um canal público, vivenciou o surgimento de novos elementos como os canais comerciais, legislativos e da TV por assinatura. O que representou momentos de ruptura, mudança e reconfiguração do ecossistema televisivo do estado. A partir disso, é possível verificar que a relação entre esses elementos contribuiu para configurar o que hoje podemos considerar como sendo uma ecologia da mídia televisiva potiguar.

A partir das discussões sobre ecologia das mídias e análise da trajetória da televisão do Rio Grande do Norte, foi possível identificar como se configura o ecossistema televisivo do estado. Um ambiente que passou por reconfigurações ao longo dos anos, apresentando pelo menos quatro momentos com características específicas de cada período da TV potiguar: 1) Quando existia apenas a televisão pública no estado, com a atuação de um canal de caráter educativo; 2) Quando surgiram as primeiras emissoras comerciais e a TV aberta potiguar passou a contar tanto com emissoras públicas quanto privadas; 3) Quando foi inserido no ecossistema o primeiro canal pago, passando a configurar um ecossistema composto por TV aberta e TV por assinatura; 4) Quando o ecossistema da televisão do Rio Grande do Norte passou a contar com canais legislativos, ampliando o ambiente da TV pública no estado. A partir desse último período, a TV potiguar permanece com a mesma configuração.

Na contemporaneidade, é possível identificar 11 emissoras produzindo e transmitindo conteúdo local/regional em sinal aberto no Rio Grande do Norte. Desse total, quatro são concessões dadas a instituições públicas, que operam canais que podem ser divididos entre legislativos e educativos, de acordo com a legislação que rege o setor de radiodifusão no Brasil. As sete concessões restantes são outorgadas a empresas privadas, que administram canais de caráter comercial (Apêndice 1). Nesse mesmo ambiente, verifica-se ainda a presença de cinco operadoras da TV por assinatura, responsáveis pela operação de canais pagos locais, que podem ser divididos entre generalistas e segmentados, de acordo com os conteúdos produzidos e exibidos por eles (Sales Júnior, 2020).

Partindo dessa análise geral dos elementos presentes no ambiente televisivo potiguar, com base nos estudos de mestrado realizados por Sales Júnior (2020), é possível identificar uma ecologia da televisão no Rio Grande do Norte, como observamos na Figura 1, onde as emissoras da TV aberta e os canais da TV por assinatura se relacionam entre si e com a sociedade na qual está inserida. Essa ecologia representa a configuração que pode ser verificada ao analisar apenas as emissoras e os canais de TV, não considerando outros elementos como canais de webTV e outras formas de disseminação do conteúdo televisivo.

**Figura 1 – Ecossistema da televisão do Rio Grande do Norte**



Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior (2020)

Ao analisar essa ecologia da mídia televisiva do Rio Grande do Norte, verifica-se que as emissoras comerciais são maioria na TV aberta do estado, seguindo o que se observa na televisão brasileira como um todo, que sempre foi ancorada na iniciativa privada, mesmo as concessões sendo consideradas um serviço público. No entanto, nesse cenário, também é possível observar o papel dos canais públicos na complementaridade do sistema de radiodifusão brasileiro, oferecendo outras alternativas de conteúdos locais aos telespectadores, focados na prestação de serviços, na educação e na promoção da cidadania e da cultura, como estabelece a legislação brasileira, principalmente a Constituição de 1988.

Em relação à TV por assinatura no Rio Grande do Norte, verificamos que os canais administrados por empresas privadas também são maioria, ficando os considerados públicos restritos à quantidade que é prevista pela lei<sup>3</sup>. Diferentemente da TV aberta, nesse ecossistema da televisão paga, observamos ainda que os canais de conteúdos segmentados representam a maior parte do que é produzido. Apenas alguns são generalistas, com programações preenchidas por programas de categorias e gêneros diversos.

<sup>3</sup> A lei do Cabo, criada em 1995, estabelece que as operadoras de TV por assinatura devem reservar um canal destinado ao Poder Legislativo Estadual e um outro ao Municipal, além de um para a Câmara dos Deputados e outro para o Senado Federal. A legislação também estabelece a reserva de canais para instituições de ensino e comunitárias (Brasil, 1995).

Com essa análise da ecologia da televisão potiguar, é possível comprovar que os ambientes midiáticos apresentam diferentes configurações e que vão sendo reconfigurados constantemente, graças aos elementos existentes e aos novos que vão surgindo, trazendo consigo outros fenômenos e promovendo novas práticas sociais. É o que temos observado na atualidade com a televisão potiguar na contemporaneidade, e também na brasileira como um todo, que passou e continua passando por profundas transformações.

Desde o estabelecimento da televisão como principal mídia da era massiva, o ecossistema midiático se mantinha relativamente equilibrado. No entanto, o paradigma mudou diante das transformações causadas pelas tecnologias digitais (Canavilhas, 2011). Com o uso dos novos dispositivos, os ecossistemas midiáticos viram florescer novos ambientes marcados por lógicas diferentes daquelas que foram estabelecidas pelos meios anteriores (Jenkins, 2008).

Por isso, não podemos concluir que a televisão vai desaparecer ou se tornar obsoleta nessa nova ordem midiática. Para Carvalho e Barichello (2013), com as mudanças observadas até agora, ela passou a desempenhar um novo papel dentro do ecossistema comunicacional.

Pode-se dizer que, ainda que mude o modo como a televisão é distribuída ou consumida, ela continua a operar dentro do ecossistema midiático enquanto protocolo cultural, por exemplo. Ela não foi substituída pelo computador ou pelos smartphones, mas convive com eles por meio de relações complexas. (Carvalho; Barichello, 2013, p. 66)

A partir disso, podemos compreender que na era digital, caracterizada pelas tecnologias digitais e pela convergência das mídias, as organizações midiáticas tradicionais passaram a operar em conformação com a nova ambiência (Carvalho; Barichello, 2013). A televisão deixou de operar apenas com a lógica cultural e institucional dos sistemas de comunicação de massa, onde desempenhava um papel hegemônico. Jenkins (2008) destaca essas mudanças e adaptações observadas nos últimos anos.

Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformação dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mas propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias (Jenkins, 2008, p. 39).

Scolari (2013) afirma que ecologia das mídias e evolução das mídias representam a mesma coisa. Por isso, os termos coevolução e hibridização também devem ser incluídos nos estudos dos ecossistemas midiáticos. Ele explica que a coevolução pode ser entendida de duas maneiras: 1) entre os meios e os sujeitos; 2) entre os meios. Segundo o autor, no primeiro caso,

o olhar deve focar na relação entre os meios e seus produtores/consumidores. No segundo, a perspectiva do estudo deve apontar as relações complexas, que se estabelecem entre um ou mais meios de comunicação.

Nessa perspectiva, não é possível se falar em tecnologia neutra. Afinal, o uso que fazem dela está condicionado à própria estrutura da tecnologia, que introduz uma ideologia própria e, conseqüentemente, muda significados de palavras e conceitos já estabelecidos pela sociedade na qual está inserida, como aponta Postman (1994).

O telégrafo e o jornal mudaram o que antes chamávamos de “informação”. A televisão muda o que antes chamávamos de “debate público”, “notícia” e “opinião pública”. O computador muda a “informação mais uma vez. A escrita mudou o que antes chamávamos de “verdade” e “lei”; a imprensa mudou-se mais uma vez e agora a televisão e o computador tornam a mudá-las (Postman, 1994, p. 18).

Nesse sentido, percebemos que toda tecnologia traz consigo um viés ideológico, que carrega uma ideia de mundo específica. Com isso, ela compete diretamente com as já existentes, buscando a predominância de sua visão de mundo e, conseqüente, hegemonia sobre os demais meios. É isso que contribui para alterações sociais, institucionais e intelectuais (Strate, Braga, Levinson, 2019).

Postman (1994, p. 29) explica que essas mudanças são mais profundas do que imaginamos, uma vez que as “novas tecnologias alteram a estrutura de nossos interesses: as coisas sobre as quais pensamos. Alteram o caráter de nossos símbolos: as coisas em que pensamos. E alteram a natureza da comunidade: a arena na qual os pensamentos se desenvolvem”. Uma constatação que reforça os fundamentos ecológicos da mídia.

Nesse contexto, percebemos que toda sociedade é mantida por certos modos e padrões de comunicação que contribuem para controlar o tipo de sociedade que ela é. Postman (1979) explica que esses elementos podem ser chamados de sistemas de informação, de códigos, de redes de mensagens ou de meios de comunicação. Em relação aos impactos que causam, o pesquisador destaca que, juntos, eles estabelecem e conseguem manter parâmetros do pensamento e da aprendizagem dentro da cultura. Com isso, por exemplo, o ambiente informativo teria o poder de dar uma direção específica aos tipos de ideias, de atitudes sociais, de definições de conhecimento e das capacidades intelectuais que irão emergir.

Partindo dessa ideia, Cardoso (2010) destaca que a internet e as mídias digitais alargaram o ecossistema, potencializando ou promovendo as relações entre os meios e organizações midiáticas. O que foi possível através dos processos de convergência empresarial,

profissional, de conteúdo e social, que passou a organizar o sistema no qual se desenvolve. Algo que não seria possível em outras épocas.

Sobre os impactos desses novos elementos no ecossistema midiático, as redes sociais e as mídias sociais fazem parte dessa revolução na televisão que tem se mostrado poderosa e se demonstrado influente na tomada de decisões. Gabriel (2010, p. 202) chama a atenção para a diferenciação entre ambas e explica que “se por um lado, redes sociais relacionam-se a pessoas conectadas em função de um interesse comum, mídias sociais associam-se a conteúdos (texto, imagem, vídeo, etc.) gerados e compartilhados pelas pessoas nas redes sociais”. A autora reforça ainda que “tanto redes sociais como mídias sociais, em sua essência, não têm nada a ver com tecnologia, mas com pessoas e conexões humanas”, como propõe a ecologia das mídias.

Saad Corrêa e Lima (2009, p. 2) acrescentam destacando que elas trouxeram “como impacto mais evidente a fusão de papéis entre emissor e receptor, deixando fluido o pólo de emissão, e quebrando o padrão e a metodologia de produção da informação”. Nesse sentido, os autores explicam ainda que o “consumidor de informação move-se de rede para rede, de comunidade para comunidade, acessando seus grupos sem distinção de suportes, ora por um celular de última geração, ora por meio de um tradicional desktop, ou em trânsito com seus laptops ou nettops” (Saad Corrêa; Lima, 2009, p. 11).

A acelerada circulação de informação e a hibridização de linguagens e suportes, resultantes do desenvolvimento das tecnologias digitais, têm impactado a experiência de percepção da realidade. Por isso, a televisão deve ser compreendida como um fenômeno de cultura e prática social, que passa por constantes transformações. Partindo desse entendimento, Becker (2022) destaca que o uso desses dispositivos provocou transformações significativas nas maneiras de ver e entender o mundo à nossa volta.

A visualidade se manifesta como recursos relevantes na construção de sentidos, redimensiona as formas de visibilidade da cultura e produz modos distintos de socialização e de significação da experiência. A atual diversidade e difusão do saber em distintos suportes e linguagens é um dos desafios mais complexos que os processos de comunicação apresentam ao sistema educacional (Becker, 2022, p. 132).

Com essa mesma visão social sobre a televisão, França (2009) explica que as mudanças observadas ao longo da trajetória da TV no Brasil seguem as transformações vivenciadas pela sociedade e época nas quais está inserida. Portanto, essas transformações fazem parte dos movimentos sociais inerentes ao ambiente midiático brasileiro.

Fazendo parte do tecido social, e como uma de suas instâncias, a TV acompanha seus movimentos e tendências, é instrumento de veiculação de suas normas e valores, mecanismo de reprodução e manutenção da ordem dominante. Instância ativa, lugar de expressão e circulação de vozes, do cruzamento de representações e constituição de novas imagens, a televisão é também um vetor de dinamismo e modificação do seu entorno (França, 2009, p. 30).

Para Orozco (2014) a televisão é um poderoso dispositivo audiovisual na reprodução de realidade, devido ao alto grau de fidelidade e verossimilhança que possui. “Diante dos olhos do público, o que se vê na TV aparece como o que está acontecendo, já que concebe como realidade aquilo que é captado pelas lentes das câmeras” (Orozco, 2014, p. 102-103).

Portanto, pela relevância social que sempre teve, a televisão deve continuar desempenhando um papel de destaque no ambiente midiático contemporâneo. Mesmo diante da multiplicação das telas e disponibilização de conteúdo por demanda, Fachine (2014) acredita que a transmissão direta é um recurso que vai garantir à TV um papel como programadora da vida social. O que deve ocorrer por meio de sua programação. “Esse papel ganha relevo não apenas na cobertura de fatos jornalísticos impactantes e inesperados, mas também na transmissão de fatos planejados e massivos que hoje são impensáveis sem a TV, como eventos esportivos e políticos, cerimônias e espetáculos” (Fachine, 2014, 127).

Nessa mesma perspectiva, Machado (2005) atribui à transmissão ao vivo a principal característica da televisão, como uma experiência proveniente desse veículo de comunicação. “A televisão nasceu ao vivo, desenvolveu todo o seu repertório básico recursos expressivos num momento em que operava exclusivamente ao vivo, e esse continua sendo o seu traço distintivo mais importante dentro do universo audiovisual” (Machado, 2005, p. 125).

Com a convergência da televisão com a internet, o que muda nesse novo cenário midiático mundial é que a TV ampliou as possibilidades de acesso. O que contribuiu para que, segundo Lotz (2016), a distribuição do conteúdo televisivo pelas redes possibilitasse novas formas de práticas comerciais e criativas de produção. Para ela, a televisão distribuída pela internet pode existir juntamente com o paradigma da TV broadcasting ou por assinatura, em vez de apenas suplantando o seu domínio.

Apesar das transformações nos últimos anos, e das constantes profecias e temores sobre o fim da televisão, as mudanças apontam para outro caminho. “Entre todas as apostas a serem feitas, talvez a menos segura – e a aposta que destrói a esperança digital de abocanhar uma parcela significativa do faturamento da televisão – seja que as pessoas vão parar de assistir à TV, mesmo que parem de assistir TV” (Wolf, 2015, p. 29).

A partir dessa observação, é possível acreditar que a forma de ver televisão vai se modificar ainda mais. Muitas pessoas deixarão de parar em frente ao aparelho televisor tradicional para acompanhar a grade de programação das emissoras de TV.

Como a tecnologia se desenvolverá de agora em diante não é somente questão de algum processo autônomo dirigido por engenheiros distantes. É uma questão de definição social e cultural, de acordo com os fins que se buscam. A partir de uma gama de desenvolvimentos e possibilidades existentes, prioridades e instituições variadas estão agora claramente na agenda (Williams, 2016, p. 143).

Diante do processo de convergência e de midiatização observado nas últimas décadas, a televisão passou por significativas reconfigurações, e continua passando, tanto na forma de produção quanto na de distribuição de conteúdo. Essas mudanças estão diretamente ligadas ao desenvolvimento e uso intensivo das tecnologias digitais, que permitiram a criação de novos formatos e novas maneiras de relacionamento entre os produtores de TV e os telespectadores. Nesse contexto, surgiram novas práticas sociais e a atuação de novos atores, que contribuíram de forma decisiva para as transformações verificadas no ecossistema televisivo brasileiro.

### 3.2 AS PRÁTICAS SOCIAIS NA NOVA ECOLOGIA DA TELEVISÃO

No atual ecossistema, caracterizado pela convergência da televisão com as mídias digitais, se verifica a implementação de práticas sociais de uma forma diferente das que eram identificadas no período de hegemonia do sistema de comunicação de massa. Graças a reconfiguração dos elementos televisivos tradicionais e ao surgimento de novos meios, a TV se renovou e passou a atuar em novos ambientes midiáticos, com alterações significativas na maneira de produzir os programas, com a presença de novos dispositivos, com formas variadas de distribuição e com interação constante e instantânea com os telespectadores.

O desenvolvimento das redes telemáticas, a digitalização das mídias, o aparecimento de novos dispositivos, das ferramentas on-line e redes sociais permitiram uma conexão mais facilitada, troca de informações instantâneas em tempo real, novas formas de organização, engajamento e estabelecimento de novos contornos nas relações sociais num cenário contemporâneo marcado pela cultura digital (Alves, 2022, p. 17).

Becker (2016) aponta que essas mudanças no ambiente midiático comprovaram que o modelo de meio centralizado, de massa e unidirecional agora convive com uma combinação de práticas de produção e de interpretação de textualidades audiovisuais variadas. O que não significa o fim da televisão, mas uma transformação de características tecnológicas, de

linguagem e de mediação. Com isso, as emissoras de TV passam a explorar “novas formas de interação com o público, ampliando as entradas ao vivo, investindo em formatos de conversações mais flexíveis entre âncoras, repórteres e audiências e numa linguagem cada vez mais coloquial, combinando informação com entretenimento” (Becker, 2016, p. 14).

Nesse contexto da mídia contemporânea, Shirky (2011) destaca que as pessoas gostam de consumir conteúdo televisivo, mas também gostam de produzir e compartilhar. Até pouco tempo, a mídia tradicional premiava apenas a demanda relacionada ao consumo. No entanto, diante das transformações ocasionadas pelo surgimento das mídias digitais, o autor identifica que houve uma mudança na lógica antiga da televisão, uma vez que ela:

[...] tratava os espectadores como pouco mais que coleções de indivíduos. Seus membros não agregavam qualquer valor real uns aos outros. A lógica da mídia digital, por outro lado, permite valor real uns aos outros. A lógica da mídia digital, por outro lado, permite que pessoas antes conhecidas como espectadoras agreguem valor umas às outras, todos os dias” (Shirky, 2011, p. 41).

As mudanças que observamos com maior intensidade na atualidade tiveram início com o desenvolvimento e popularização da internet no Brasil. Algo que se intensificou com a chegada da TV digital no país. Para Cruz (2008), a digitalização do sinal das emissoras representou o maior salto tecnológico vivenciado pelo veículo e ampliou as possibilidades de difusão do conteúdo. “Trata-se da maior transformação já enfrentada pelo meio de comunicação mais popular do país. A digitalização traz a TV para o mundo da convergência, em que toda informação é transportada por qualquer tipo de rede” (Cruz, 2008, p. 15).

As possibilidades de compartilhamento e participação oferecidas pelas mídias digitais reposicionaram o telespectador na construção das produções televisivas. O que permitiu novas formas de apropriação, de percepção e de colaboração. Agora, as chamadas audiências ativas exercem papel primordial no processo comunicativo da televisão. “A audiência, além de participar como personagem coparticipante das reportagens televisivas, retroalimenta os assuntos que serão discutidos, e, assim, redefinem-se as fronteiras do espaço midiático nas redes sociais” (Cajazeira, 2015, p. 14-15). Para Orozco (2014, p. 107), “a interatividade não é apenas uma questão de interpretação, mas de ações e produções, nos envolvendo como produtores e criadores, e não apenas como receptores, repetidores e intérpretes”.

Mesquita (2014) denomina esse novo público de audiência potente, considerando a atuação mais ativa dele no cenário midiático contemporâneo. O autor destaca também o espaço conquistado pelos telespectadores por meio da participação colaborativa, cada vez mais solicitada e valorizada no processo de produção de conteúdo televisivo.

Denominamos Audiência Potente esse novo agente que se envolve ou é envolvido nos processos, práticas e rotinas jornalísticas possuindo: capacidade de propagação da informação, não necessariamente notícia; capacidade de ação, possibilitada pelo acesso aos meios de produção; capacidade de transformação, na medida em que muda sua forma de ação e de comportamento ao longo do tempo, dependendo de condições culturais, econômicas, sociais, tecnológicas, dentre outras; e capacidade de amplificação, na medida em que ressignifica o conteúdo, por meio de comentários, opiniões e novos olhares sobre o assunto, reverberando-o nas redes (Mesquita, 2014, p. 72).

A autora destaca ainda que as redes sociais digitais se apresentam como o principal espaço ocupado por essas audiências potentes, uma vez que criam o ambiente propício para que a cultura da colaboração possa se estabelecer, se desenvolver e se expandir.

Com a capacidade de coprodução, a Audiência Potente, que está no Facebook e no Twitter, e se envolve com os veículos de referência, pode trazer para a redação registros fotográficos, vídeos e textos. Esses últimos são apropriados pelos veículos de diversas formas: como sugestão de pauta; como respostas a sondagens para municiar os veículos sobre como pensa a audiência em relação a determinado assunto; como questionamento e crítica à falta de determinados assuntos no noticiário; como opinião sobre determinado tema trabalhado pelos veículos de referência (Mesquita, 2014, p. 69).

As transformações pelas quais passou o ecossistema televisivo nos últimos anos também contribuíram para a construção de um novo espaço público, configurado pela digitalização e pela conectividade. “As redes sociais conectadas pela internet apresentam novas formas de organização social, começando suas discussões e movimentações. As discussões ganham adesão de diversos grupos, às vezes, reverberam-se em movimentos sociais nas ruas e inserem-se na agenda midiática” (Alves, 2022, p. 157). Esse fenômeno ocorreu por motivos diversos e causou múltiplos impactos na sociedade.

Esses processos comunicacionais baseados nesses fluxos de influências geram identidades e experiências individuais e coletivas e são alimentados pelos mais diversos desejos, interesses, opiniões, crenças, posições, divergências políticas, sociais, econômicas, religiosas e culturais dos agentes sociais tanto a nível individual como coletivo (Alves, 2022, p. 243).

Portanto, o ato de compartilhar um conteúdo pode ser visto como uma forma de atender a demandas sociais diferentes e específicas, dependendo de quem produz ou envia o material. Diante das possibilidades, Shirky (2011) identifica quatro formas que dão sentido à palavra compartilhamento. O primeiro é o compartilhamento “pessoal” onde tanto os participantes como os beneficiários estão agindo de forma individual, mas recebendo valor advindo da presença um dos outros. A segunda forma é a “comum”, restrita a um grupo de colaboradores

em conversa mútua e com interesses e necessidades semelhantes. A terceira maneira de compartilhamento é a “pública”, que acontece a partir da criação de um recurso público que possibilita a interação dos colaboradores do grupo. Nesse caso, não é totalmente fechada e está aberta a participação de iniciantes e gente de fora. A quarta forma de compartilhamento é denominada pelo autor como “cívica”, que se organiza e mobiliza em rede virtual, e tem como foco provocar transformações reais na sociedade, “melhorar a sociedade é seu objetivo explícito” (Shirky, 2011, p. 156).

Com o desenvolvimento desse atual cenário digital de compartilhamento por meios diversos, Cajazeira (2015) concebe a existência de uma audiência convergida e conclui que, ao estabelecer relações comunicacionais simbólicas, o público também dá visibilidade aos telejornais por meio da socialização oferecida pelo ambiente digital. Com isso, segundo o autor, pode-se verificar que a audiência do telejornalismo se apresenta como um nicho de público informado e disperso em múltiplas plataformas que, “além de interessar-se por telenoticiários, busca no espaço público expandido da TV na Internet novas formas de sociabilidade” (Cajazeira, 2015, p. 87). O que amplia os espaços de interação social.

Por isso, verificamos a formação de novas relações e encontros sociais, mesmo que fragmentados e dispersos pela grande diversidade de temáticas e interesses do público. Novas temporalidades também foram construídas a partir dessas mudanças no ambiente televisivo. “Na produção, tem-se um alargamento da cobertura espacial e temporal podendo estar em “qualquer lugar e em qualquer tempo”. O sentido de um fluxo contínuo e “em tempo real” a partir da infinidade de informações torna-se mais evidente nas temporalidades produtivas com uma corrida pelo atual, imediato e intermitente” (Alves, 2022, p. 36-37).

Nesse cenário, tornou-se cada vez mais recorrente o uso da colaboração de diversos atores sociais, com os registros feitos com seus dispositivos digitais e a disponibilização de informações de forma ágil e constante. Um fenômeno complexo operacionalizado por novas lógicas de interação, participação e cooperação. Canavilhas, Torres e Luna (2016) destacam que isso causou mudanças também nas rotinas produtivas das empresas de comunicação.

Os novos atores inserem-se na teia mediática e ganham posição de destaque, influenciando mesmo as rotinas de produção de notícias. O público receptor dessas mensagens interage de forma ativa por meio de mecanismos de redistribuição e partilha de conteúdos, quer em redes sociais, quer dentro de sites ou aplicações (Canavilhas; Torres; Luna, 2016, p. 144).

A partir das possibilidades de interação do público com os meios de comunicação, Cajazeira (2015) identifica três formas de participação na televisão: direta, indireta e

simultânea. A primeira, diz respeito a disponibilização, por meio da internet, de um “fale conosco” e de um e-mail para que as pessoas pudessem entrar em contato. A segunda se refere ao compartilhamento pela TV de conteúdos publicados em blogs, sites e redes sociais. E a terceira “ocorre quando inclui a participação na transmissão direta (ao vivo); ou assíncrona (gravada) de programas noticiosos” (Cajazeira, 2015, p. 31). Na televisão do Rio Grande do Norte, é possível identificar na atualidade todas as três formas de interação, que contribuem diretamente para a diversificação dos conteúdos e para aumentar a cobertura jornalística, além de baratear os custos de produção para as empresas locais/regionais.

Para Becker (2016, p. 74), essas possibilidades de participação dos telespectadores por meio da internet contribuem para a expansão das coberturas e dos espaços jornalísticos, uma vez que “muitas vezes, as imagens, os áudios, os depoimentos e os comentários de pessoas próximas ou envolvidas com o local onde o fato ocorreu constituem as únicas possibilidades de acesso rápido a alguma informação sobre um fato relevante”.

Durante a Pandemia da Covid-19, decretada em março de 2020, a cultura da participação, a formação e fidelização de fontes ativas e uso intensivo dos dispositivos tecnológicos foram fundamentais para que a televisão, principalmente o telejornalismo, continuasse funcionando em meio à crise sanitária. Por causa da limitação imposta pela necessidade de isolamento social, naquele momento, verificou-se uma ruptura no processo tradicional de construção da reportagem.

A Pandemia transformou um conteúdo, até então complementar, ilustrativo, muitas vezes feito pelo público, audiência ou personagens e fontes, material fundamental para o fechamento de reportagens e, conseqüentemente, de telejornais. Ao ponto de matérias inteiras, partes significativas de programas telejornalísticos, serem feitos com imagens que não foram captadas por profissionais de emissora de TV, mas repassadas para a redação, por meio de redes sociais e aplicativos de mensagens institucionais e particulares, de repórteres e produtores (Cerqueira; Gomes, 2020, p. 180).

Em muitas situações, a produção dos telejornais precisou pedir às fontes que gravassem as entrevistas com o próprio celular, além de imagens para a edição do material. “O mais usual era solicitar às fontes as sonoras com respostas a questões encaminhadas previamente pelo repórter ou pela equipe de produção” (Siqueira, 2020, p. 155). Nesse cenário, observou-se que o jornalista se tornou apenas um produtor e organizador do material compartilhado pelas fontes. “Os repórteres começaram a assumir um papel mais efetivo de curadores do material proveniente da coprodução, atuando na produção, na solicitação de vídeos, na decupagem, na estruturação das notícias criadas a partir desse material” (Siqueira, 2020, p. 158).

Apesar de se tornarem fontes ativas no processo de construção da notícia, Pereira Júnior, Rocha e Siqueira (2010) não consideram essas audiências como “cidadãos-repórteres”, uma vez que não são jornalistas. Elas adquiriram outro papel no processo comunicacional. “Consideramos essas pessoas o que podemos chamar de mediadores públicos, que agora não se limitam a assistir televisão, mas intervêm no próprio processo produtivo, funcionando como coprodutores da notícia” (Pereira Júnior; Rocha; Luna, 2010, p. 2010).

Na televisão contemporânea, a interação e interatividade com as audiências são utilizadas para reforçar o potencial mediador social do jornalismo. Por isso, é feito um chamamento constante para que o público participe e colabore para mostrar os anseios dos cidadãos, além de ampliar a cobertura noticiosa. Para Cajazeira (2015), a mídia aproveita a demanda social das audiências, que buscam participar de forma mais ativa da construção da notícia, para desenvolver novas relações e novos espaços de interação.

O público encontra-se interessado – em alguns casos – em interagir com a imprensa e a desenvolver novos afetos proporcionados pela convergência dos meios com a Internet. Com isso, a televisão faz dos ambientes on-line um local de extensão dos seus domínios midiáticos, que passou a ser visto na sua representação nas plataformas digitais como um espaço de comunicabilidade (Cajazeira, 2015, p. 87).

Além da ampliação dos espaços de comunicabilidade, Becker (2016) chama a atenção para o fato de que o incremento da participação do público provocou outros tipos de reconfigurações na TV e, com isso, foi possível observar mudanças na estrutura das empresas de mídia tradicionais, que sempre buscaram estabelecer vínculos com as audiências. Por isso, com o engajamento maior dos cidadãos, as estratégias de comercialização foram remodeladas.

As atuais reconfigurações da TV reúnem antigas e novas formas de produção e consumo, assim como de distribuição e comercialização de conteúdos e formatos audiovisuais que tencionam os mecanismos e estruturas de captação de investimentos financeiros e as vendas de espaços publicitários e de programas das emissoras de TV (Becker, 2016, p. 96).

O desenvolvimento e uso dos smartphones também é outro fator que contribuiu de forma decisiva para essas mudanças na ecologia da televisão. A implementação desses equipamentos no cotidiano social marca o retorno à produção e consumo das narrativas audiovisuais em telas individuais (Becker, 2022). O que ajudou também na configuração de novas formas de se produzir imagens em movimento. “Tais dispositivos potencializa uma aproximação entre os meios, o uso de enquadramentos mais fechados na tela pequena, produções realizadas para

aparelhos portáteis, e reorganizam os formatos horizontal e vertical da imagem em movimento” (Becker, 2022, p. 38).

Bressan Junior (2019, p. 24-25) destaca que “os dispositivos móveis e a interação com os sites de redes sociais possibilitaram novos modelos de consumo e participação do público”. Para Machado e Vélez (2014), nesse novo ambiente, existe uma pressão grande pela geração de novos conteúdos, que sejam mais adequados às novas tecnologias e às novas demandas do público. O que contribui para a experimentação de novos modelos de televisão. Alguns vingarão e outros fracassarão.

No entanto, essas pressões seguem a nova ordem construída pelos novos telespectadores, que buscam produtos disponíveis em qualquer lugar, que possam ser consumidos como cada um quiser e abertos à intervenção ativa dos participantes. “Esse novo consumidor/produtor está exigindo experiência midiáticas de uma mobilidade mais fluída, forma de economia mais individualizadas, que permitam a cada um compor suas próprias grades de programas e decidir à sua maneira particular de como vai interagir com elas” (Machado; Vélez, 2014, p. 35).

O uso desses dispositivos contribuiu também para uma quebra da centralidade da produção da notícia. Segundo Becker (2016, p. 53), “os usos das tecnologias digitais favorecem a ressignificação das narrativas jornalísticas audiovisuais. O deslocamento do receptor para o lugar de produtor tece novas formas de vínculos e identidades entre produção e recepção”. Ainda segundo a autora, essa mudança proporcionou uma nova forma de relação entre os produtores de imagens e os telespectadores. “Os smartphones flexibilizaram relações entre profissionais e amadores, que se tornaram testemunhas do acontecimento, e as imagens que produzem são reconhecidas por suas autenticidades” (Becker, 2022, p. 38).

A colaboração cada vez maior das fontes ativas, por meio do envio ou publicação nas redes sociais de materiais e informações sobre os acontecimentos cotidianos, também cria uma pressão maior para que as empresas de comunicação abram ainda mais espaços para a participação dos cidadãos. Por outro lado, elas são inseridas nos telejornais como uma estratégia para demonstrar uma certa inovação e adaptação da televisão ao cenário digital. Por isso, segundo Alves (2022), essa atuação ativa dos telespectadores levou a significativas transformações na rotina das redações das emissoras de TV.

Esse atual contexto colaborativo nas redações traz as transformações nas rotinas produtivas da notícia, principalmente, no ritmo de trabalho, nos critérios de noticiabilidade, na qualidade do conteúdo, no controle de

segurança da checagem dos dados, no perfil profissional, além da parte de direitos autorais e negociação de uso (Alves, 2022, p. 178).

Nesse cenário, fica mais evidente a profunda mudança que ocorreu na relação entre os produtores da notícia e o público receptor, que passou a ser encarado como coprodutor. No entanto, Alves (2022) destaca que os jornalistas continuam sendo os responsáveis pela produção da notícia. As audiências ativas só se tornam fontes ativas quando permitidas pelo profissional. Apesar do ambiente colaborativo, os materiais compartilhados passam pelos critérios tradicionais de noticiabilidade, empregados pela redação.

Atualmente, esse processo ocorre por meio do que denominamos como verificação associativa, ou seja, o jornalista precisa reunir, organizar e confrontar os registros das fontes ativas para checar a veracidade das informações e, assim, chega-se a um desenho do que pode ser noticiável. (Alves, 2022, p. 23).

Nesse novo contexto produtivo da mídia, Salaverría Alliaga (2009) identifica três escalas de convergência do jornalista atual. O primeiro é chamado de “polivalência profissional”, que é quando o profissional multitarefas assume múltiplas funções nas redações. A segunda, chamada de “polivalência temática”, se caracteriza pela multiplicidade de temas trabalhados pelo jornalista ao desenvolver diversas funções ao mesmo tempo. E a terceira é chamada de “polivalência midiática”, onde o profissional produz notícias para diferentes meios da empresa, ao mesmo tempo. Essas classificações evidenciam a reconfiguração de práticas profissionais já utilizadas em fases anteriores da televisão e a criação de novas formas de se produzir na TV, atendendo as demandas atuais do mercado profissional e do público.

No Rio Grande do Norte, verificamos os três tipos de polivalência explicitadas por Salaverría Alliaga (2009). A primeira, que se refere ao desenvolvimento de múltiplas tarefas, se configura mais claramente na TV potiguar a partir do surgimento da figura do videorrepórter, que passou a ser responsável por todas as etapas de produção da reportagem, onde produz a pauta, filma imagens, grava sons, edita o material e ainda entra ao vivo nos telejornais.

As mudanças nas práticas da produção da televisão, principalmente durante a Pandemia da Covid-19, intensificaram um processo que já vinha acontecendo nas emissoras de TV nos últimos anos. Os profissionais multitarefas, responsáveis por apurar, produzir, reportar, editar e apresentar, se tornaram figuras cada vez mais presentes.

Entre as mudanças, encontramos repórteres, de casa, tendo que captar imagens, ligar para as fontes, pedir depoimentos gravados, fazer edição prévia de vídeos solicitados. Produtores, de casa ou da redação, passaram a pedir

depoimentos das fontes, mas também orientar sobre enquadramentos, luz, captação do áudio (Cerqueira; Gomes, 2020, p. 179).

No entanto, nessa nova realidade midiática, as transformações não ficaram restritas apenas à forma de produção dos produtos televisivos. A possibilidade de hibridização de gêneros e formatos, proporcionada pela convergência das mídias e pelos novos hábitos e comportamentos dos telespectadores, fizeram com que a televisão não mantivesse mais um público específico, considerado apenas dela. Agora, esse meio de comunicação disputa, simultaneamente, espaço com outros meios de comunicação. “Ao utilizarem sites, redes sociais e outros ambientes on-line, os telespectadores saltam de uma tela a outra e ampliam o consumo televisivo para além do aparelho de TV, ou seja, para além dos conteúdos audiovisuais transmitidos de forma unilinear e ininterrupta” (Almeida, 2018, p. 19).

Essa nova forma de experiência televisiva confirma uma mudança de comportamento dos telespectadores observada na televisão contemporânea. A conexão direta com as tecnologias digitais é apontada por Finger e Souza (2012) como um dos principais fatores que mudou significativamente a forma de assistir TV. “Os telespectadores estão criando outras formas de engajamento social. As novas plataformas estão integrando ao ato de assistir televisão à comunicação interpessoal através da internet” (Finger; Souza, 2012, p. 385).

Nessa perspectiva, Scolari (2014) destaca que a televisão contemporânea deve ser concebida de uma forma mais ampla, como uma tecnologia expandida. Com isso, a TV passa a ser vista como um conjunto de práticas audiovisuais, tanto de produção quanto de consumo, que dependem dos contextos em que estão inseridas. Almeida (2018) também ressalta que a televisão se expandiu para várias outras telas e chegou ao ponto de os telespectadores começarem a combinar a visualização da TV com o uso de outros dispositivos. Um fenômeno chamado de TV Social, que para a autora pode ser concebido como uma prática:

[...] caracterizada pela postagem de mensagens nas redes sociais e na interação dos telespectadores a respeito do que estão assistindo em tempo real, os aplicativos de "segunda tela", com conteúdo sincronizado ao que está sendo transmitido na TV, e os serviços de check-in, que exibem em certas plataformas e redes sociais o programa que o usuário está assistindo naquele exato momento, dando abertura para comentários de outros telespectadores (Almeida, 2018, p. 36).

Finger e Souza (2012) chamam a atenção para a diferenciação entre TV Social e segunda tela. Apesar de ambas as experiências fazerem parte de um mesmo ambiente e terem características semelhantes, aparentemente, são termos que designam fenômenos distintos.

A segunda tela pode ser qualquer dispositivo que permita o acesso à internet como smartphones, tablets, notebooks, entre outros, usados de forma simultânea à programação da TV. Essa navegação paralela permite o consumo de conteúdos complementares (saber mais sobre a história, os atores, a trama, trilha sonora, ou, simplesmente, onde comprar as roupas utilizadas pelos protagonistas) e a interação com outras pessoas (Finger; Souza, 2012, p. 384).

Já o fenômeno da TV Social, batizado assim por Marie-José Montpetit, do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), um dos principais centros de pesquisa em novas tecnologias do mundo, pode ser vista como a “possibilidade de interação entre telespectadores pela internet, através da segunda tela, em torno de um conteúdo comum exibido pela televisão, torna a experiência de assistir TV mais complexa e atraente” (Finger; Souza, 2012, p. 384).

Ainda sobre a origem desse fenômeno, Evangelia (2011) explica que o conceito de TV Social se tornou conhecido nos últimos anos concebida como uma fase seguinte da TV Digital. Para ela, seria como uma evolução tecnológica, a partir de um meio que permite a participação ativa dos espectadores, permitindo seu engajamento e expressão pessoal. O que comprova que o processo de digitalização da TV foi um dos fatores essenciais para criar o ambiente ideal para que essa prática pudesse surgir, se desenvolver e se expandir.

Nesse sentido, Fachine (2014, p. 128) apresenta a TV Social como sendo a “integração de novas tecnologias da comunicação à experiência de assistir televisão para potencializar o que sempre foi uma das propriedades fundamentais da lógica da grade direta de programação: o compartilhamento simultâneo de conteúdos”. A TV Social também é chamada por alguns pesquisadores de “televisão conectada”, que é mais uma expressão ampla para designar a articulação entre a TV e a internet (Marinelli; Andò, 2014, tradução nossa).

Já Proulx e Shepatin (2012) chamam esse tipo de compartilhamento de “backchannel” (canal de fundo), ao considerarem a existência de um canal secundário de reprodução e ressignificação do conteúdo da TV. Segundo os autores, a conversa online sobre um determinado programa acontece antes, durante e depois que ele vai ao ar. Nesse caso, o canal de fundo pode ser definido como a conversa que acontece em tempo real, através das mídias sociais no momento de sua transmissão.

Cavalcanti (2016) explica que existem dois tipos de conceitos mais comuns para designar esse fenômeno. O primeiro está diretamente ligado ao comportamento do telespectador, no exato momento em que ele assiste as produções televisivas em tempo real. O segundo é focado no campo de desenvolvimento de aplicações que permitem esse consumo de conteúdo da televisão de forma síncrona. No entanto, a autora destaca a existência de uma terceira concepção que trata das estratégias adotadas pelos produtores de conteúdo.

Embora entendamos que ambas essas noções são importantes para o cenário na qual a TV Social se insere, chamamos aqui de TV Social não o consumo, ou a tecnologia que o permite, mas as estratégias (e suas práticas) através das quais as emissoras de TV pensam o conteúdo televisivo de modo a estimular a conversação síncrona através de tais plataformas (redes sociais, aplicativos, etc) (Cavalcanti, 2016, p. 3).

Portanto, de acordo com Harboe (2009), verificamos que a televisão social pode ser entendida como qualquer tecnologia que suporta práticas sociais associadas com a TV. Já as definições com base na observação do comportamento do público, e das práticas resultantes desse processo, entendem a TV Social como sendo as tecnologias de comunicação que criam uma experiência remota e compartilhada, que permite as pessoas assistir televisão juntos.

Essas novas práticas dos telespectadores não representam uma ameaça para a televisão. Segundo Fachine (2014), pelo contrário, reforçam o consumo por duas razões.

A primeira razão diz respeito à instantaneidade que caracteriza a troca de mensagens online por meio das redes sociais, o que favorece o consumo dos conteúdos no momento mesmo em que são ofertados no fluxo televisivo...A segunda razão remete à possibilidade de intervenção dos telespectadores nos programas “ao vivo”, visto que seu retorno nas redes sociais passou a ser não apenas monitorado, mas em alguns casos, incorporado ao conteúdo exibido (Fachine, 2014, p. 128-129).

Essa prática contribuiu ainda para uma revalorização da programação televisiva. O uso das redes sociais e plataformas digitais, como *facebook* e *twitter*, tem papel importante nesse processo, o que comprova novas formas de vivenciar a experiência com a TV na contemporaneidade. É o que destaca Bressan Junior (2019, p. 40) ao apresentar que a “*SocialTV* vem como novidade nesta integração e experiência de assistir televisão e acesso às novas tecnologias da comunicação, compartilhando conteúdos simultaneamente”.

Os novos sistemas e tecnologias, portanto, tem proporcionando novas experiências ao telespectador, que passaram a participar de forma mais ativa do processo comunicacional. Para Cádima (2011), isso ocorre tanto em relação aos conteúdos como na participação social, que atende à uma necessidade de elo social. Essa mudança contribuiu para provocar uma reconfiguração nos hábitos do público televisivo.

Pode-se dizer que estamos hoje perante uma nova esfera pública interconectada, com uma dimensão de criação verdadeiramente exponencial no plano dos *media* participativos. Não há dúvida de que, no plano dos conteúdos, a produção social participativa, dos conteúdos mais criativos aos mais políticos, ganhou novos enquadramentos que nos levam a recolocar a questão da própria experiência democrática representativa face a uma experiência mais directiva e deliberativa (Cádima, 2011, p. 2006).

Nesse sentido, Bressan Junior (2019, p. 43) observa que “mesmo diante de uma programação horizontal e vertical, os telespectadores escolhem e decidem, com estes dispositivos, o que assistir e como assistir, tanto na televisão aberta, quanto na segmentada”. Com essa nova forma de assistir televisão e as mudanças observadas na relação com o público, a medição das audiências também sofreu impacto. Machado e Vélez explicam que, nesse cenário, o espectador tende a produzir a sua própria programação com o material que ele mesmo vai buscar. O que tem dificultado o trabalho dos institutos de opinião pública.

O Ibope não tem mecanismos para medir a ‘vida’ de um programa, isto é, quantas vezes o programa foi visto depois da exibição *broadcasting*. Com a crescente disponibilidade da autoprogramação, a audiência de televisão tende a se reduzir a um espectador, com poderes para determinar especificamente quando, como e o que ver (Machado; Vélez, 2014, p. 57).

Portanto, podemos perceber que a TV Social é mais um sinalizador das mudanças sociais que a televisão vem apresentando com o processo avançado de convergência com outras mídias. São alterações no ecossistema televisivo que vão desde o comportamento do público até as estratégias adotadas pelos produtores de TV. Assim, tais fenômenos, que começam a ser desenhados pela atuação dos consumidores, são explorados e incorporados às práticas corporativas em seus processos de produção e na busca pela audiência, que conseqüentemente contribuiu para a exploração de novos mercados e aumento das verbas publicitárias. Nesse contexto, a regionalização da programação se apresenta como negócio promissor e rentável, uma vez que proporciona uma aproximação maior com o público.

### 3.3 A REGIONALIZAÇÃO NO ECOSSISTEMA TELEVISIVO

No ecossistema televisivo, percebe-se que os termos “local” e “regional” surgem meio que em contraponto à ideia de “nacional” ou de “global” ou do tensionamento entre as diferentes formas de escoamento de uma produção socioeconômica e/ou cultural. No entanto, sobre os níveis local, regional, nacional e global, verifica-se que um não se opõe ao outro. Pelo contrário, se complementam e contribuem para a coexistência de ambos, formando um ambiente caracterizado pelas relações, construções de identidades e demarcação de territórios.

Portanto, percebemos que todos esses níveis são elementos de um processo complexo que envolve estruturas de um espaço e as relações com outros espaços. “O ‘meio local’ (região ou país) é caracterizada por uma ‘personalidade regional’, possui características físicas e

humanas, instituições e uma atmosfera. Na base dessa personalidade, uma região acha-se em relação mais ou menos benéfica com outras regiões” (Benko, 1996, p. 50).

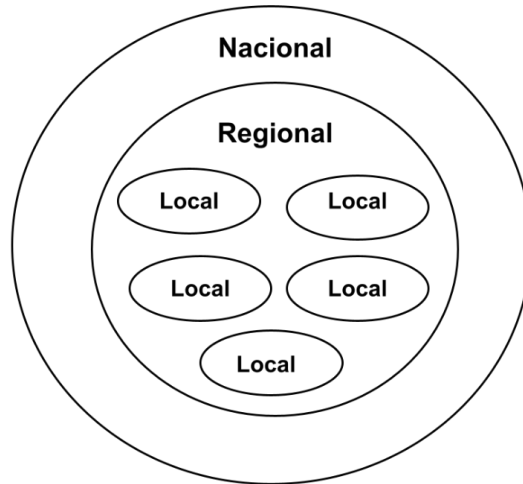
Nesse sentido, a regionalização surge também como uma forma de proteção dos valores locais. Canclini (2003, p. 7) confirma esse pensamento ao afirmar que os países se empenham “por se integrarem em regiões para se protegerem da globalização”. Ianne (2001) acrescenta que regionalizar pode ser uma técnica de preservação dos interesses nacionais por meio da integração. Por isso, identificar esses fluxos e elementos se torna importante para que possamos compreender como ocorre o processo de construção da TV local/regional.

Fabbri Júnior (2006) coloca que as dimensões espaciais acontecem não somente a partir de suas fronteiras. Para identificá-las é preciso colocá-las em contraposição ao seu contrário. “O global, como parâmetro de referência, precisa ser local para existir. Portanto, a associação de conceitos em torno da questão da identidade e da sua articulação com o global, o regional e o local reflete diretamente a cultura regional” (Fabbri Júnior, 2006, p. 7).

Para Ortiz (1999), o local se constitui em uma unidade coesa, sendo mais correto falar de “locais”. Com isso, uma região seria caracterizada como sendo o espaço que abriga várias dessas unidades. A partir dessa ideia, inicialmente, a televisão potiguar pode ser definida como sendo regional, uma vez que o alcance das transmissões televisivas não fica restrito às cidades onde as emissoras estão sediadas. A área de cobertura abrange grande parte dos municípios do Rio Grande do Norte, que estão ligados não apenas por compartilharem o mesmo território geográfico, mas também características históricas, culturais, econômicas e sociais que são comuns à população do estado.

Seguindo nessa linha de pensamento sobre os diferentes níveis de regionalização, Ortiz (1999) afirma que o nacional pode ser caracterizado como como um espaço mais amplo, com contornos políticos definidos e tradição institucional sólida, podendo abrigar vários “locais”, conforme observamos na Figura 2. Já em relação ao nível regional, Simões (2006) coloca que o termo se presta a análise tanto do nível supranacional quanto do infranacional. Por isso, o termo pode ser utilizado quando nos referimos à televisão no Rio Grande do Norte, uma vez que as produções televisivas potiguares podem ser caracterizadas como regionais, direcionadas a um público telespectador presente no interior de um país continental como é o Brasil. “Admitimos, entretanto, que o movimento de “regionalização” pode caracterizar um caminho que leva do global ao local (uma vez que não cabe falar de “localização”, para configurar algo que se torna local)” (Simões, 2006, p. 25).

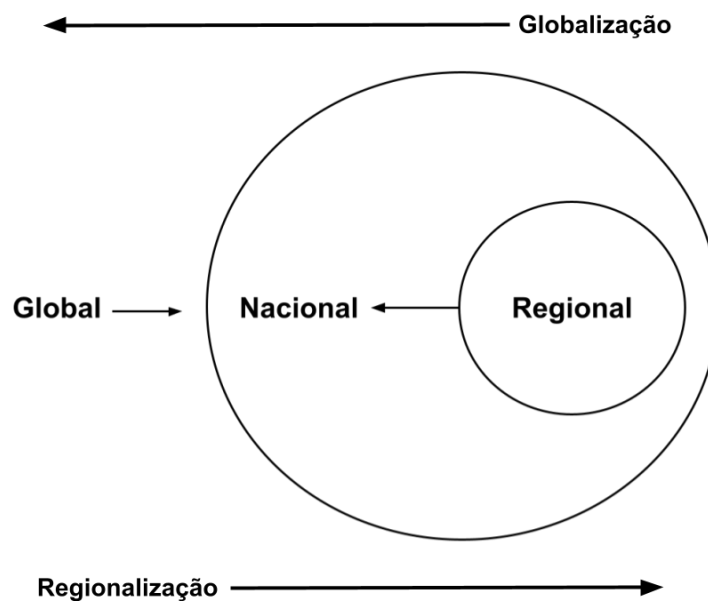
**Figura 2 – Nacional, regional e local**



Elaborado pelo autor com base em Ortiz (1999) e Simões (2006)

Partindo dessa proposta podemos compreender ainda melhor como o fluxo dessa relação entre as diferentes dimensões espaciais acontece. A globalização pode ser entendida como um processo que ocorre de dentro para fora, ou seja, do local/regional para o global (Ortiz, 1999; Simões, 2006). Enquanto isso, a regionalização acontece no sentido contrário, de fora para dentro, saindo do global para o regional/local, conforme podemos observar no esquema apresentado na Figura 3.

**Figura 3 – Fluxos da globalização e da regionalização**



Elaborado pelo autor com base em Ortiz (1999) e Simões (2006)

Por isso, para Giddens (1991, p. 41), a globalização pode ser definida como “a intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa”. Com isso, regiões diferentes passam a ser interligadas por redes complexas e passam a compartilhar bens de consumo e simbólicos em larga escala.

Ianni (2001) observa que a questão nacional acaba por ser recolocada em outro horizonte histórico e geográfico, compreendendo as suas implicações sociais, econômicas, políticas e culturais. “A dinâmica do regionalismo não só interfere na dinâmica do nacionalismo como provoca novas manifestações deste. Põe em causa realidades nacionais e abre outras possibilidades de expressão destas realidades” (Ianni, 2001, p. 110).

Em meio a interação constante entre culturas diferentes, Hall (1999, p.78) chama a atenção para não pensar a globalização como algo que vem para substituir o local. Para ele, é mais sensato pensar numa nova articulação entre o global e o local. “Este “local” não deve, naturalmente, ser confundido com velhas identidades, firmemente enraizadas em localidades bem delimitadas. Em vez disso, ele atua no interior da lógica da globalização”. Portanto, apesar de distintos, ambos os níveis podem coexistir e, até, se complementar.

Nesse sentido, Fabbri Júnior (2006, p. 11) também reforça essa relação entre as diferentes dimensões ao explicar que “tanto o local como o regional só podem ser compreendidos na relação de um com o outro, ou deles com outras dimensões espaciais, como o nacional e o global. O local só existe enquanto tal se tomado em relação ao regional, ao nacional ou ao universal”. Sobre essa relação, Ianni (1999) explica ainda que:

O local e o global estão distantes e próximos, diversos e iguais. As identidades embaralham-se e multiplicam-se. As articulações e as verdades desterritorializam-se e reterritorializam-se em outros espaços, com outros significados. O mundo se torna mais complexo e mais simples, micro e macro, épico e dramático (Ianni, 1999, p. 252).

Tomando o telejornalismo como exemplo, Bazi (2007) segue nessa mesma linha de pensamento ao afirmar que é importante destacar que:

[...] o contraponto do global com o regional pode se tornar evidente à medida que exista, em determinados horários, a possibilidade de o telespectador escolher assistir a um programa regional e, se deparar em outro, com os assuntos nacionais e mundiais, sintonizando, por exemplo, os telejornais nacionais, ou mesmo, um canal exclusivo de notícias (Bazi, 2007, p. 8).

A partir dessa perspectiva, Simões (2006) identifica três possibilidades de regionalizações presentes na televisão brasileira, que demonstram esse fluxo entre o global e o

local/regional. São elas: 1) a regionalização da produção; 2) a regionalização da grade; 3) e a regionalização dos conteúdos. Essas situações levam em conta um modelo que articula a produção, a programação e a exibição dos produtos audiovisuais. Nessa proposta, a articulação dessas variáveis é colocada como elementos centrais do que pode ser considerado ou não regional, que pode ser aplicado ao caso da TV brasileira.

A regionalização da produção consiste na possibilidade de distribuição global de uma produção local. “Seria um exemplo típico o Pólo de Teledramaturgia (POTE) na Bahia ou outro polo de produção cultural que promovesse a oportunidade de exibir seus produtos em rede nacional” (Simões, 2006, p. 39). Outro exemplo que poderíamos acrescentar seria uma edição do programa Band Verão, sendo produzida pela BAND RN, no entanto sendo exibida nacionalmente, por meio da programação da Band SP.

Em outra situação, a chamada regionalização da grade aponta para um processo de distribuição global de produtos locais, que consiste na inserção de produções audiovisuais com elementos regionais, mas desta vez em níveis globais. “É exemplar a Rede Globo quando exibe em rede nacional, novela com temas nordestinos. Ou a Televisa exibindo para a comunidade hispânica uma série de programas sobre a entrada ilegal de imigrantes mexicanos nos EUA” (Simões, 2006, p. 40).

Por fim, a regionalização dos conteúdos consiste na produção global de programas regionais, o que resultaria em programas focalizados ou segmentados regionalmente. “Exemplos bem típicos seriam as produções de quadros exóticos sobre as culturas regionais por uma produtora global (a Rede Globo costuma apresentar algo parecido nas edições semanais do Fantástico, aos domingos)” (Simões, 2006, p. 41-42).

Portanto, ao analisar essas três classificações de regionalização, também é possível compreender que no caso da distribuição local de produtos locais não cabe se falar em regionalização, uma vez que já é regional ou local. “Para ser regionalizada, precisa mover-se em direção à operação local passando pela produção local ou pela distribuição local” (Simões, 2006, p. 38). Regionalizar, portanto, denota uma ação realizada no sentido contrário ao global, provocando mudanças no processo comunicacional televisivo.

No caso do conteúdo local com distribuição local, o que se verifica é apenas uma difusão da cultura local. “A distribuição local de conteúdos locais caracteriza uma situação estável de plena difusão da cultura e valores locais. Um exemplo seria a TV Bahia exibindo uma grade de programação local com temas típicos baianos, não importando a origem da produção” (Simões,

2006, p. 39). É o que se tem observado nas últimas décadas com a abertura de mais espaços para as emissoras locais de TV exibirem conteúdo regional.

Sobre essas possibilidades de regionalização presentes na televisão brasileira, Campos (2006) aponta que a globalização coloca em voga a relação entre o nacional e o local e a coexistência de ambos os níveis de disseminação de conteúdos.

De um lado tem-se uma comunicação voltada aos conteúdos nacionais e internacionais, inseridos em realidades regionais por meio da grade de programação de uma rede de televisão. De outro lado, observam-se as realidades regionais inseridas no contexto nacional, com matérias e reportagens enfocando as regionalidades, produzidas por emissoras de TV afiliadas e encaminhadas à exibição na rede (Campos, 2006, p. 1-2).

Nesse panorama identificado no ecossistema televisivo brasileiro, os grupos de mídia regionais se consolidam como tais no momento em que se comprometem com a produção de programas e notícias locais, tanto na esfera das identidades culturais quanto para atender as demandas de mercado. A partir desse pensamento, Oliveira (2006) conclui que:

Regionalizar consiste, portanto, em um movimento que propõe inserção e demanda arranjos produtivos que reflitam a necessidade de, no caso da mídia, representar identidades regionais, mas também desenhar a geografia do mercado, atendendo, a um só tempo, produtores e consumidores – de bens materiais aos simbólicos, da informação jornalística ao entretenimento (Oliveira, 2006, p. 2).

Analisando esse contexto, Bazi (2007, p. 11-12) aponta três razões pelas quais a produção regional na televisão aberta conseguiu ser concretizada de forma mais efetiva nas últimas décadas: “a busca da audiência perdida nos últimos anos com a introdução da internet e da tevê paga; forma de criar um vínculo mais estreito com as comunidades locais; fortalecimento das identidades regionais frente à globalização da comunicação”.

Por esse motivo, a inclusão dos sotaques regionais na programação televisiva passou a ser vista como uma maneira de tornar a audiência mais cativa, uma vez que a imagem do cidadão passa a ser refletida na tela da TV, atraindo ainda mais telespectadores.

Essa vocação local caracteriza uma força bem maior do que o âmbito nacional, porque essa tendência local está ligada diretamente com as tradições e identidades que são repassadas para o nacional, cujo objetivo é meramente comercial ou mercantil, sendo muitas vezes, de cunho local, não só comercial, mas também de conservação cultural, através do meio de comunicação (Lima, 2010, p.195).

A partir dessa ideia, conclui-se que em um país com dimensões continentais, como é o caso do Brasil, o processo de regionalização surge como uma forma de atender as necessidades

de expansão e desenvolvimento de um meio de comunicação como a televisão. Para Oliven (1992), a única forma de ser nacional é, primeiramente, sendo regional e produzindo conteúdo que contribua para a identificação do público com o que está sendo veiculado.

A afirmação de identidades regionais no Brasil pode ser encarada como uma reação a uma homogeneização cultural e como uma forma de salientar diferenças culturais. Esta redescoberta das diferenças e a atualidade da questão da federação numa época em que o país se encontra bastante integrado do ponto de vista político, econômico e cultural sugere que no Brasil o nacional passa primeiro pelo regional (Oliven, 1992, p.51).

Gonçalves (2020) destaca que a regionalização contribui para redirecionar parte do foco da mídia para o interior do Brasil, para as regiões menos exploradas e que também precisam de atenção. Dessa forma, “valoriza as mais diversas regiões do país, abordando e mostrando suas características e peculiaridades. Isso só consegue ser feito através de uma mídia que se propõe a ser regional, ou seja, atender a demanda do público, instituições, empresas e mídia de uma determinada região” (Gonçalves, 2020, p. 28).

Nessa mesma perspectiva, Peruzzo (2003) lembra que com o desenvolvimento da globalização da economia, e conseqüentemente das comunicações, chegou-se a supor o fim da televisão local/regional. Isso aconteceu num primeiro momento, ainda num cenário de mudanças e incertezas. No entanto, em seguida, verificou-se a revalorização da mídia regionalizada, além de sua emergência em diferentes contextos e sob múltiplas formas.

No contexto de acelerada globalização das comunicações, o mundo assiste à revitalização das mídias locais e regionais. É uma forma de explicitar que os cidadãos reivindicam o direito à diferença. Apreciam as vantagens da globalização, mas também querem ver as coisas do seu lugar, de sua história e de sua cultura expressas nos meios de comunicação ao seu alcance (Peruzzo, 2003, p. 67).

Esse movimento de valorização da mídia regional se consolida pela necessidade das sociedades diante do processo de globalização porque, segundo Castells (2000), “quando o mundo se torna grande demais para ser controlado, os atores sociais passam a ter como objetivo fazê-lo retornar ao tamanho compatível com o que podem conceber. Quando as redes dissolvem o tempo e o espaço, as pessoas se agarram a espaços físicos, recorrendo à sua memória histórica (Castells, 2000, p. 85).

Santos (2002) também vê esse processo de revalorização do regional como ambiente propício para a expansão e reforço do espaço ocupado pelas identidades culturais locais. “Numa época de globalizações, isto é, de intensificação dos fluxos econômicos, políticos, culturais e

simbólicos a nível mundial, as pessoas e os coletivos veem alargado o leque dos possíveis e dos recursos disponíveis para a elaboração dos argumentos que justificam as suas identidades” (Santos, 2002, p.503). Com isso, acabam também por criar novas formas de disseminação de produções regionais e reconfigurar espaços nas mídias tradicionais.

Nesse ambiente, para Oliveira (2006, p. 2), “um grupo de mídia regional atua no processo de regionalização levando em conta as identidades, as características, as necessidades, os investimentos e possíveis desenvolvimentos, ou seja, os vários repertórios nascentes no território que pretende delimitar”. Silva (2017) também compreende que as mudanças no processo de globalização da mídia repercutiram nas práticas de produção televisiva local, além de contribuir para a quebra das barreiras para a informação e despertar o interesse pela mídia regionalizada, atendendo as demandas sociais contemporâneas.

Esses fenômenos também trouxeram transformações no panorama midiático local e, conseqüentemente, no seu público consumidor. A mídia ganha cada vez mais um perfil global, abrindo espaço para uma demanda mais atenuada de uma mídia de proximidade, aquela que vai suprir as necessidades do cotidiano mais imediato das pessoas (Silva, 2017, p. 16).

Apesar da valorização da TV regional, Peruzzo (2005) também observa que há pelo menos três entraves que prejudicam a expressividade local através da mídia televisiva tradicional: 1) o limite de tempo imposto pelas redes nacionais, considerado pouco expressivo; 2) os horários destinados para inserção de produção local, com exceção dos programas jornalísticos, são os de menor audiência, como tarde da noite ou de madrugada; 3) e a exigência de enquadramento nos padrões das grandes redes, que acabam por direcionar as temáticas e o modo de expressão. Para a autora, tal engessamento inibe o surgimento dos sotaques regionais e uma maior inserção de mão-de-obra local.

No entanto, a integração das emissoras locais/regionais a uma rede de televisão nacional se torna uma forma de viabilização de um negócio regional e, conseqüentemente, do fortalecimento dele enquanto meio de comunicação. Para Gonçalves (2020) também é uma maneira de preencher a programação e dividir os custos de produção.

Este processo de afiliação é uma alternativa para ajudar uma TV regional em relação ao seu conteúdo, que para preencher um dia inteiro de sua programação, precisaria gastar com equipe e transporte para cobrir o máximo de cidades possíveis. Sendo que assim, “ganha” várias horas de conteúdo proporcionadas pela Rede em que está afiliada (Gonçalves, 2020, p. 26).

No ecossistema da radiodifusão brasileira, Bazi (2001) identifica três tipos de emissoras, que contribuem diretamente para a regionalização da programação televisiva em sinal aberto em território nacional.

[...] as TVs geradoras, ou seja, aquelas que geram programação do próprio local em que estão instaladas; as retransmissoras, isto é, aquelas que apenas possuem os equipamentos necessários para captar sinais de sons e imagens recebidos de uma estação geradora [...], e as estações repetidoras [...] que são apenas capazes de receber sinais e retransmiti-los (Bazi, 2001 p. 24).

Por isso, sobre a importância da radiodifusão local, Teixeira (1999, p. 29) afirma que “uma emissora local possibilita ao grupo e região em que atua que se intercomuniquem e se auto identifiquem. Fornece informações coerentes e adequadas às suas necessidades de interesses da comunidade”. Além disso, estimula a formação de consciência crítica e o surgimento de uma revalorização da cultura local. Nesse mesmo sentido, Fernandes (2006, p. 74) acrescenta que a televisão regional “precisa ultrapassar a “linguagem autoritária” para se converter em voz dos que não têm voz, de quem luta contra a violência que procede da injustiça, da miséria e do abandono em que são relegados às minorias marginalizadas”.

Bazi (2001, p 87) complementa esse pensamento ao afirmar que “é através da TV regional que o público possui a oportunidade de se ver retratado na tela da televisão, tentando talvez obter, de alguma maneira, respostas aos seus anseios ou, simplesmente, sentir-se mais próximo de seus direitos”. Fernandes (2006) destaca ainda que a TV local/regional aciona o mundo subjetivo e emotivo do cidadão.

De um lado, mostra a realidade do dia-a-dia através do telejornal. De outro, o mundo subjetivo, emocional que vive de verdades que desprezam o real, o concreto. Por isso, pode-se dizer que a televisão além de ser a “janela do mundo” é uma fábrica de sonhos, de conteúdos emocionais que promovem formas assistemáticas de educação na construção da cidadania (Fernandes, 2006, p. 81).

Levando em conta o campo subjetivo e/ou simbólico explorado pela televisão, Wolton (1996, p. 2) destaca que “a TV tem o agravante de ser obrigada a sensibilizar o povo a que se dirige, atraí-lo, encantá-lo, conquistar-lhe a fidelidade e, a partir daí aprimorar-se na medida em que a sua produção for capaz de promover intelectualmente esse povo”. Para o pesquisador, nenhum outro meio, propicia a idealização e aproximação com o objeto que está sendo apresentado às pessoas como a televisão. O que justifica o poder de persuasão e sedução que ela tem sobre o público. “O que é fundamentalmente a televisão? Imagens e laço social. O divertimento e o espetáculo remetem à imagem, isto é, à dimensão técnica. O laço social remete

à comunicação, isto é, à dimensão social. Tal é a unidade teórica da televisão: associar duas dimensões” (Wolton, 1996, p. 12).

A partir desse pensamento, podemos conceber a televisão regional como o resultado de um processo comunicacional complexo, que envolve elementos diversos, variáveis e nem sempre visíveis, com impactos sociais diferentes em cada público.

Quando falamos em televisão regional temos que pensá-la como um campo, uma vez que, além de representações mentais (língua, sotaque, dialeto, caráter, etc.), existem as representações objetivas em coisas (emblemas, bandeiras, hinos, indumentárias, etc.) e em atos-estratégias de manipulação simbólica com o objetivo de determinar representações mentais, as quais funcionam na prática e são orientadas para a produção de efeitos sociais. (Fabbri Júnior, 2006, p. 5)

No telejornalismo, Becker (2016) observa que nos telejornais locais, as mudanças provocadas pelo imediatismo e pela velocidade no fluxo de informações na internet são mais fáceis de serem percebidas em suas enunciações. O que nem sempre significa que vai resultar em relações menos hierarquizadas entre os jornalistas e o público. “Os telejornais locais não cumprem apenas seu papel informativo essencial nas sociedades democráticas, mas intervêm nas relações sociais e funcionam como uma engrenagem invencível” (Becker, 2016, p. 83).

Para Coutinho, “ao narrar o cotidiano, os telejornais também tecem laços de inclusão e pertencimento com um público que, pelo vínculo e identificação com a trama apresentada, se reconhece brasileiro, no caso dos telespectadores dos programas veiculados em rede” (2010, p.133). É por isso que, segundo Alves (2022), as chamadas audiências ativas elegem os telejornais, principalmente os produzidos nos âmbitos local e regional, como um mediador social que consegue fazer frente aos problemas da sociedade na qual estão inseridas.

Essa eleição dá-se pela fragilidade das instituições no atendimento de necessidades e anseios das audiências. Elas encontram agora novos espaços públicos, principalmente, os conectados em redes, um ambiente em que consegue exercer pressão sociais com a geração, manutenção e reverberação de debates e posições. E assim alimenta uma agenda social que, muitas vezes, reagenda tanto as mídias como pauta de governo e ações de instituições, grupos e agentes sociais (Alves, 2022, p. 249).

Com isso, pelo papel social que desempenha e ao pretender se inserir no cotidiano das pessoas, a mídia televisiva não tem outra saída a não ser tentar expressar as especificidades locais (Fabbri Júnior, 2006). É por isso que muitas emissoras brasileiras de televisão implantaram projetos voltados para regionalização da programação, abrindo mais espaço para as produções locais/regionais (Bazi, 2001).

Foi o que pudemos observar na trajetória da televisão brasileira, principalmente a partir da década de 1980, a busca por atrair de volta os telespectadores, percebendo a falta de identidade deles com o que estava sendo produzido, além de expandir o alcance do sinal e de promover uma diversificação da programação. “É importante lembrar que as emissoras regionais se utilizam da produção local de seus programas para sobreviverem e, ao mesmo tempo, obterem credibilidade junto às comunidades em que atuam” (Bazi, 2001, p.87).

A criação de identificação da mídia local com o público pressupõe a ativação de dimensões, que surgem de uma vida em comum, com identidades, valores, códigos e raízes histórico-culturais compartilhados. Para Martín-Barbero (2003), é um lugar que funciona como o grande mediador entre o universo privado e o mundo público. Esse lugar é que legitima a existência de ambas as dimensões.

É no lugar, no território, que se desenrola a corporeidade da vida cotidiana e a temporalidade – a história – da ação coletiva, base da heterogeneidade humana e da reciprocidade, características fundadoras da comunicação humana, pois, mesmo atravessado pelas redes do global, o lugar segue feito do tecido das proximidades e das solidariedades (Martín-Barbero, 2003, p. 58-59).

Hall (2000, p. 8) compreende identidades culturais como “aqueles aspectos de nossas identidades que surgem de nosso ‘pertencimento’ a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais”. No entanto, esse processo de criação de identidades culturais não acontece de uma forma única e fechada. Pelo contrário. Vai sendo moldado de acordo com a realidade e as demandas sociais que vão surgindo.

Embora as estruturas de produção da televisão originem os discursos televisivos, elas não constituem um sistema fechado. Elas tiram assuntos, tratamentos, agendas, eventos, equipes, imagens da audiência, “definições da situação” de outras fontes e outras formações discursivas dentro da estrutura sociocultural e política mais ampla da qual são uma parte diferenciada (Hall, 2003, p.389).

Nesse mesmo sentido, Castells (1999, p.38), conceitua identidade como “algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento”. Ou seja, o autor entende a identidade como uma fonte de significado e experiência de um povo ou processo de construção de significado. É algo que vai sendo formado com a experiência e vivência em sociedade.

A partir desses conceitos, percebemos que a roupagem regional confere ao meio de comunicação um facilitador na emissão da mensagem. Afinal, contribui para diminuir possíveis interferências na interpretação pelo telespectador. Campos (2013), acredita que a TV regional

tem a responsabilidade de fornecer uma programação local que ajude o público a pensar globalmente. Para isso, ela deve desenvolver conceitos e textos que expliquem as ligações entre as comunidades locais e os sistemas mais amplos. Nessa perspectiva, a autora observa que:

[...] as notícias veiculadas no telejornal possuem características capazes de conquistar a atenção do telespectador, ou seja, elas agregam fatores que estão, de certa forma, ligados aos interesses da comunidade. Dessa forma, o telejornalismo regional contempla aspectos que podem ajudar a criar e ou fortalecer a identidade do indivíduo e da sociedade local (Campos, 2013).

Para Fabbri Júnior (2006), a presença da televisão regionalizada ajuda na articulação e na interpretação de cultura híbrida, principalmente diante do processo avançado e intensificado de globalização em que continuamos vivendo na contemporaneidade. No caso de um meio com público disperso e conteúdo fragmentado, como é o caso da televisão, isso se torna imprescindível para o processo comunicacional.

Quando o foco do objeto passa a ser o cotidiano local-regional, ampliam-se as possibilidades de compreensão das inúmeras idiosincrasias de recepção a que estão sujeitas as mensagens massivas, acrescentando às diferenças socioculturais determinadas pelos diversos estratos econômicos a questão da inserção do receptor nos contextos históricos e geográficos com especificidades próprias (Fabri Júnior, 2006, p. 10).

Isso acontece, segundo Müller (2007), porque o telespectador não quer assistir apenas o que se passa do outro lado do mundo. Ele também quer saber o que acontece na sua cidade ou na região onde mora. Por isso, a televisão regional surge como uma forma de criação e democratização de espaços na mídia, atendendo a uma demanda social.

O atual processo de regionalização é uma resposta das regiões brasileiras a essa nacionalização de padrões, de programação e de sotaques, uma vez que a televisão tem uma única programação para um país com essa área geográfica, população e diversidade cultural. Seria artificial querer unificar uma programação em um país, com uma diversidade de tradições e costumes tão fortes (Müller, 2007, p. 2).

Nesse sentido, também observamos que os territórios ocupados pela televisão regionalizada seguem lógicas específicas e características próprias desse meio de comunicação. Por isso, compreender os níveis de regionalização dos espaços utilizados pela mídia televisiva também se torna imprescindível para que possamos ter uma noção completa de como se configura o ecossistema midiático na atualidade.

#### 3.4 OS TERRITÓRIOS DA TELEVISÃO REGIONALIZADA

Identificar e compreender o papel desempenhado e o espaço ocupado pelos elementos simbólicos, como as identidades culturais, se faz necessário para que possamos entender como um todo a complexidade do processo de regionalização da televisão no Brasil. O que não exclui a necessidade de identificação dos territórios geográficos ocupados por esse veículo de comunicação, tendo em vista o alcance que tem. A busca por definições claras e objetivas sobre a TV local/regional ainda tem sido um dos desafios na contemporaneidade. Tanto para os pesquisadores do campo da comunicação midiática quanto para os legisladores.

É impossível apreender a localidade, sem considerar sua inter-relação com outras dimensões espaciais, à semelhança da comunidade, do regional, do nacional e do global. Isto torna sua captura ainda mais difícil, tendo em vista que tais espacialidades acabam por gerar algumas amálgamas no que concerne à sua conceituação (Moraes, 2016, p.42-43).

Na busca por um conceito que possa abarcar e delimitar os territórios geográficos da televisão regional no país, Bazi (2001, p. 16) a considera como sendo “aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha sua programação voltada para ela mesma”. O autor destaca que esse conceito considera como produtora dessa TV regional “aquela emissora regional que produza seu programa a partir de uma grade de programação estadual ou nacional, como, por exemplo, a praça de São Paulo, haja vista que o regional, para essas emissoras, é o próprio estado ou nação de origem” (Bazi, 2016, p. 23).

No entanto, vale destacar que, no ecossistema televisivo contemporâneo, essa definição se torna incompleta, uma vez que o conteúdo produzido pela TV não fica mais restrito ao alcance da transmissão em sinal aberto. Com o uso das tecnologias digitais, é possível consumir as produções regionais em qualquer parte do planeta, como e quando o telespectador quiser. O que comprova que o conceito de TV regional também passou por reconfigurações nas últimas décadas, reforçando ainda mais o papel das identidades culturais nesse processo.

[...] “regionalizar” não significa apenas dividir, recortar espaços, mas, principalmente, ocupar, requalificar ou ressignificar parcelas de territórios, por meio de intervenções midiáticas que busquem diferenciar-se daquelas já desenvolvidas nas áreas centrais, em termos de construção de identidades, ao mesmo tempo em que reproduzem certos modelos de negócios, referenciais estéticos e aplicações tecnológicas (Aguiar, 2015, p. 9).

Concebendo a espacialidade como uma estrutura complexa e que se modifica a partir da interação de suas estruturas, Santos (2008, p. 28) explica que “talvez não seja demais insistir no fato de que cada estrutura evolui quando o espaço total evolui e que a evolução de cada

estrutura em particular afeta a da totalidade”. Para o pesquisador, esse desenvolvimento é permanente e resulta da ação de fatores externos e internos. Nesse sentido, ele reforça que a realidade social, assim como o espaço, é resultado da interação entre os elementos que fazem parte de sua estrutura. “A totalidade social é formada da união desses dados contraditórios, da mesma maneira que o espaço total” (Santos, 2008, p. 29).

Sobre a importância de analisar de forma mais ampla o território midiático, encontramos no pensamento de Santos (2008) uma noção sobre espaço que apresenta caminhos teóricos para entendermos as variáveis geográficas e, assim, compreendermos como esses conceitos podem ser aplicados nos estudos sobre a regionalização da televisão brasileira. “O espaço é o resultado da geografização de um conjunto de variáveis, de sua interação localizada, e não dos efeitos de uma variável isolada. Sozinha, uma variável é inteiramente carente de significado, como o é fora do sistema ao qual pertence” (Santos, 2008, p. 37).

A partir disso, Santos (2007, p. 14) aponta que a demarcação territorial não “é apenas o conjunto dos sistemas naturais e de sistemas de coisas superpostas; o território tem que ser entendido como o território usado, não o território em si”. Na concepção dele, o território usado é o resultado do espaço ocupado juntamente com a identidade, que nesse caso passa a ser compreendida como “o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence”. Por isso, esse espaço passa a ser compreendido também como “o fundamento do trabalho; o lugar da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida” (Santos, 2007, p. 14). Ota e Rodrigues Filho (2019) também destacam:

A regionalidade, nesse sentido, não implica necessariamente na identificação com um espaço delimitado por territórios, mas pela comunidade, pelo pertencimento, pela sintonia dos sujeitos em um determinado *sensorium*. Exemplos conhecidos disso são as regiões midiáticas que podem estar militadas a bairros ou a conglomerados de cidades, ou ainda das fronteiras, cujo espaço da comunidade transcende os limites entre territórios nacionais (Ota; Rodrigues; Filho, 2019, p. 84).

Sob a perspectiva da Geografia, um determinado espaço é configurado por elementos fixos e de fluxos. É o que explica Santos (2006, p. 38) ao expor que “os elementos fixos, fixados em cada lugar, permitem ações que modificam o próprio lugar, fluxos novos ou renovados que recriam as condições ambientais e as condições sociais, e redefinem cada lugar”. Nessa mesma linha de pensamento, Assis e Carniello (2011, p. 56) destacam que “a comunicação pode ser considerada como fluxo, uma vez que, direta ou indiretamente, ela remodela os aspectos fixos, alterando seu valor e seu significado. Nesse processo, portanto, há uma intensa ligação entre Geografia e Comunicação”.

É nesse contexto que, segundo Moreira (2019), se evidenciam as geografias das comunicações. Um campo dos estudos da mídia que observa as interações e as relações reais e simbólicas entre os elementos envolvidos nos diversos processos comunicacionais. “São geógrafas, porque abrangem lugares, territórios e espaços da comunicação e geram uma ‘cartografia’ das teorias, com objetos e metodologias pertinentes aos dois campos, que assim se constituem em um terceiro campo” (Moreira, 2019, p. 13-14).

A partir do desenvolvimento tecnológico que permitiu a transmissão simultânea, os meios de comunicação se tornaram ponto de interesse convergente entre os geógrafos e pesquisadores da comunicação (Moreira, 2019). Com isso, houve uma aproximação do espaço como suporte para a compreensão do lugar do homem no mundo.

A observação dos sistemas de mídia e de telecomunicações é determinante para a análise das várias camadas de contextos – geográfico, midiático cultural, econômico, político, identitário – que compõem o processo contemporâneo da comunicação. O campo das geografias da comunicação se ocupa dos fluxos que movem os interesses do público, do Estado e das corporações (Moreira, 2012, p. 8).

Nesse sentido, para além da abordagem do conceito de território apenas por uma visão geográfica do espaço, Haesbaert (1997) identifica e propõe três conceitos de território: 1) Território político-jurídico, construído pelo Estado-nação; 2) Território econômico, que está diretamente ligado às fontes de recursos; 3) Território cultural, caracterizado como produto da apropriação simbólica, pela proximidade e pela identificação das pessoas com o espaço.

Portanto, a partir desse pensamento, Haesbaert (2009) idealiza um mundo em rede no qual a multiplicidade de escalas gera múltiplos territórios. “Dessa interação constante entre múltiplas escalas e territórios, surge e avança cada vez mais o uso do termo rede, que contribui para compreendermos essas articulações entre diferentes territorialidades bem como suas estruturas internas” (Haesbaert, 2009, p. 121-123).

Apesar de o local e o regional possuírem dimensões de proximidade e familiaridade, esse nível de comunicação não permite ser tomado com contornos territoriais precisos, assim como na geografia, e principalmente quando o foco é um meio com características específicas como é o caso da televisão regional. Com o desenvolvimento tecnológico, proporcionado pelas mídias digitais e redes sociais, a noção de TV regional foi reconfigurada e ganhou novas dimensões e significados. Verificamos que essa delimitação pode sofrer deslocamentos, indo do local ao universal em um mesmo processo comunicacional (Fabbri Júnior, 2006).

Fabbri Júnior (2006) aponta que a falta de definições territoriais e conceituais claras, objetivas e precisas contribuem para que haja uma certa confusão na distinção entre a configuração e os níveis de alcance entre os diferentes tipos de televisões.

Os meios de comunicação comunitários ou regionais se apresentam de forma muito clara em suas configurações, sendo que em algumas chegam a se misturar com as de outros tipos de mídia, principalmente a comunitária. Esta, por sua vez, pode apresentar pontos em comum com aquela de caráter regional-local, o que acaba por gerar dificuldades de compreensão e de diferenciação entre os processos de mídia comunitária e mídia local (Fabbri Júnior, 2006, p. 8).

Essa dificuldade de delimitação dos territórios e fronteiras da televisão regional ocorre também em decorrência da falta de uma legislação que estabeleça essas definições conceituais e limites geográficos. Apesar de a Constituição Federal de 1988 estabelecer a regionalização dos meios de comunicação como um de seus princípios básicos, a regulamentação do inciso III do artigo 221, que trata da produção cultural, artística e jornalística regional, ainda não foi feita. O que dificulta ainda mais o entendimento legal sobre pontos importantes como a distinção entre TV local e TV regional, além de outras questões inerentes ao processo de regionalização da mídia produzida em território brasileiro.

Não existe dentro da legislação brasileira sobre radiodifusão nenhuma definição do que seja televisão regional. Uma das dificuldades é que seria preciso definir, em termos de alcance das ondas de TV, o que é uma “região”, tarefa um tanto complicada visto que a possibilidade de se expandir o sinal por microondas ou satélites vincula o conceito às limitações tecnológicas e econômicas (Cruz, 1996, p. 160).

Passados mais de 35 anos da promulgação da atual constituição brasileira, ainda não existe previsão de quando essa regulamentação será colocada em prática. A última iniciativa realizada nesse sentido aconteceu em 2013, com a aprovação de um anteprojeto de lei sobre o assunto, pela Comissão Mista de Consolidação de Leis e de Dispositivos Constitucionais (Câmara dos Deputados, 2013). Apesar de a proposta ter sido protocolada e aprovada, até o momento não foi votada em plenário para então se tornar lei e entrar em vigor.

Esse projeto de lei, que foi aprovado pela comissão mista, traz uma distinção importante entre o que é produção regional e produção local. Essa proposta apresenta delimitações territoriais que se mostram fundamentais para a construção do conceito tanto de TV Local quanto de TV Regional. De acordo com o anteprojeto, “a produção de caráter regional é definida como aquela produzida na região onde está localizada a emissora – Norte, Sul, Sudeste,

Nordeste ou Centro-Oeste. A produção local é aquela produzida no estado onde se localiza a emissora de rádio ou TV” (Câmara dos Deputados, 2013).

O texto da proposta de lei, aprovada pela comissão, determina ainda os limites mínimos semanais de produção regional e local, que deverão ser inseridos na programação das emissoras brasileiras de rádio e de televisão. Isso vai ser feito de acordo com o tamanho das localidades em que as empresas de mídia atuam.

Cidades com até 500 mil habitantes devem ter 336 minutos semanais de programação regional, sendo metade deles (168 minutos) de programas locais – ou seja, produzidos no estado. Já cidades com população entre 500 mil e 1 milhão de habitantes, devem exibir 504 minutos de produção regional, sendo metade de produção local. Para localidades com população entre 1 milhão e 5 milhões de habitantes, a exigência mínima é de 616 minutos de produção regional e 308 minutos de produção local. O limite mínimo para cidades com mais de 5 milhões de habitantes passa a ser de 840 minutos de produção regional, dos quais 420 minutos devem ser de produção local (Câmara dos Deputados, 2013).

A aprovação em plenário dessa legislação, e sanção pelo presidente da República, representaria um avanço para o trabalho de compreensão do processo de regionalização da televisão no Brasil, além de definir diretrizes básicas que possibilitariam a implementação e expansão dos conteúdos televisivos locais e regionais. No entanto, a construção desse dispositivo legal precisaria levar em consideração não apenas os espaços geográficos, mas também os aspectos identitários das populações de cada uma das regiões que são alcançadas pelo sinal das emissoras de televisão e de rádio no território nacional.

Sem uma definição específica da legislação brasileira, os estudos e pesquisas sobre a regionalização da televisão no país seguem sendo realizados por meio de conceitos e discussões teóricas, que buscam compreender esse processo por meio da identificação dos territórios ocupados por esse meio, das práticas sociais, dos atores envolvidos e da produção simbólica resultante da interação dos elementos que fazem parte do ecossistema midiático.

Em relação ao conceito de região, Haesbaert (2010, p.91) a concebe como uma “espécie de artifício ou instrumento que permite o entendimento das 'partes' do espaço geográfico através de princípios gerais de diferenciação/homogeneização”. Sobre o entendimento do que venha a ser TV regional, Souza (2013, p. 145-146), acrescenta que há uma tradição acadêmica que identifica a região como um nível ou uma escala geográfica intermediária entre o “local” e o “nacional”. Para ele, isso acontece “ora explícita e conscientemente, ora tacitamente”. Nesse sentido, o autor concebe a região como sendo “uma entidade espacial maior que uma cidade ou município e menor que um país”.

Na busca por identificar uma organização das regiões, para tornar possível os estudos midiáticos, Marques de Melo (2006, p. 17-20) constrói categorizações, que levam em consideração não apenas os aspectos político-administrativos, mas também os identitários. Nesse sentido, o pesquisador propõe duas categorias: 1) regiões supranacionais, formadas por “agrupamento de nações que possuem identidades em comum”; 2) regiões infranacionais, que representam um “parcelamento do território nacional de acordo com critérios político-administrativos”. Ele ainda elabora oito subcategorias, conforme observamos no Quadro 12.

**Quadro 12 – Categorizações das regiões midiáticas**

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Descrição das subcategorias</b>
<b>Regiões supranacionais</b>	Megarregião	Determinada por variáveis políticas, em função da proximidade geográfica.
	Multirregião	Determinada por variáveis culturais, independentemente da proximidade geográfica.
	Mesorregião	Determinada pela contigüidade geográfica, constituindo um espaço fragmentado composto pelas parcelas dos territórios nacionais que possuem identidade comum.
<b>Regiões infranacionais</b>	Macrorregião	Resultante da divisão territorial estabelecida pelo Estado, concentrando, para fins administrativos, unidades da Federação Brasileira
	Maxirregião	Resultante dos recortes determinados por fatores de natureza político-cultural.
	Midirregião	Formada por municípios ou trechos contíguos, dentro de uma mesma unidade federativa, ou adjacentes, cuja integração foi determinada por fatores aleatórios ou conjunturais.
	Minirregião	Correspondente à menor unidade político-administrativa do território nacional.
	Microrregião	Fragmento do território municipal, constituído em função de demandas administrativas ou habitacionais.

Elaborado pelo autor com base em Marques de Melo (2006)

Com base nesse estudo de Marques de Melo (2006, p. 17-20), podemos considerar que o conceito que temos de televisão regional no Rio Grande do Norte parte da ideia de que é um ambiente em que as transmissões ocorrem tanto em um nível de Macrorregião, tendo em vista que o sinal da maioria das emissoras consegue atingir quase a totalidade do território potiguar, quanto de Midirregião, uma vez que outros canais concentram as transmissões nas regiões da cidade onde está instalada a sede da TV, não se limitando aos limites dos municípios nem

ultrapassando as divisas do estado. No entanto, nesse caso, foram levadas em consideração apenas os territórios geográficos ocupados pela mídia televisiva potiguar.

Mas, a partir dessas categorizações, também verificamos que a ideia de região midiática pode estar relacionada tanto a uma divisão estabelecida pelo Estado ou pela geografia quanto pela identidade cultural, considerando os contextos políticos, histórico e socioeconômico dos territórios. Com isso, se confirma que a delimitação territorial da televisão regional é algo complexo e não deve ser tomada por meio de fronteiras imutáveis. As variáveis desse processo se tornam elementos a serem levados em conta, durante o estabelecimento das diretrizes a serem seguidas, sejam para um simples estudo ou por uma pesquisa mais ampla, mais detalhada.

No sentido de orientar as análises sobre os territórios midiáticos, Aguiar (2016) apresenta o conceito de escalas geográficas, com base nos estudos de Souza (2013, p.181-182), em que o autor propõe discutir a noção de escalas sob três pontos de vista: 1) a escala do fenômeno, que é objeto de pesquisa, analisa a abrangência física como tamanho e extensão; 2) a escala de análise, que é intelectualmente construída com base na relação existente entre o “objeto real” e o “objeto do conhecimento”, o que permite a identificação de características relevantes; 3) a escala da ação, que tem caráter estratégico e diz respeito à análise tanto do alcance espacial quanto das práticas dos agentes envolvido no processo investigado.

Com base nessa perspectiva, a pesquisadora identificou cinco escalas geográficas, divididas em: local, regional, nacional, internacional e global. Cada escala, por sua vez, é composta por níveis como: Hiperlocal, Microlocal, Mesolocal, Macrolocal, Microrregião, Mesorregião, Estado, Macrorregião, País, Continente, Região, Mundo. No Quadro 13, abaixo, é possível observar os detalhes dessas categorizações e recortes espaciais.

**Quadro 13 – Escalas geográficas**

<b>Escalas</b>	<b>Níveis</b>	<b>Recortes espaciais</b>
<b>Local</b>	Hiperlocal	“Nanoterritórios”: prédio público, unidade habitacional, rua, quadra...
	Microlocal	Quarteirão, sub-bairro, bairro, setor geográfico, comunidades rurais
	Mesolocal	Município, cidade, centro urbano
	Macrolocal	Metrópole, região metropolitana
<b>Regional</b>	Microrregião	Aglomerado de pequenas cidades
	Mesorregião	Aglomerado de cidades em torno de uma cidade-polo
	Estado	Unidade da federação
	Macrorregião	Divisão político-administrativa

<b>Nacional</b>	País	Território nacional, área urbanas fronteiriças
<b>Internacional</b>	Continente Região	Grupo de países de um continente, zonas intracontinentais, áreas transcontinentais
<b>Global</b>	Mundo	Totalidade dos países, articulações intercontinentais

Elaborado pelo autor com base em Aguiar (2016)

A partir dessa divisão, é possível verificar delimitações que levam em consideração os espaços geográficos ocupados e as relações entre eles. No entanto, para realizar a análise dos territórios por meio de escalas, principalmente com foco nos meios de comunicação, é preciso compreender a diferenciação básica entre “escala cartográfica” e “escala geográfica”. A primeira “é uma representação gráfica de um terreno ou território expressa por uma fração na qual cada centímetro corresponde a determinada dimensão do espaço concreto” e a segunda “diz respeito aos diferentes modos de percepção e de concepção da realidade espacial em recortes específicos” (Aguiar, 2019, p. 120-121). Por isso, a concepção de escalas geográficas é a que mais se aproxima das necessidades dos estudos da mídia, uma vez que o caráter transterritorial da ação multiescalar é considerada “um *modus operandi* dos movimentos sociais e ativistas que atuam em rede, e parece ser aplicável também à forma de atuação dos grupos proprietários de empresas jornalísticas e de emissoras de TV em processo de regionalização midiática” (Aguiar, 2016, p. 45).

Seguindo nessa perspectiva, Aguiar (2016) analisou 28 grupos e três empresas de comunicação em operação no Brasil, para compreender melhor a atuação dos grupos de mídia no país. Com isso, a pesquisadora identificou regiões midiáticas e propôs a divisão delas em cinco escalas, conforme o Quadro 14, divididas da seguinte forma: Nacional, Regional-supraestadual, Regional-estadual, Regional-subestadual, Local e Multirregional.

**Quadro 14 – Escalas das regiões midiáticas brasileiras**

<b>Escala</b>	<b>Descrição</b>
<b>Nacional</b>	Grupos ou empresas com pelo menos um título de jornal com mais de 60% da tiragem vendidos em diferentes regiões fora do estado da cidade-sede ou que tenha o controle financeiro ou operacional de uma rede de rádio ou TV.
<b>Regional-supraestadual</b>	Grupos cuja atuação ultrapasse os limites do estado de origem para estados contíguos, seja por meio da propriedade de veículos em diferentes localidades ou de parcerias com outros meios de âmbito regional ou nacional ou ainda com empresas de referência nacional ou grupos subnacionais para atuação regional.
<b>Regional-estadual</b>	Grupos sediados em capitais com alcance na maior parte do território estadual e que não ultrapassem esse âmbito geográfico.

<b>Regional-subestadual</b>	Grupos sediados em uma região metropolitana fora da capital do estado ou em uma cidade-polo de região econômica reconhecida, que restrinja a atuação a esse recorte espacial.
<b>Local</b>	Empresas cujo alcance do produto midiático é restrito a uma cidade que não seja capital nem centro de região metropolitana, com eventual extensão aos seus entornos.
<b>Multiterritorial</b>	Grupos que atuam em estados não contíguos ou em áreas de fronteiras do Brasil com outros países da América do Sul.

Elaborado com base em Aguiar (2016)

Ao analisar essa proposta multiescalar, é possível verificar que as categorizações são fundamentadas no alcance que os veículos de comunicação e não apenas nas demarcações político-administrativas estabelecidas pelo Estado, por meio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Com isso, percebemos que a televisão aberta do Rio Grande do Norte pode ser classificada como regional-estadual, tendo em vista que as sedes das emissoras que fazem parte desse ecossistema estão sediadas na capital ou nos maiores municípios dos grandes centros urbanos potiguares. As programações desses canais são transmitidas para grande parte do território do estado, sendo assistida pela maioria da população.

Essa constatação reforça a ideia de que a TV aberta potiguar pode ser classificada como televisão regional, uma vez que esse tipo de classificação leva em consideração a atuação das empresas de mídia e não apenas questões geográficas. Também são considerados nessa delimitação elementos identitários da população que tem acesso à programação produzida regionalmente no estado.

Em relação à TV por assinatura no Rio Grande do Norte, cujas transmissões e acessos aos canais ocorrem de forma restrita ao município de atuação da operadora, podemos considerar como sendo uma televisão local. Nesse caso, a programação chega a telespectadores em locais que não são da capital do estado e nem considerados como região metropolitana. Eventualmente, o sinal de alguma chega a pequenas áreas de seus entornos. É o que observamos nas operadoras TCM (Mossoró), Brisagnet (Mossoró), Telecab (Assu) e Sidy's (Currais Novos).

Apesar de as escalas apontarem caminhos a serem seguidos, Aguiar (2016) ressalta que o uso delas deve avaliar a natureza do objeto e feitas as adequações necessárias de acordo com os objetivos da análise a que se propõe. “Qualquer proposta de tipologia apenas para situar os recortes espaciais e orientar as escolhas dos níveis de análise, e terá que ser relativizada de acordo com o contexto específico da pesquisa” (Aguiar, 2016, p. 56).

Para Moore (2008), a escala também não deve ser concebida como uma categoria fixa ou dada, mas sim como socialmente construída, fluida e contingencial. Por isso, Souza (2013, p. 188) destaca que “da mesma maneira como variam os objetos de conhecimento, os modos

de construí-los e as questões (os problemas) que orientam essa construção”. Nesse sentido, as escalas devem ser vistas como elementos que “definem modelos espaciais de totalidades sucessivas e classificadoras e não uma progressão linear de medidas de aproximação sucessivas” (Castro, 2014, p.136). Para Aguiar (2015) a escala de observação torna visível certos atributos de determinado fenômeno. O que possibilita sua mensuração, análise e explicação. No entanto, o que se tem observado no Brasil é uma certa hierarquização.

A suposição de hierarquia entre os níveis escalares é uma das questões mais debatidas nas reflexões teóricas sobre a escala geográfica, que se aplicada aos estudos de jornalismo poderia justificar uma relação hierárquica entre os jornais ditos de “prestígio nacional” e os das demais escalas (regional, local, comunitário, de bairros), em vez de tratar cada escala apenas como um dos atributos de diferenciação entre eles (Aguiar, 2015, p. 5).

Aguiar (2019, p. 122) exemplifica como essa situação ocorre, ao afirmar que “é o caso dos estudos de jornalismo quando privilegiam a escala nacional como o lugar da excelência, do profissionalismo, em contraponto ao local e ao regional como precário e amador”. Isso acontece principalmente quando se leva em consideração que a escala “nacional” é atribuída ao chamado “jornalismo de referência” (produzido no eixo Rio-São Paulo). Mas, na verdade, não passa de jornalismo regional com ressonância nacional no debate público.

Numa visão anti-hierárquica, Castro (2014, p. 126) aponta que a “consequência mais flagrante do privilégio de uma escala de concepção em detrimento de outras é o aprisionamento do espaço de empiria a uma estrutura conceitual que nem sempre lhe é adequada”. Ele explica que a mudança de escala “não é uma questão de recorte métrico, mas implica transformações qualitativas não hierárquicas que precisam ser explicitadas” (Castro, 2014 p.134). Por isso, o recorte deve buscar unidades de concepção que coloquem “em evidência relações, fenômenos, fatos que em outro recorte não teriam a mesma visibilidade” (Castro, 2014, p.145).

Nessa perspectiva, a partir da proposta elaborada por Marcadé (1992 apud Camponez, 2002), deve-se adotar alguns critérios para que seja possível fazer as delimitações dos conteúdos da imprensa local e regional. Para a autora, a análise e categorização dos meios de comunicação regionalizados devem levar em consideração aspectos como: a localização territorial da sede da empresa ou grupo; o âmbito de difusão de cobertura, ou seja, o alcance; a vocação e a intencionalidade do produto midiático; o tratamento dado aos conteúdos produzidos pela mídia em questão; a percepção do veículo de comunicação sobre o público; e a relação com as fontes de informação institucionais.

Portanto, ao identificar os diversos lugares, territórios, níveis e categorias da televisão regionalizada, é possível verificar maneiras de perceber o próprio campo midiático. Nesse

sentido, Moreira (2009, p. 2) assegura que a comunicação pode ser adotada como perspectiva para a compreensão de espacialidades e territorialidades, uma vez que “o lugar da comunicação passou a fazer diferença ao: a) mostrar as formas como as pessoas acessam e usam os sistemas comunicacionais; b) identificar as direções dos fluxos da informação; c) dar a conhecer eventos que ocorrem em determinados espaços da comunicação”.

Souza (1995, p. 78) conceitua o território como um “espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder”. Por isso, Silva (2004, p. 83) também aponta que o conceito de espaço territorial deve “ser tratado em função de sua relação com os indivíduos”. Castilho e Chaparro (2009, p. 382) acreditam que o território deve ser compreendido “sob um prisma mais subjetivo, de um espaço no qual o ser humano estabelece um vínculo afetivo e simbólico, constrói sua história e concretiza suas relações e sua experiência no mundo”.

Para Assis e Carniello (2011), a ação e interação humana deve ser levada em consideração na delimitação dos territórios criados e ocupados pela mídia e não apenas a variável geográfica. Para eles, devem ser considerados os aspectos históricos, econômicos e culturais. “Independentemente do critério utilizado para a sua delimitação, parte-se do princípio de que um espaço se transforma em território – ou seja, delimita suas fronteiras espaciais, sociais e políticas – a partir do momento em que é apreendido, compreendido e transformado pela cultura humana” (Assis; Carniello, 2011, p. 57-58). Nesse sentido, podemos compreender a televisão regional como um território midiático construído e não formado por acaso, mas por elementos específicos do processo comunicacional televisivo.

O elemento comunicacional reside nos dois vértices da formação dos lugares: na própria viabilização de alterações do espaço natural pelos agrupamentos humanos – possibilitada pela interação entre indivíduos e ambiente – e na comunicação institucionalizada, produzida e veiculada pelos grupos de mídia, próprios do contexto contemporâneo, que nos apresentam um mundo mediado por representações – o qual, por sua vez, interfere na dinâmica social (Assis; Carniello, 2011, p. 57-58).

Nessa perspectiva, mesmo se discutindo a construção dos territórios geográficos, também é possível identificar uma tríade presente nesse processo: proximidade, pertencimento e identidade. São elementos que interagem de forma simultânea, mas sem sobreposição e que não podem ser observados de forma isolada. Segundo Coutinho (2008), esse vínculo está fundamentado em três eixos: 1) a complementaridade e troca de informações; 2) o sentimento de pertença inerente à humanidade; 3) o compartilhamento de uma mesma cotidianidade, a partir do fato da vivência comum.

Nesse sentido, Aguiar (2016, p. 31) explica que é por isso que os estudos sobre o nível local da televisão estão, na maioria das vezes, associados a duas relações principais: “a de proximidade geográfica com o público, as fontes e conteúdos com os quais lidam; e a identidade sociocultural e histórica com os territórios e sociabilidades dos quais emergem ou nos quais se inserem”. Aguiar (2015, p. 6) aponta ainda que o local “é muitas vezes identificado como um recorte político-administrativo correspondente ao município, ou à sua cidade sede, ou ainda a qualquer cidade, independente de reconhecimento formal. Pode ainda ser estendido às suas subescalas, como um povoado, um bairro ou um setor geográfico”.

Para Camponez (2002, p. 103), “as especificidades da imprensa regional e local resultam, fundamentalmente, do seu compromisso com a região e do seu projeto editorial. É nesse compromisso que frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneiza a comunicação”. No entanto, apesar de esses fatores identitários serem importantes e primordiais no processo de regionalização da televisão, o pesquisador (2002) alerta que:

[...] o território de pertença e identidade, ao qual a informação local parece estar ancorada, pode por si condicionar as formas de expressão de uma comunicação de massa, circunscrevendo os *media* locais e regionais a forma de comunicações mediatizadas a uma escala mais restrita e comunitária. No entanto, devemos desde já notar que o território não é necessariamente um limite às audiências (Camponez, 2002, p. 108).

Seguindo nessa perspectiva destaca-se ainda que, quando o foco é a escala local, a mídia televisiva produzida no interior segue lógicas culturais e sociais próprias, diferentes das identificadas nos grandes centros urbanos. Para Assis (2013, p. 3), “o interior é cenário com dimensões bem mais amplas do que sua demarcação territorial”. Na busca por estratégias comunicativas que atendam melhor a realidade das pequenas cidades ou municípios, o jornalismo interiorano apresenta características específicas. “Suas estruturas, suas rotinas, seus agendamentos, sua recepção e até mesmo os efeitos provocados pela informação de atualidade exibem, nesse âmbito, dinâmicas consideravelmente diferentes das identificadas em cenários nacional e internacional” (Assis, 2013, p. 3-4).

De acordo com Aguiar (2016, p. 128), “o discurso regionalista pode ser usado para ressignificar regiões previamente categorizadas, com fins de atribuições de novo sentido funcional ou performativo”. O que reforça a existência de territórios construídos pela mídia. Para Salovaara-Moring (2004 apud Aguiar, 2016, p. 122), a construção da região como uma formação discursiva “exige uma análise tanto das condições históricas, sociais e econômicas nas quais discursos específicos ocorrem quanto, recorrentemente, de como os discursos são formatados pelas práticas sociais e institucionais que mantêm essa produção simbólica”.

Com isso, percebemos que o discurso da mídia regional “empregará sempre esforços no sentido de reforçar as relações de proximidade e de pertencimento, disponíveis aos públicos habitantes em dada faixa territorial e também ao mercado ali operante” (Oliveira, 2013, p. 116). Essa estratégia é destacada por Haesbaert (2010, p. 16) ao concluir que “o discurso da mídia e a formação do senso comum alimentam uma revalorização do ‘regional’, ainda que ele seja entendido de maneiras muito distintas”. Por isso, Aguiar (2016) aponta que as mudanças que vem reconfigurando a mídia regional representam um movimento de mão dupla.

De um lado, jornais e emissoras de TV locais e regionais cada vez mais engajados no ambiente digital, o que aumenta a visibilidade para além do seu espaço geográfico; de outro, uma série de iniciativas de descentralização e diversificação tanto de conteúdos, com foco em audiências localizadas, por parte da mídia de referência nacional, quanto das cotas publicitárias, por parte do governo federal (Aguiar, 2016, p. 106).

Portanto, ao analisar os territórios ocupados pela televisão local/regional no ecossistema midiático contemporâneo, verificamos que as delimitações não podem ser feitas levando apenas em consideração o espaço geográfico, apesar de serem parte importante desse processo de compreensão da mídia regionalizada. Da mesma forma, não é possível conceber a regionalização sem identificar e analisar os elementos simbólicos, como as identidades culturais. Por isso, as propostas de categorizações, como as escalas geográficas da mídia brasileira, representam mais um método colocado à disposição para os estudos da mídia. No caso desta pesquisa, essas discussões contribuíram para estabelecer os caminhos a serem seguidos para a construção de uma proposta de periodização da mídia televisiva regional.

#### **4 A CONSTRUÇÃO DA PERIODIZAÇÃO DA MÍDIA REGIONAL**

A partir da revisão conceitual e da discussão teórica sobre a regionalização da televisão no Brasil, foi concluída a primeira etapa desta pesquisa de doutorado em estudos da mídia. A contextualização histórica foi necessária para que fosse possível compreender o processo de implantação e desenvolvimento da TV, observando como ocorreu a expansão desse meio de comunicação pelas regiões e estados brasileiros.

As análises sobre o ecossistema televisivo contemporâneo e as novas práticas sociais, além das definições conceituais sobre a televisão regionalizada e os territórios ocupados por ela, também foram fundamentais para que fosse iniciada mais uma etapa desta investigação, com foco na construção de uma periodização da trajetória da TV no Rio Grande do Norte. Por isso, neste capítulo serão apresentados os procedimentos metodológicos que foram utilizados durante o processo de investigação da trajetória da televisão no Rio Grande do Norte.

Esta pesquisa tem como recorte temporal os primeiros cinquenta anos da televisão potiguar, compreendidos entre 2 de dezembro de 1972 e 2 de dezembro de 2022, como será detalhado mais à frente no capítulo 5. A escolha desse período se deu, primeiramente, pela data inicial representar o dia em que começaram a ser realizadas as produções televisivas no Rio Grande do Norte, por meio da produção de aulas para o projeto Satélite Avançado de Comunicações Interdisciplinares (SACI), que depois se tornaria a TV Universitária (Pedroza, 2017). Essa delimitação, também foi escolhida pelo fato de a data final marcar a comemoração do cinquentenário da televisão potiguar, fechando assim um ciclo temporal relevante para os estudos da mídia televisiva no estado.

Como objeto empírico, a investigação analisou as trajetórias das 11 emissoras de televisão transmitidas em sinal aberto e das cinco operadoras da TV por assinatura que atuam no Rio Grande do Norte, com produção e transmissão de conteúdo local (Sales Júnior, 2020). Essa delimitação do objeto se mostrou necessária para que pudessem ser colhidas informações relevantes e que o estudo conseguisse alcançar uma parcela representativa da trajetória da TV potiguar. Para delimitar de forma objetiva e direcionada aos objetivos desta pesquisa, foram investigadas apenas as geradoras de programação local/regional. Portanto, não foram objeto deste estudo as retransmissoras nem as estações repetidoras de sinal.

Por estudar a trajetória da televisão regional, com foco no Rio Grande do Norte, esta pesquisa caracteriza-se como exploratória. Para Gil (2002, p. 41), “a pesquisa exploratória tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu

planejamento é bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado”. Lakatos e Marconi (2003) confirmam que esse tipo de investigação pode auxiliar bastante no desenvolvimento dos estudos das Ciências Humanas.

São investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos. Empregam-se geralmente procedimentos sistemáticos ou para a obtenção de observações empíricas ou para as análises de dados (ou ambas, simultaneamente) (Lakatos; Marconi, 2003, p.186).

Ao analisar a trajetória da televisão no Rio Grande do Norte, este estudo também buscou descrever as práticas sociais identificadas ao longo dos períodos pesquisados. Por isso, esta investigação também se configura como descritiva. “As pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática. São também as mais solicitadas por organizações como instituições educacionais, empresas comerciais, partidos políticos etc.” (Gil, 2002, p. 42)

Além de ser configurado como exploratório e descritivo, inevitavelmente, este estudo também se caracteriza como participante, pelo fato de o pesquisador atuar em emissoras potiguares há mais de 16 anos, nas funções de pauteiro, produtor, repórter, editor e apresentador. Sobre esse tipo de investigação, Lakatos e Marconi (2003, p.194) explicam que o observador “se incorpora ao grupo, confunde-se com ele. Fica tão próximo quanto um membro do grupo que está estudando e participa das atividades normais deste”.

Nessa linha de pensamento, Mann (1970, p. 96) considera a observação participante como uma "tentativa de colocar o observador e o observado do mesmo lado, tomando-se o observador um membro do grupo de molde a vivenciar o que eles vivenciam e trabalhar dentro do sistema de referência deles". Nesse sentido, Martins (2006, p. 23) destaca também que as técnicas de observação são sensoriais, uma vez que “envolve a percepção sensorial do observador, distinguindo-se, enquanto prática científica da observação da rotina diária”.

Apesar da proximidade entre o investigador e o objeto de estudo, o processo de investigação científica também impõe um certo distanciamento para não comprometer os resultados finais do estudo. Por isso, esse foi um dos cuidados que estiveram presentes ao longo desta pesquisa, tanto na coleta quanto análise das informações, sempre na busca pela identificação e compreensão dos períodos de desenvolvimento da trajetória da TV potiguar.

Pelo fato de também buscar a contextualização de acontecimentos sociais, políticos, culturais e econômicos locais, além das práticas sociais das emissoras de TV, a pesquisa utilizou

uma abordagem de caráter qualitativo. Sobre esse método, Minayo (2010, p.24) explica que ele “atua com matéria-prima das vivências, das experiências, da cotidianidade e também analisa as estruturas e as instituições, mas entendem-nas como ação humana objetivada”. O autor também deixa clara a diferença entre abordagens qualitativa e quantitativas.

A diferença entre qualitativo-quantitativo é de natureza. Enquanto cientistas sociais que trabalham com estatística apreendem dos fenômenos apenas a região “visível, ecológica, morfológica e concreta”, a abordagem qualitativa aprofunda-se no mundo dos significados das ações e relações humanas, um lado não perceptível e não captável em equações, médias e estatísticas (Minayo, 2003, p. 22).

Com base nisso, confirmou-se que a abordagem qualitativa era a mais adequada para o desenvolvimento da presente pesquisa. Flick (2009) confirma que esse é um procedimento importante para o estudo das relações sociais. Isso se torna necessário principalmente quando se leva em consideração a visível pluralização das esferas da vida e a complexidade de se investigar as diversas dimensões desses campos. Godoy (1995, p. 58) explica ainda que esse tipo de abordagem “envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto com o pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos”.

Por esta pesquisa necessitar da utilização de variados métodos e técnicas e de a pesquisa no campo da história da mídia apresentar características próprias, verificou-se a necessidade de se propor caminhos metodológicos específicos que pudessem melhor atender aos objetivos definidos para esta investigação. Por isso, essa construção metodológica se constituiu em uma hibridização do estudo de caso, aqui realizado com a trajetória da televisão no Rio Grande do Norte, com a periodização da História, a partir da divisão das fases da TV potiguar, com a finalidade de sistematizar os estudos da mídia televisiva regional.

Nesse sentido, o presente trabalho de pesquisa definiu quatro etapas principais para que fosse realizada a periodização da mídia regional, que no caso do recorte deste estudo foi a trajetória da televisão do Rio Grande do Norte. O processo de pesquisa teve início com os estudos das trajetórias das emissoras de TV, que operam nos territórios potiguares, tanto transmitida em sinal aberto quanto operada nos canais fechados (Passo 1), seguida da identificação de memórias registradas nela mesma e em outras mídias como portais de notícias, jornais impressos, plataformas de streaming e redes sociais (Passo 2).

Um outro passo nessa investigação foi a utilização da história oral (Passo 3), tendo em vista a escassez de estudos aprofundados sobre determinadas temáticas e a necessidade de se buscar novas fontes. Por fim, com as informações coletadas e analisadas, foi construída então

a periodização da trajetória da televisão potiguar (Passo 4). Portanto, foram esses os passos definidos e seguidos ao longo da execução desta pesquisa, conforme observamos na figura 4.

**Figura 4 – Periodização da Mídia Regional**



Elaborado pelo autor (2023)

Com a definição desse roteiro metodológico, foi elaborada uma periodização da trajetória da televisão no Rio Grande do Norte que será apresentada no próximo capítulo. Antes disso, serão detalhados aqui os passos seguidos por este trabalho de investigação, além da discussão teórica envolvendo os procedimentos, métodos e técnicas utilizados para alcançar os objetivos desta investigação e os resultados esperados.

#### 4.1 OS ESTUDOS DAS TRAJETÓRIAS DAS EMISSORAS DE TV

Para atingir os objetivos da pesquisa, inicialmente, foi realizada uma análise bibliográfica para levantar o conhecimento científico já produzido sobre o tema. Essa investigação das referências publicadas na área começou a ser feita ainda no momento de elaboração do projeto de pesquisa, apresentado durante o processo de seleção de doutorado, e foi sendo aprimorada a cada disciplina cursada, além das orientações com a professora orientadora e durante as apresentações dos Seminários de Pesquisa, com as sugestões de leituras dadas pelos componentes das bancas. Esta etapa serviu de base para o planejamento das fases seguintes da investigação sobre a trajetória da televisão potiguar.

Inserida no contexto da pesquisa qualitativa, a pesquisa bibliográfica, trata-se de uma etapa muito importante e essencial de um trabalho de investigação científica, pois tem como proposta o estudo de textos impressos nas quais são buscadas as informações necessárias para progredir no estudo de um tema de interesse (Silva; Oliveira; Silva, 2021, p. 96).

Dessa forma, por meio da pesquisa bibliográfica, o pesquisador toma conhecimento da dimensão teórica do tema de pesquisa e elenca as conceituações necessárias que darão sustentação à investigação que se pretende desenvolver. Por isso, esta etapa foi decisiva para a realização de um trabalho de qualidade, atualizado, consistente e fundamentado teoricamente

(Silva; Oliveira, Silva, 2021). Stumpf (2012) complementa a definição sobre esse tipo de pesquisa ao caracterizá-la como sendo:

[...] um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico (Stumpf, 2012, p. 51).

O levantamento bibliográfico foi realizado a partir de pesquisas realizadas nos bancos de publicações da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação (Compós), da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), do Repositório da UFRN e do Google Scholar, além dos anais de eventos de entidades como Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) e Sociedade Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar).

As consultas foram feitas pela internet, utilizando palavras-chaves como: Televisão brasileira; TV regional; Ecologia das Mídias; Regionalização; Rio Grande do Norte; Potiguar, além de outras sobre casos específicos ao longo do desenvolvimento dos estudos. Essas palavras contribuíram para localizar artigos, teses, dissertações, resenhas e livros sobre os principais pontos investigados pela pesquisa.

A pesquisa bibliográfica também compreendeu os estudos sobre os contextos socioeconômico, político e cultural do Brasil, que contribuíram, direta ou indiretamente, para a implantação e expansão da TV em território potiguar. Isso foi feito por meio de consultas a estudos e publicações sobre as histórias do país, da região Nordeste e do estado do Rio Grande do Norte. Essa foi uma contextualização necessária para embasar as divisões dos períodos verificados na trajetória da TV potiguar.

Qualquer que seja a pesquisa, a necessidade de consultar material publicado é imperativa. Primeiramente, há a necessidade de se consultar material adequado à definição do sistema conceitual da pesquisa e à sua fundamentação teórica. Também se torna necessária a consulta ao material já publicado tendo em vista identificar o estágio em que se encontram os conhecimentos acerca do tema que está sendo investigado (Gil, 2008, p. 75).

A busca por estudos realizados e publicados no campo delimitado pela pesquisa aqui desenvolvida também serviu para comprovar a carência de material quando nos propomos a estudar a televisão regional no Brasil, assim como o processo de regionalização desse veículo pelo país. A escassez de publicações de pesquisas aprofundadas sobre a temática torna o

trabalho científico nessa área ainda mais desafiador e relevante, na tentativa de ampliar o conhecimento sobre o ecossistema televisivo regionalizado.

Seguindo o percurso metodológico traçado para a realização da presente investigação, também foram utilizadas outras técnicas para obter informações específicas sobre as emissoras de TV do estado. Foram feitas análises de documentos oficiais sobre as concessões de TV e consultas à legislação brasileira, como, por exemplo, o Código Brasileiro de Telecomunicações, as leis de regulamentação da radiodifusão, de criação da televisão educativa, da TV por assinatura e do Sistema Brasileiro de TV Digital, além da Constituição Federal de 1988. Essa investigação contribuiu para complementar a construção do conhecimento sobre a televisão no Brasil, no Nordeste e no Rio Grande do Norte.

No campo de estudos da comunicação midiática, a análise documental costuma ser utilizada “no resgate da história de meios de comunicação, personagens ou períodos” e também serve “como expediente a consulta a documentos oficiais, técnicos ou pessoais” (Moreira, 2005, p. 270). Helder (2006, p. 1-2), explica que esse tipo de técnica “vale-se de documentos originais, que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor”, por isso, “é uma das técnicas decisivas para a pesquisa em ciências sociais e humanas”.

Nessa perspectiva, Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009) chamam a atenção para a diferenciação entre pesquisa bibliográfica e pesquisa documental.

A pesquisa documental é muito próxima da pesquisa bibliográfica. O elemento diferenciador está na natureza das fontes: a pesquisa bibliográfica remete para as contribuições de diferentes autores sobre o tema, atentando para as fontes secundárias, enquanto a pesquisa documental recorre a materiais que ainda não receberam tratamento analítico, ou seja, as fontes primárias (Sá-Silva; Almeida; Guindani, 2009, p. 6).

Seguindo nesse sentido, Oliveira (2007) destaca a importância de os cientistas compreenderem a diferença entre fontes primárias e fontes secundárias. As primárias são caracterizadas por dados originais, que tem uma relação direta com os fatos a serem analisados. Ou seja, o pesquisador é quem vai analisá-los para torná-los compreensíveis. Por outro lado, existem as fontes secundárias, que compreendem as informações que já foram trabalhadas por outros estudiosos e, por isso, são de domínio científico.

Ainda sobre a importância do uso de documentos em pesquisas, Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009, p. 2) destacam que a “riqueza de informações que deles podemos extrair e resgatar justifica o seu uso em várias áreas das Ciências Humanas e Sociais porque possibilita ampliar o entendimento de objetos cuja compreensão necessita de contextualização histórica e sociocultural”. Cellard (2008) complementa esse pensamento ressaltando também que:

[...] o documento escrito constitui uma fonte extremamente preciosa para todo pesquisador nas ciências sociais. Ele é, evidentemente, insubstituível em qualquer reconstituição referente a um passado relativamente distante, pois não é raro que ele represente a quase totalidade dos vestígios da atividade humana em determinadas épocas. Além disso, muito frequentemente, ele permanece como o único testemunho de atividades particulares ocorridas num passado recente (Cellard, 2008, p. 295).

Concluída essa etapa, teve início o planejamento e realização de um estudo de caso. Para Ventura (2007), o método é eficiente para pesquisar especificidades de uma determinada situação investigada, uma vez que particulariza um objeto e observa suas nuances intrínsecas. "No estudo de caso o que se pretende é investigar, como uma unidade, as características importantes para o objeto de estudo da pesquisa" (Ventura, 2007, p. 384).

Yin (2015, p. 32) complementa essa definição ao propor que o método como “uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas”. Por isso, o estudo de caso se apresenta como um grande desafio das ciências sociais aplicadas. “Como método de pesquisa, o estudo de caso é usado em muitas situações, para contribuir ao nosso conhecimento dos fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados” (Yin, 2015, p. 4).

Yin (2015) destaca que existem pelo menos cinco situações em que a aplicação do estudo de caso se justifica: 1) para explicar vínculos causais, onde há intervenções na vida real que são muito complexas; 2) quando é preciso descrever intervenções, dentro do contexto em que acontecem; 3) para ilustrar tópicos específicos de uma investigação; 4) para explorar uma situação complexa de resultados; 5) Como uma forma de avaliação para compreender determinados processos.

Portanto, a partir da reflexão desses conceitos apresentados por Yin (2015), o estudo de caso se confirmou como um procedimento metodológico relevante e em acordo com o tipo de pesquisa que foi desenvolvido aqui, sobre a trajetória da televisão do Rio Grande do Norte. Afinal, esta investigação se justificou como uma forma de explicar intervenções sociais feitas pela mídia, consideradas complexas, buscando descrever os principais contextos em que elas acontecem. Além disso, se apresenta como uma forma de entender melhor determinados processos ou fenômenos presentes no ecossistema televisivo, no momento da pesquisa.

Esse tipo de metodologia torna a investigação mais flexível, uma vez que a utilização das técnicas vai depender da necessidade verificada durante os trabalhos de pesquisa. Para Gil (2002) essa multiplicidade de fontes de pesquisa constitui o principal recurso utilizado pelo

estudo de caso para conferir significância a seus resultados. “Pode-se dizer que, em termos de coleta de dados, o estudo de caso é o mais completo de todos os delineamentos, pois vale-se tanto de dados de gente quanto de dados de papel” (Gil, 2002, p. 141).

No entanto, Martins (2008) alerta para a necessidade de um planejamento prévio e da criação de um protocolo, composto de métodos e técnicas que serão utilizados para desenvolver a pesquisa e alcançar resultados confiáveis e relevantes.

O trabalho de campo – estudo do caso – deverá ser precedido por um detalhado planejamento, a partir de ensinamentos advindos do referencial teórico e das características próprias do caso. Incluirá a construção de um protocolo de aproximação com o caso e de todas as ações que serão desenvolvidas até se concluir o relatório do estudo. O protocolo se constitui em um conjunto de códigos, menções e procedimentos suficientes para se replicar o estudo, ou aplicá-lo em outro caso que mantém características semelhantes ao estudo de caso original (Martins, 2008, p. 10).

Portanto, a aplicação do estudo de caso nesta pesquisa foi fundamental para que pudéssemos planejar e organizar a utilização de técnicas e métodos diversos para construir uma periodização da televisão do Rio Grande do Norte. “A pesquisa de estudo de caso pode incluir tanto estudo de caso único quanto de casos múltiplos” (Yin, 2015, p. 33). Os estudos das trajetórias das emissoras de TV potiguares, transmitidas tanto em sinal aberto quanto pelas operadoras da TV por assinatura, foi apenas o primeiro passo nesse processo de compreensão de como ocorreu o desenvolvimento desse veículo de comunicação no estado.

#### 4.2 A BUSCA DAS MEMÓRIAS NAS MÍDIAS

Como continuidade da primeira etapa e ainda como parte do estudo de caso, a investigação contou com uma pesquisa nas memórias de outros meios de comunicação do Rio Grande do Norte. Esse trabalho considerou que ao mesmo tempo que as mídias constroem suas trajetórias, por meio das práticas sociais e interações com a sociedade na qual estão inseridas, elas registram os caminhos percorridos. Por isso, a própria mídia estudada se torna fonte de informações sobre ela mesma. Daí a necessidade de se resgatar esses rastros de memória para alcançar os objetivos de uma investigação que se propõe a estudar as emissoras da TV regional.

A televisão tem a peculiaridade de vai e vem, de ir e vir nas narrativas, capaz de mostrar o passado para que possa ser comparado com outros passados e com o presente. É a TV como um lugar de arquivo para acionar memórias. Com o avanço da tecnologia, com o acesso aos dispositivos móveis e com o arquivo digital, cada vez mais presente (Bressan Junior, 2019, p. 203).

Neste momento do desenvolvimento da pesquisa, o trabalho de resgate das memórias foi realizado através da análise dos arquivos de vídeos das emissoras de televisão do Rio Grande do Norte, que compõem o nosso objeto de estudo. O que pôde ser feito tanto diretamente no Centro de Documentação (CEDOC), onde ficam arquivados os vídeos nas empresas de comunicação, quanto nos vídeos postados na internet e redes sociais digitais, principalmente no YouTube e Instagram. “Esses fragmentos de imagens, ao qual chamamos de arquivo, é o que nos possibilita compreender a imagem como um documento. Uma imagem viva, uma comprovação que nos remonta para uma determinada época, acontecimento ou mesmo período histórico ali registrado” (Souza, 2021, p. 107).

A utilização desses arquivos se justificou pela necessidade de coleta de informações ou confirmações de impressões que foram surgindo ao longo dos estudos sobre as trajetórias das emissoras de televisão do Rio Grande do Norte. Além disso, o uso dessa técnica serviu para a ilustração imagética do trabalho, contribuindo para uma compreensão maior de como se deram as fases de desenvolvimento do ecossistema televisivo potiguar.

Ainda nesta etapa dos estudos, foram resgatadas as memórias sobre a televisão que foram registradas em outras mídias como jornal impresso, sites e redes sociais digitais. Pelas características que são comuns aos meios de comunicação, como agentes de reconstituição da realidade social, esses espaços se apresentam como lugares de memórias. “A mídia participa da própria natureza do acontecimento e tem com ele uma relação de interioridade. Por isso, podemos considerar a mídia um lugar central na produção de memórias coletivas, profundamente sintonizada com o regime de temporalidade vigente” (Ribeiro, Sacramento, 2020, p. 26).

Dosse (2013, p. 260) segue nessa mesma linha de pensamento sobre as mídias ao destacar que “cada vez mais, é através delas que o acontecimento existe. Para ser, o acontecimento deve ser conhecido, e as mídias são de maneira crescente os vetores dessa tomada de consciência”. Essa colocação do pesquisador contribui para reafirmar o papel da mídia, seja ela qual for, como espaços de memória.

Como exemplo de lugar de memória, Musse e Thomé (2016) destacam o jornalismo, uma vez que os registros jornalísticos nos permitem lembrar de acontecimentos passados. “Assim funciona a imprensa, sobretudo nas lembranças. O jornalismo deve ser considerado um “lugar de memória”, porque nos dá a dimensão daquilo que devemos lembrar e aquilo que deve ser esquecido” (Musse; Thomé, 2016, p.67). Para as autoras, a imprensa tem o poder de

selecionar e hierarquizar o que deve ser lembrado ou esquecido. Ribeiro e Sacramento (2020, p. 22) registram ainda que:

Os lugares de memória, para serem considerados como tais, devem ter três características: material, simbólico e funcional. Todas elas existem em graus diferentes, embora sempre presentes. Por outro lado, o que os torna lugares de memória é um jogo de memória e história, uma interação de ambos os fatores que permite sua sobredeterminação recíproca (Ribeiro, Sacramento, 2020, p. 22).

Nessa linha de pensamento, segundo Souza (2021, p. 113), “a memória passa a ser representada por versões produzidas pela imprensa que, ao serem divulgadas, tornam-se memórias desses acontecimentos”. O que contribui para que a televisão, então, se caracterize efetivamente como um lugar de memória.

No contexto desses lugares de memória, o conteúdo audiovisual televisivo, especificamente mantido nos arquivos de televisão, está presente nos artefatos que foram sendo desenvolvidos ao longo da própria experiência do homem com o trabalho em torno das imagens. E, da necessidade de manipulação posterior ao uso inicial com essas imagens no ambiente televisivo (Souza, 2021, p. 114).

É importante registrar e destacar também a dificuldade de acesso a esses arquivos tendo em vista que, no caso das emissoras comerciais, depende de autorização prévia das empresas de comunicação. Nesse cenário, verificamos ainda problemas como o não arquivamento de produções televisivas, principalmente as produzidas nos primeiros anos de operação da TV no estado, ou a perda de registros pela falta de estrutura e cuidados necessários para a conservação das tecnologias que dão suporte ao arquivo. Por isso, imagens do início da televisão potiguar não puderam ser consultadas, bem como as informações contidas nelas.

Ainda sobre a dificuldade de acessar os arquivos das mídias, o mesmo pôde ser verificado nos jornais impressos, portais de notícias e redes sociais, que apesar da grande capacidade de armazenamento oferecida pelo meio digital nem sempre conseguem manter reportagens, postagens e páginas no ar por longos períodos, ficando o material produzido por eles inacessíveis para consultas futuras. Nesse sentido, segundo Souza (2021), observa-se que:

[...] há um paradigma da desmaterialização desse tipo de conteúdo que passa a ser armazenado em nuvens eletrônicas. Assim, se por um lado esses arquivos em nuvens possibilitam melhor fluxo e tráfego da informação operando em sistemas digitais, eles também apresentam fragilidades e também podem ser direcionados para o esquecimento – devido ao volume de informação que é produzida e que circula atualmente (Souza, 2021, p. 121).

Apesar das limitações impostas pela implementação de diferentes tecnologias ou suportes, ao longo da trajetória da televisão e das demais mídias, os arquivos produzidos por elas se tornam lugares de memórias, onde ficam armazenadas informações importantes para os trabalhos de pesquisa. Sobre o desenvolvimento tecnológico, Edmondson (2017, p. 33) lembra que o “arquivamento audiovisual acontece em uma ampla gama de tipos de instituições e está em constante desenvolvimento à medida que se expandem as possibilidades de distribuição física e digital”. Daí a necessidade de implementação de uma cultura do arquivamento, proposta por Souza e Cajazeira (2020), que enfatizam que seria “mais do que um hábito de realizar o arquivamento dessas produções; é dar visibilidade para esse tipo de documento e criar um sistema próprio de memória” (Souza; Cajazeira, 2020, p. 77).

Na busca pelo resgate da memória da televisão no Rio Grande do Norte, os registros nas mídias não foram suficientes para atender as necessidades e os objetivos desta pesquisa. Por esse motivo, também foram utilizados outros métodos e técnicas, como a história oral.

#### 4.3 A HISTÓRIA ORAL COMO FERRAMENTA METODOLÓGICA

Pelo fato de a trajetória da televisão no Rio Grande do Norte ser uma temática ainda pouco explorada, que carece de estudos aprofundados, a pesquisa nessa área muitas vezes precisa dos personagens que atuaram nos canais de TV e que, portanto, podem trazer detalhes relevantes para os estudos. O uso da história oral se apresenta como uma alternativa para preencher eventuais lacunas deixadas nas etapas anteriores. Esse é um trabalho que tem apoio na definição feita por Meihy (2000), ao explicar do que se trata essa técnica.

História oral é o conjunto de procedimentos que se iniciam com a elaboração de um projeto e continuam com a definição de um grupo de pessoas (ou colônia) a serem entrevistadas, com o planejamento da condução das gravações, com a transcrição, com a conferência do depoimento, com a autorização para o uso, arquivamento e, sempre que possível, com a publicação dos resultados que devem, em primeiro lugar, voltar ao grupo que gerou as entrevistas (Meihy, 2000, p. 15).

Sobre o uso da história oral, Alberti (2004, p 16) também reforça a relevância dessa técnica ao falar que sua peculiaridade “decorre de toda uma postura com relação à história e às configurações socioculturais, que privilegia a recuperação do vivido conforme concebido por quem viveu”. Ribeiro (2015, p. 75) também destaca a importância desse tipo de procedimento ao afirmar que “os depoimentos ajudam a recuperar informações sobre fatos e processos que só podem ser conhecidos pela narrativa daqueles que os viveram diretamente ou daqueles que os

presenciaram de alguma maneira”. Ribeiro e Sacramento (2020, p. 59) ressaltam ainda que embora “haja imprecisões, inconfissões, silenciamentos e esquecimentos na memória dos sujeitos, a expectativa social em relação ao testemunho é o de uma verdade relatada e experimentada. O testemunho seria duplamente experiência e narrativa”.

Quanto ao campo de uso dessa técnica nas pesquisas da comunicação, “não se pode dizer que pertença mais à história do que à antropologia, nem tampouco que seja uma disciplina particular no conjunto das ciências humanas. Sua especificidade está no próprio fato de se prestar a diversas abordagens, de se mover num terreno multidisciplinar” (Alberti, 2013, p. 20). Por outro lado, também devemos destacar que ela serve como base para a realização de outros estudos sobre a mesma temática ou pontos específicos de áreas afins, como destaca Ribeiro (2015, p.75), quando propõe que “a história oral é uma metodologia que produz (ou fabrica) um conjunto de fontes pode servir como referência para os mais diversos trabalhos sobre a história da mídia e do jornalismo”.

Ribeiro (2015) resalta ainda a importância da história oral para a compreensão dos contextos envolvidos no fenômeno estudado.

Os depoimentos são uma fonte importante para a compreensão do passado do jornalismo numa diversidade de aspectos: sociais, culturais, econômicos, estéticos, tecnológicos, discursivos, editoriais e políticos. Mas não podem, obviamente, ser encarados como índices absolutos da verdade. Deve-se levar em conta o trabalho da linguagem e de enquadramento da memória realizado pelos entrevistados, no caso os jornalistas (Ribeiro, 2015, p. 75).

Meihy (2010) também destaca que o refinamento das reflexões sobre história oral tem proposto que se leve em conta a existência de gêneros ou ramos diversos dessa matéria.

Uma seria história oral de vida; outra história oral temática; história oral testemunhal é variação da história oral temática com ênfase na participação dos fatos traumáticos narrados, e, por fim a tradição oral seria expressão de trabalhos feitos com base na observação e relacionamento de mitos explicativos de condutas sociais (Meihy, 2007, p. 189-190).

Essas diferentes perspectivas sobre a história oral reforçam a relevância da utilização desse tipo de procedimento metodológico na presente investigação. No entanto, como o detalhamento da trajetória da televisão não é o objetivo principal desta pesquisa, que se concentra especificamente na identificação e delimitação das fases de desenvolvimento da televisão potiguar, de uma forma mais ampla. Neste trabalho, o uso dessa metodologia ocorreu de forma indireta. Ao longo dos estudos, foram feitas entrevistas voltadas para a produção e

publicação de artigos científicos e capítulos de livros sobre diversos temas, que tinham relação direta com o campo delimitado por esta pesquisa.

Os entrevistados desses estudos foram escolhidos de acordo com as necessidades de informações verificadas com o desenvolvimento da pesquisa. As publicações contaram com as contribuições de proprietários das emissoras, gestores e profissionais que ainda atuam ou já atuaram nos períodos analisados, como repórteres, produtores e apresentadores. Foram confirmações de informações relevantes para complementar os estudos das trajetórias dos canais de TV do Rio Grande do Norte e as práticas sociais que ajudaram a configurá-la.

As entrevistas realizadas durante a produção dessas publicações serviram para a confirmação de informações e dados, além de contribuir para a identificação de fontes relevantes a serem pesquisadas. Portanto, o conteúdo dessas entrevistas serviu de apoio para a condução da pesquisa, por se mostrarem relevantes para a compreensão geral do processo de implantação e expansão da televisão no Rio Grande do Norte.

A partir da conclusão desta e das etapas anteriores, foi possível identificar fatos e contextos importantes para a compreensão da trajetória da mídia televisiva potiguar. No caso desta pesquisa, o objetivo foi reunir as principais informações sobre como as emissoras de televisão se expandiram pelo Rio Grande do Norte. Com isso, no passo seguinte, foi possível realizar o trabalho de construção de uma periodização da TV no estado.

#### 4.4 A PERIODIZAÇÃO DA TRAJETÓRIA DA TELEVISÃO POTIGUAR

Dando sequência ao estudo, começou de fato a ser realizado o trabalho de periodização, começando efetivamente a divisão e classificação dos acontecimentos que revelam o início e o fim de períodos de desenvolvimento da TV, como as práticas sociais e os momentos que se destacaram e que foram decisivos para definir os rumos desse veículo de comunicação. Rossetto (2009) explica em que consiste a periodização da história.

A divisão da história em fases é o exercício de traçar, descrever e recortar, com base em momentos marcantes, a trajetória de desenvolvimento de determinado objeto. Nessa atividade, tanto a análise do contexto, como do mercado e da sua relação com o Estado, constituem os subsídios para apresentar, de forma sistemática, a totalidade da história política, econômica e, quando o caso, tecnológica do objeto da pesquisa, marcando suas diferentes fases (Rossetto, 2009, p. 2).

Ivashita e Coelho (2019) complementam essa definição e destacam também os campos de uso dessa técnica pertencente a área de estudos da História, mas também com aspectos

importantes para o desenvolvimento de pesquisas sobre a comunicação midiática, principalmente sobre a história da mídia.

A periodização está presente, em particular, nas Ciências Humanas, com a finalidade de construir, para efeitos analíticos, uma divisão em períodos ou eras. Afirma-se ainda que a periodização é um processo complexo e importante para as ciências do homem que, para melhor entender e organizar o conhecimento da história da humanidade, é preciso delimitar o sujeito em suas dimensões temporais (Ivashita; Coelho, 2019, p. 9).

O uso dessa técnica se apresentou como uma forma de compreender melhor os elementos, acontecimentos, agentes envolvidos nas ações e práticas sociais que contribuíram para configurar a TV e continuam a configurá-la na contemporaneidade. “A cronologia é um dos serviços que o tempo presta à História. É ela a condição para que haja o recorte em períodos, buscando no presente o que é o término de um percurso” (Rossetto, 2009, p. 4).

Compreendendo que a História se concentra não apenas na narração dos fatos, mas na compreensão dos acontecimentos, assim como a comunicação, Veyne (1998, p.62), aponta que “o tempo não é aquele que a história narra; é somente meio em que as tramas históricas se desenvolvem com liberdade”. Por isso, “não há um tempo social com uma única e simples corrente, mas um tempo social com mil velocidades” (Braudel, 1978, p.28).

Nesse sentido, a periodização dos acontecimentos midiáticos, proposta por esta pesquisa, se apresentou não apenas para fins puramente didáticos, mas como uma ação necessária para que possamos compreender em detalhes o desenrolar das trajetórias das emissoras de televisão regionais. Para Certeau (2006, p. 103), “o fato histórico é aquele que preenche para que haja enunciados de sentido”. Por isso, nesse trabalho de organização da trama histórica, o pesquisador concebe os acontecimentos como sendo o ponto de partida e também o meio pelo qual é possível passar da desordem à ordem. Para ele, uma leitura do passado é sempre dirigida por uma leitura do presente.

Nesse mesmo sentido, Veyne (1998, p. 48) acredita que os acontecimentos “são um corte que realizamos livremente da realidade, um aglomerado de acontecimentos que agem e produzem substâncias em interação, homens e coisas”. A partir disso, Almeida (1988, p. 114) destaca que os recortes temporais “colaboram para a emergência de novas ou reformadas estruturas – o que subsidiam, por fim, uma (re)ordenação das sequências cronológicas”.

Para Rossetto (2009), o recorte temporal, a partir de demarcações especiais no desenrolar dos acontecimentos, se torna um exercício para a comunicação, uma vez que é essencial para qualquer ciência e para cada uma pode assumir diferentes funções.

A história de determinada tecnologia nada mais é do que o seu desenvolvimento com o passar dos anos. Esse, por sua vez, está condicionado a uma série de variáveis que fazem com que se crie uma trajetória histórica e não outra. É a combinação dessas variáveis que dita o ritmo, o caráter e escreve a história (Rossetto, 2009, p. 1).

Na busca por identificar as variáveis importantes nesse processo, a construção desta periodização da trajetória da televisão no Rio Grande do Norte levou em consideração três pontos norteadores, sempre tendo como foco os aspectos que contribuíram para a implantação, desenvolvimento e expansão das emissoras geradoras de TV em território potiguar. Nesse sentido, foram observados e analisados nesta ordem: 1) Contextos; 2) Agentes; 3) Práticas sociais., conforme observamos na Figura 5.

**Figura 5 – Pontos norteadores para a construção da periodização**



Elaborado pelo autor (2023)

Inicialmente, foram identificados e analisados os contextos políticos, econômicos, sociais, culturais e tecnológicos da televisão do Rio Grande do Norte, ao longo dos cinquenta anos analisados por este estudo. Nesta etapa, verificou-se elementos como as políticas públicas nacionais de teleducação, a influência política na concessão dos primeiros canais comerciais de televisão do estado, o fortalecimento de grupos políticos locais/regionais, o processo de redemocratização do país, a valorização da programação regional, a transição tecnológica para o sinal digital, a convergência com outras mídias, entre outros fatores.

Em seguida, verificou-se a atuação dos agentes, tanto públicos e privados, quanto individuais e coletivos, envolvidos nos processos de implantação, de desenvolvimento e de expansão da TV no estado. Foram identificadas a concentração de propriedade das emissoras de TV por grupos políticos e religiosos, o surgimento de políticos comunicadores, a presença de profissionais de diversas áreas conduzindo as produções televisivas locais, além de outros diversos atores sociais observados ao longo das cinco primeiras décadas da televisão potiguar.

Na sequência, foram identificadas ainda as práticas sociais realizadas por esses agentes nas estruturas anteriormente identificadas. Desde as formas improvisadas de fazer televisão nos primórdios da TV local/regional no Rio Grande do Norte, com a participação de profissionais não especializados na área e a falta de estrutura para colocar as emissoras no ar, até as práticas inovadoras, impostas pelo desenvolvimento tecnológico, como o uso de dispositivos móveis

nas transmissões e as mudanças na linguagem do telejornalismo. Nesse momento da pesquisa verificou-se a relação entre esses três elementos (contextos, agentes e práticas), que serviram de base para a construção de uma proposta de periodização mais próxima da realidade identificada na trajetória da televisão potiguar.

Mattos (2005) aponta que ao realizar um trabalho de periodização é preciso enfatizar e privilegiar a análise dos contextos para compreender melhor o desenvolvimento da televisão brasileira. Para ele, não se pode ver a comunicação e a tecnologia apenas em si desconectadas da realidade na qual está inserida.

A história da televisão não é diferente da história contemporânea do rádio, jornal e publicidade, assim o que se deve procurar é entender como os fatores internos e externos, os contextos político, socioeconômico e cultural interferiram no desenvolvimento histórico de cada veículo que compõem o sistema de comunicação brasileiro (Mattos, 2005, p. 5).

Para ajudar a identificar os contextos histórico, político, econômico, social e cultural que tivessem relação com a trajetória da televisão do Rio Grande do Norte, foi construída uma linha do tempo (Apêndice 2), compreendida entre os anos de 1972 e 2022, tendo em vista o recorte temporal desta pesquisa, mas que também apresenta informações sobre os anos seguintes, uma vez que a TV sendo em processo constante de reconfiguração.

A construção dessa linha do tempo foi possível graças à execução das fases anteriores desta pesquisa, caracterizadas pelos estudos das trajetórias, pela busca nas memórias de outras mídias e, em alguns casos, pela implementação da técnica de história oral. A partir disso, foram elencados os acontecimentos em níveis local, regional e nacional, que contribuíram, direta ou indiretamente, para a configuração da TV potiguar.

A partir da análise, da preparação e da classificação das informações coletadas, começaram a ser feitos os recortes das fases da trajetória da televisão do Rio Grande do Norte. Capparelli (1997, p. 14-15) alerta que “os recortes propostos pelo pesquisador dependem dos objetivos da pesquisa e só têm consistência, em termos acadêmicos, dentro de um contexto de determinados princípios explicativos”. Por isso, a forma de dividir essas fases não tem receita pronta de como deve ser realizada, porém deve seguir uma coerência interna entre os períodos demarcados. “Um dos problemas mais importantes enfrentados pelo pesquisador em seus estudos sobre televisão é como periodizar algo que é o presente recente, o próprio presente ou o futuro” (Capparelli, 1997, p. 14-15).

Orientando como deve ser conduzido o trabalho de periodização, Hobsbawn (1998) afirma que esses recortes devem ser feitos quando a mudança social transforma a sociedade

para além de certo ponto. Ou seja, quando, o que ocorria até aquele momento deixa de ser o padrão e inicia-se um novo paradigma. Veyne (1998) complementa esse pensamento ao defender que o corte temporal deve apontar o ponto em que o curso da trama é modificado. Portanto, os cortes temporais devem privilegiar a identificação dos momentos de ruptura presentes ao longo da trajetória do objeto pesquisado.

Por isso, Heller (1997, p. 130, tradução nossa) destaca o resultado a ser alcançado ao explicar que ao recortar uma determinada trajetória, o “historiador nos faz compreender que neste corte ocorreu algo decisivo que transformou outro acontecimento ou uma série deles em passados e produziu outros futuros” e que esse recorte deve ser entendido como uma forma de “compreender a descontinuidade na continuidade, é o princípio organizativo de toda a historiografia e, conseqüentemente, uma ideia universalmente constitutiva de historiografia” (Heller, 1997, p. 133, tradução nossa). Dessa forma, a periodização se apresenta como instrumento metodológico importante porque permite pensar, ao mesmo tempo, a continuidade e a ruptura de uma trama e isso acontece porque “a história supõe uma lógica em forma de narração, causal, que liga os fatos uns aos outros” (Prost, 2008, p. 100).

Dessa forma, os critérios utilizados para organizar os marcos temporais devem seguir critérios objetivos, o que não exclui a relação de poder que o pesquisador estabelece ao selecionar um acontecimento em detrimento de outro. “Este trabalho comporta tanto dimensões subjetivas, relativas às vivências pessoais e profissionais do historiador, quanto critérios “internos” ao objeto estudado, os quais, por serem de caráter teórico e metodológico, dialogam com o tempo imanente à história” (Ivashita; Coelho, 2019, p. 4). Para Rossetto (2009, p. 4), a periodização “configura-se como um sistema de referência, dotado de uma filosofia que faz parte do trabalho de análise e que se organiza não só em função da sua própria lógica, mas também sob a subjetividade do autor”. O que nos leva a compreender que o repertório cultural e as experiências vividas pelo pesquisador, de uma forma de outra, também atuam no momento das escolhas da pesquisa e do trabalho de periodização.

No entanto, “dentro do assunto escolhido, os fatos e suas ligações são o que são e nada poderá mudá-los; a verdade histórica não é nem relativa, nem inacessível como uma extraordinária extrapolação de todos os pontos de vista” (Veyne, 1998, p. 42). Esse pensamento reforça ainda mais a importância do estabelecimento de critérios objetivos para que os recortes temporais possam ser realizados de forma clara e com a credibilidade necessária para a realização de um trabalho científico.

Por outro lado, a objetividade também não significa dizer que será alcançada uma verdade absoluta sobre a realidade recortada. Almeida (1988, p. 115) observa que “não existe uma divisão absoluta e permanentemente válida do conteúdo da História e que se trata sempre de obter apenas uma divisão mais adequada ao problema que se tem em foco”. Para Ivashita e Coelho (2019), isso evidencia a necessidade de uma certa flexibilidade.

Quadros cronológicos possuem, portanto, uma margem de oscilação, visto que as demarcações de datas excessivamente rígidas se restringem à necessidade de o sujeito lembrar com maior precisão determinado acontecimento – que, para fins didáticos, é tido como recurso pedagógico eficaz (Ivashita; Coelho, 2019, p. 4).

A partir da reflexão conceitual e revisão teórica sobre o processo de periodização, foi possível realizar os cortes temporais, propondo uma divisão da trajetória da televisão do Rio Grande do Norte em quatro fases distintas, conforme apresentamos no Quadro 15. Com essa delimitação, foi possível identificar os acontecimentos principais que promoveram rupturas importantes para a configuração da TV no estado, que deram início a novos períodos no ecossistema televisivo regional potiguar. Como consequência, encontramos elementos explicativos que justificam e fundamentam as escolhas feitas durante a pesquisa.

**Quadro 15 – Fases da TV no Rio Grande do Norte**

<b>Fases</b>	<b>Períodos</b>	<b>Descrições</b>
<b>Fase 1</b>	1972 – 1987	Compreende a instalação da primeira experiência de televisão no estado, que seria a primeira emissora da TV potiguar.
<b>Fase 2</b>	1987 – 1998	Momento em que surgem as três primeiras emissoras comerciais e a produção e a mão-de-obra começam a ser profissionalizadas.
<b>Fase 3</b>	1998 – 2018	Quando as televisões vivenciam crises financeiras, que levam a mudanças administrativas, e iniciam os investimentos para a implantação da TV Digital.
<b>Fase 4</b>	A partir de 2018	Quando o sinal analógico de TV começa a ser desligado e as emissoras de televisão utilizam as novas tecnologias digitais de forma mais intensiva para produzir conteúdo e propiciar maior interação com o público.

Elaborado pelo autor (2023)

A delimitação da primeira fase se justifica por fatos como o início da produção e transmissão de aulas pela televisão e pelo período de 15 anos em que o canal de TV da UFRN foi o único com conteúdo local no Rio Grande do Norte. Na segunda fase, a chegada da primeira emissora comercial e a instalação de outras no mesmo ano, além do processo de

profissionalização da mão-de-obra nos anos seguintes, foram identificados como marcos importantes que caracterizam esse período da mídia televisiva potiguar.

Para delimitar a terceira fase, foram identificados dois processos que ocorrem de forma simultânea: a venda de algumas emissoras e a implantação dos canais de TV Digital. Nesse caso, foram fenômenos que ocorreram paralelamente, fazendo parte de um mesmo período da trajetória da televisão do Rio Grande do Norte. Por fim, observou-se que a quarta fase teve início a partir do desligamento do sinal analógico nas regiões dos dois principais centros urbanos do estado (Natal e Mossoró). No entanto, é um processo que ainda segue em desenvolvimento, configurando e reconfigurando o ecossistema televisivo potiguar, com a implementação de novas tecnologias e práticas sociais nas empresas e instituições.

Com o desenvolvimento dos estudos, da identificação dos principais acontecimentos ocorridos da televisão no Rio Grande do Norte e com a delimitação das fases de expansão, também foi possível propor a nomenclatura dos períodos recortados por esta pesquisa sobre a trajetória da TV potiguar, conforme o Quadro 16.

**Quadro 16 – Nomenclatura das fases da TV no Rio Grande do Norte**

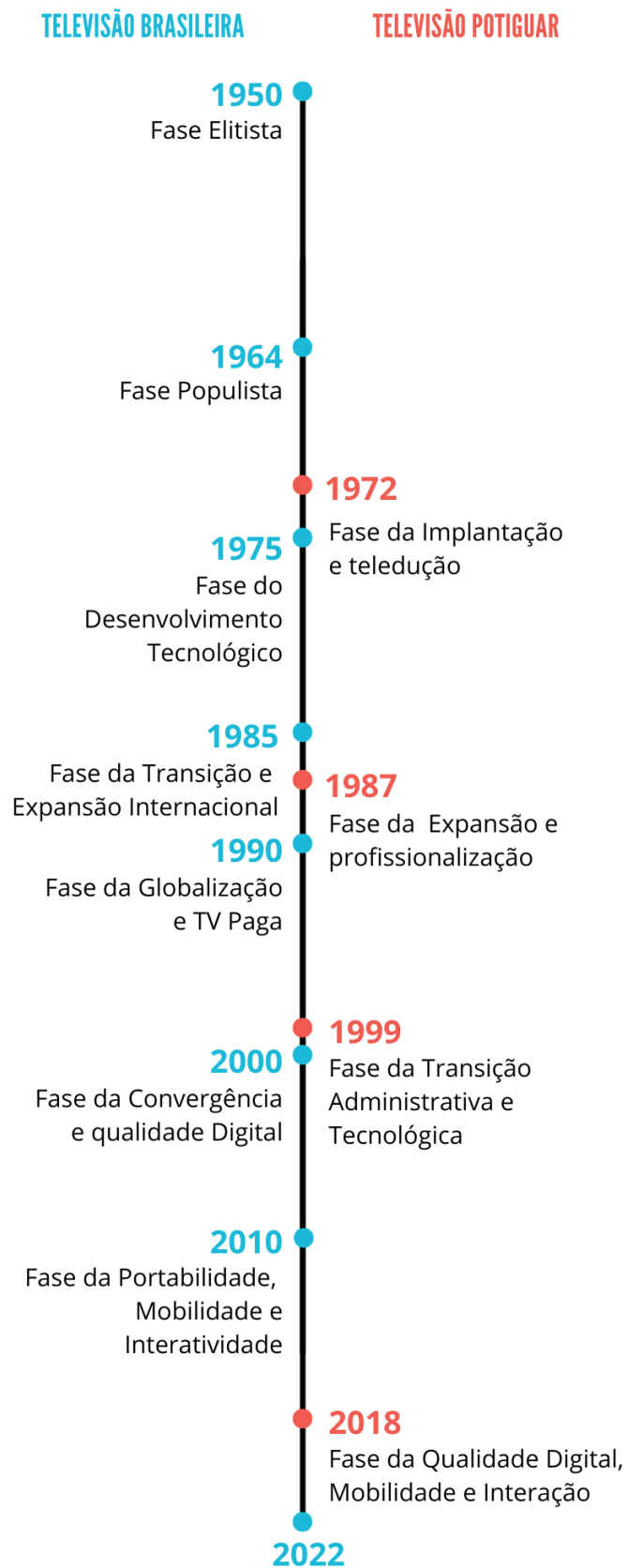
<b>Fases</b>	<b>Períodos</b>	<b>Nomenclaturas</b>
<b>Fase 1</b>	1972 – 1987	Fase da Implantação e Teleducação
<b>Fase 2</b>	1987 – 1998	Fase da Expansão e Profissionalização
<b>Fase 3</b>	1998 – 2018	Fase da transição administrativa e tecnológica
<b>Fase 4</b>	2018 até os dias atuais	Fase da Qualidade Digital, Mobilidade e Interação

Elaborado pelo autor (2023)

Cada fase recebeu um nome de acordo com as características dos fatos que justificam a definição do período em questão. A ideia norteadora era que a nomeação das fases seguisse de forma articulada com o objetivo geral da pesquisa, que era identificar as práticas sociais e acontecimentos que contribuíram para o crescimento da mídia televisiva no estado.

Por fim, com as fases da televisão potiguar delimitadas e nomeadas, foi possível realizar uma comparação entre os períodos recortados por esta pesquisa e os períodos identificados por Mattos (2010a), em relação ao desenvolvimento da TV brasileira, conforme a Figura 6. Este procedimento foi considerado importante para compreender melhor como o processo de desenvolvimento da mídia regional ocorreu dentro da trajetória nacional desse veículo de comunicação, uma vez que também foi possível identificar acontecimentos e contextos semelhantes aos dois níveis, além de outros específicos da realidade do Rio Grande do Norte.

Figura 6 – Comparação entre as fases da TV brasileira e da TV potiguar



Elaborado pelo autor com base em Mattos (2010a)

A partir dessa comparação, foi possível situar a expansão da televisão do Rio Grande do Norte no contexto de desenvolvimento da TV no Brasil. Nesse sentido, verificamos a diferença temporal em que os períodos ocorreram pelo país e um certo atraso da TV regional em relação à considerada nacional, produzida nos maiores centros urbanos do país. Santos (2008) explica essa desigualdade no processo de modernização entre sistemas diferentes.

Em cada período, o sistema procura impor modernizações características, operação que procede do centro para a periferia. Não se trata de uma operação ao acaso. Os espaços atingidos são aqueles que respondem, em um momento dado, às necessidades de crescimento ou de funcionamento do sistema, em relação ao seu centro (Santos, 2008, p. 48).

O autor ressalta ainda que as modernizações criam novas atividades, no momento em que respondem às novas necessidades, que se beneficiam com as novas possibilidades. No entanto, a modernização local não significa necessariamente uma evolução. Pode representar simplesmente adaptações das atividades já existentes a um novo grau de modernidade. A partir dessa constatação, é possível perceber com maior clareza como ocorrem as diferenças entre as emissoras de televisão pelo Brasil, tanto de práticas sociais quanto tecnológicas, e a formação de regiões privilegiadas.

O fato de que a cada momento nem todos os lugares são capazes de receber todas as modernizações explica por que: 1) certos espaços não são objetos de todas as modernizações; 2) existem demoras, defasagens, no aparecimento desta ou daquela variável moderna ou modernizante; e isto ocorre em diferentes escalas (Santos, 2008, p. 48).

Por isso, enquanto metodologia, a periodização “fornece, também, a chave para entender as diferenças, de lugar para lugar, no mundo subdesenvolvido” (Santos, 2007, p. 38). No caso desta pesquisa, esse trabalho contribuiu para que pudéssemos compreender os fatores que contribuíram para a configuração do ecossistema televisivo potiguar, como veremos em detalhes no próximo capítulo. Com esse último procedimento metodológico, a periodização da trajetória da TV no estado foi concluída, amparada em critérios objetivos e claros, considerados importantes para reforçar a relevância e credibilidade que uma pesquisa científica necessita.

## 5 A TRAJETÓRIA DA TELEVISÃO NO RIO GRANDE DO NORTE

Antes de serem iniciadas as produções televisivas locais no Rio Grande do Norte, o sinal da televisão chegava ao estado apenas por meio de antenas retransmissoras, instaladas pelo Nordeste, que distribuíam a programação das maiores redes de TV do país, que operavam naquela época. No entanto, o sinal era considerado de péssima qualidade e frequentemente apresentavam interferências nas transmissões, além de “chuviscos” e “fantasmas” nas imagens e falhas no áudio (Lins, 2017). Essa era a única forma disponível para os potiguares terem acesso ao conteúdo televisivo.

Nesse contexto, o sinal que chegava ao Rio Grande do Norte vinha de estados vizinhos como Pernambuco e Ceará. A população da capital potiguar e da região metropolitana assistiam à programação produzida em Recife, capital pernambucana. Já a população de grande parte do interior do estado, principalmente da região de Mossoró, tinha acesso às produções televisivas realizadas em Fortaleza, capital cearense (Júnior, 2014).

Nesse período, as limitações técnicas não eram o único problema enfrentado. Afinal, “faltava a identidade dessa programação com as pessoas e a própria cultura dessas cidades e estados, sendo que o descompasso e a ausência mais sentida acontecia, principalmente, no jornalismo, afinal, esses lugares não tinham, na TV, a produção de notícias sobre suas cidades” (Lins, 2017, p. 61-62).

A televisão local no Rio Grande do Norte começou a ser produzida em 1972, graças a fatores como o avanço da regionalização da TV, à criação da política nacional de teleducação e à regulamentação da radiodifusão, além da criação de uma infraestrutura de telecomunicações (Sales Júnior; Kneipp, 2022a; Angeiras, 2018).

Ao analisar a trajetória da TV potiguar, neste capítulo, verificaremos que o processo de implantação e expansão desse veículo de comunicação no estado ocorreu em quatro fases distintas: 1) Fase de implantação e da teleducação, que compreende o período em que a TVU foi a única emissora em operação no estado; 2) Fase da expansão e profissionalização, quando começaram a operar as primeiras emissoras comerciais e a TV por assinatura; 3) Fase da transição administrativa e tecnológica, em que algumas emissoras mudaram de administração e também fizeram a transição do sinal analógico para o digital; 4) Fase da qualidade digital, mobilidade e interação, quando as produções televisivas passaram a ser totalmente digitais e a utilizar com maior intensidade as novas tecnologias em suas práticas sociais.

## 5.1 FASE DA IMPLANTAÇÃO E TELEDUCAÇÃO (1972 – 1987)

As primeiras experiências televisivas locais tiveram início no Rio Grande do Norte, em 2 de dezembro de 1972, com a produção de aulas e programas educativos, por meio do projeto Satélite Avançado de Comunicações Interdisciplinares (SACI), que levava educação básica para escolas públicas do estado. A iniciativa fazia parte do Plano Nacional de Teleducação (PRONTEL) e era desenvolvida pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), em parceria com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), que detinha a concessão do canal, que se tornaria a TV Universitária (Pedroza, 2017). Nesse contexto, verifica-se que essa experiência inicial de televisão consistia, basicamente, na:

[...] recepção de aulas produzidas no Instituto Nacional de Pesquisa Espacial (INPE), em São José dos Campos (SP), e transmitidas, via satélite, em sinal aberto para Natal e região metropolitana. As aulas para o interior do estado eram distribuídas via retransmissores instalados em locais estratégicos, atingindo uma área de cerca de 60% do Rio Grande do Norte, principalmente em lugares onde, à época, não havia energia elétrica (TVU RN, 2023).

Paiva (2013, p. 290) explica que “o fato do Rio Grande do Norte, Estado pobre, receber a mais moderna tecnologia de comunicações, ademais, aplicadas à educação, causou um grande impacto junto à população”. A autora ressalta que as escolas estavam em locais inacessíveis, sem energia elétrica e professores sem formação adequada. No entanto, com a inclusão delas no projeto, passaram a contar com televisores e salas multisseriadas.

De acordo com Andrade (2005), o INPE escolheu o Rio Grande do Norte para participar dessa experiência pioneira por motivos diversos, que tornavam o território potiguar ideal para ser um dos primeiros a contribuir com o desenvolvimento da teleducação brasileira. Entre as razões destacadas pelo pesquisador estão:

[...] porque já tinha um escritório em Natal, por conta das atividades desenvolvidas com a base de lançamentos de foguetes da Barreira do Inferno; porque a UFRN já era concessionária de um canal de televisão educativa; a Secretaria Estadual de Educação demonstrou interesse e, finalmente, mas não por último, no Rio Grande do Norte, as condições eram tão difíceis que os resultados bem poderiam ser projetados para as regiões mais pobres do país (Andrade, 2005, 134).

Portanto, como observa Pedroza (2017), essa parceria para a implantação da primeira emissora de televisão do estado surgiu a partir da união de interesses em comum. A UFRN possuía o canal, mas não tinha as condições necessárias para operá-lo. O INPE precisava de uma emissora em que pudesse transmitir as aulas e programas do projeto de teleducação. Nesse

sentido, coube ao instituto “assumir os investimentos em equipamentos, qualificação de pessoal, desenvolvimento de formatos, produção de conteúdo e, num segundo momento, transferência de tecnologia e do controle do sistema” (Pedroza, 2017, p. 137).

Resolvida a questão técnica-operacional, era necessário qualificar as equipes que iriam realizar as produções, uma vez que naquela época o país não dispunha de profissionais capacitados na área da teleducação. Para isso, os coordenadores do INPE foram buscar ajuda em uma instituição especializada em televisão educativa na Inglaterra, que naquele momento era quem detinha o conhecimento necessário para o treinamento do pessoal que ficaria responsável pelo projeto brasileiro de educação por meio da televisão (Andrade, 2005).

Com isso, a partir de 1971, começaram a ser realizados os cursos de qualificação e de pós-graduação para formar os primeiros profissionais que ficariam dedicados diretamente aos programas televisivos voltados para a educação de crianças no Brasil (Andrade, 2005). As capacitações foram tanto em produção de TV educativa quanto em tecnologia educacional.

O curso de mestrado em tecnologia educacional iniciado em 1973 foi a consequência da seriedade com que o INPE tocou o projeto, da falta de experiências comparáveis, no Brasil ou no exterior, do ambiente de produção científica que caracterizava o trabalho e da necessidade de qualificar em alto nível os pesquisadores do projeto (Andrade, 2005, p. 134).

Esse conhecimento foi compartilhado com um grupo pioneiro de comunicadores e educadores de várias universidades brasileiras que participavam do projeto.

Qualificada a equipe seminal de produção e viabilizada a transmissão dos conteúdos por meio e programas educativos que se utilizavam de personagens, interpretados por atores, para ajudar no processo de aprendizagem das crianças, eis que a experiência pioneira de teleducação no Brasil começa a ganhar forma (Pedroza, 2017, p. 139)

Além de atores, conforme a Imagem 1, as equipes responsáveis pela produção das aulas para a televisão contavam professores da universidade, comunicadores já conhecidos pelo trabalho realizado no rádio potiguar e pessoas que foram treinadas para trabalhar nas áreas técnicas da emissora. O jornalista Maurício Pandolphi (2018), durante os anos em que participou do projeto Saci, pôde desempenhar funções como teleator, contrarregra e redator. “O grupo original de atores logo cresceu; tínhamos um elenco de 70 pessoas fixo, incluindo crianças” (Pandolphi, 2018 apud Fernandes; Palhares; Lima, 2018, p. 151). Ele destaca ainda que “apesar das críticas destinadas à direção, por esta ser formada por cientistas civis e ex-militares, embora fosse destinado à educação, teve sucesso na sua execução, colocando o estado nordestino na frente dos demais quando se falava em tecnologias educacionais”.

**Imagem 1 – Aula com a participação de atores em 1979**



Reprodução / TVU

No entanto, apesar dos investimentos realizados, em 1975, as pressões dentro do Governo Federal para interromper o Projeto SACI eram grandes, antes mesmo de serem verificados os primeiros resultados alcançados com essa experiência educacional. Nesse período, o Brasil vivia sob o regime da Ditadura Militar, marcado pela censura, e as universidades ainda não possuíam autonomia administrativa.

O INPE, um órgão ligado à Presidência da República e de interesse dos setores de segurança do governo militar, era visto com suspeita pelas universidades. Mas, ao mesmo tempo, já era considerado um centro de excelência em pós-graduação e a implantação do mestrado em educação provocava um duplo sentimento de receio e de respeito (Andrade, 2005, p. 134).

Nesse contexto, em 1975, as atividades do projeto SACI foram interrompidas no estado. Para não perder os investimentos feitos até aquele momento, a Universidade Federal do Rio Grande do Norte fez uma parceria com a Secretaria Estadual de Educação para dar continuidade às ações de teleducação, por meio da TV Universitária. Para isso, “receberiam os equipamentos que tinham sido usados na produção e transmissão dos programas de rádio e televisão e os receptores instalados nas quatrocentas escolas do projeto. Esse processo foi chamado de estadualização do Projeto SACI” (Andrade, 2005, p. 135).

A partir dessa parceria foi criado um novo sistema educacional que viabilizou a operacionalização do projeto. Por exigência do Governo do Estado, o público-alvo, inicialmente focado nos alunos da rede pública, foi ampliado para também incluir os professores leigos existentes na rede estadual de ensino. A nova iniciativa foi denominada de Sistema de Teleducação do Rio Grande do Norte (SITERN), cujo objetivo era:

[...] suprir carências educacionais da rede pública de ensino para um público preferencial de 1ª à 4ª série, o então nível fundamental do ensino básico, em escolas da periferia urbana de Natal e parte do interior do estado na forma presencial, utilizando como recursos didáticos os materiais instrucionais produzidos em Natal e um aparelho de TV (TVU RN, 2023).

Antes de começar a operar o SITERN, os profissionais que passariam a executar o projeto também passaram por treinamentos. Em meados de 1975, o Ministério da Educação (MEC), por meio do Programa Nacional de Teleeducação, financiou o treinamento de funcionários da UFRN e da Secretaria de Educação do Rio Grande do Norte.

Faziam parte alguns profissionais egressos da experiência original do projeto SACI – técnicos que vieram para qualificar os novos membros do programa e, depois de integrados à vida da província, resolveram ficar – e por um grupo de professores e profissionais ligados à UFRN e ao governo do Estado do Rio Grande do Norte, que foram qualificados para trabalhar no SITERN (Pedroza, 2017, p. 142).

No cenário nacional, o SACI foi encerrado definitivamente em 1978, sob a justificativa de que a operação dessa experiência demandava altos custos de manutenção dos satélites, além das diferenças culturais entre os programas produzidos pelo projeto e as diversas regiões do país (Pedroza, 2017). No entanto, o conhecimento e a tecnologia já haviam sido repassados para os estados que participaram da experiência. No caso do Rio Grande do Norte, possibilitou o surgimento da primeira emissora de televisão do estado e da montagem da primeira estrutura operacional de TV em território potiguar.

### 5.1.1 A estrutura operacional e a formação de público

Inicialmente, a operação do primeiro canal de televisão do Rio Grande do Norte se deu de forma remota, por meio de satélite, direto da sede do INPE, localizado em São José dos Campos, interior de São Paulo. Era lá que funcionava a base do Projeto Saci. O sinal era captado pelas antenas instaladas no Campus da UFRN, em Natal, e de lá “retransmitidas por meio de um transmissor instalado no morro do Tirol e de uma estrutura de transmissão de TV terrestre com torres estrategicamente localizadas em serras” (Pedroza, 2017, p. 139). Essa operacionalização configurou-se como a primeira estrutura de transmissão terrestre do estado.

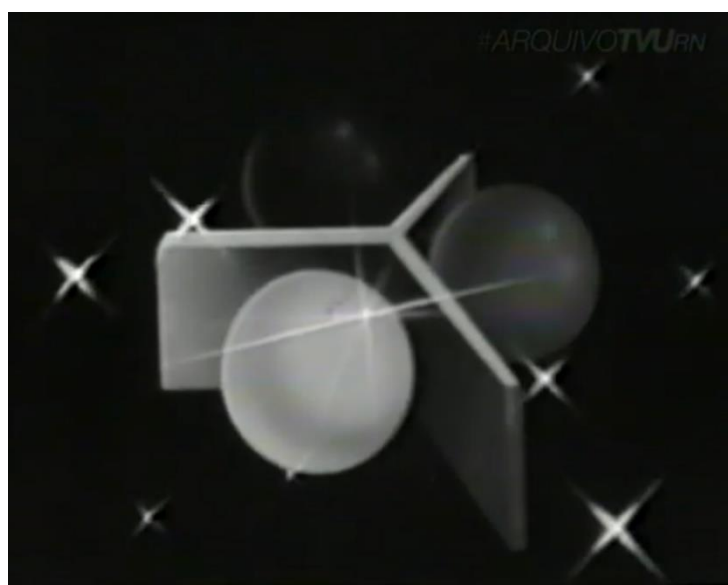
Segundo Motta (2003), nos primeiros anos da TVU, cerca de 500 aparelhos recebiam as aulas, que contribuíam para a alfabetização de crianças por todo o estado. Os equipamentos ficavam espalhados pelas escolas da rede pública. Para operar todo esse sistema, de acordo com

Accioly (2012, p. 91), “a emissora dispunha de uma enorme equipe de técnicos, que viajavam de jipe por todo estado”.

Pelo fato de as escolas que recebiam o sinal da TV estarem em locais distantes e sem estrutura básica, como energia elétrica, foi necessário montar um esquema operacional para garantir que as aulas fossem assistidas pelos estudantes. Essa situação “exigia que os aparelhos de TV fossem alimentados por baterias veiculares, substituídas a cada 15 dias. Essa operação demandava uma logística bem articulada sediada em Natal e nas cidades-polo de cada região com o objetivo de garantir a continuidade do projeto no interior do estado” (TVU RN, 2023).

Portanto, foi essa estruturação inicial que possibilitou que o sinal da TV Universitária chegasse a mais localidade e, aos poucos, se tornasse uma marca de produtora de conteúdo televisivo local conhecida pelos potiguaras, conforme observamos na Imagem 2.

**Imagem 2 – Logomarca da TVU na década de 1980**



Reprodução / TVU

Nesse período de implantação da TV no Rio Grande do Norte, a programação da TV Universitária era formada predominantemente por produções locais e também por alguns programas trazidos em fitas. “A TVU funcionava como uma verdadeira indústria de televisão, fervilhando o tempo todo com o trânsito de atores, músicos, jornalistas e populares que formavam os auditórios” (Accioly, 2012, p. 91).

Apesar de ter como foco central a teleducação, a TVU sempre buscou exercer um papel significativo para a cultura do Rio Grande do Norte, sendo uma promotora e difusora das manifestações artísticas e culturais locais. Com isso, contribuía para a valorização da cultura regional e preservação da memória do estado do Rio Grande do Norte. “Programas de auditório,

como o Canta Nordeste e o Viajando o Sertão, promoveram encontros memoráveis dos mais destacados artistas regionais em seus estúdios, caracterizando-se como espaço cultural dos mais significativos naqueles anos de 1980” (TVU RN, 2023).

Nesse sentido, a programação da TVU passou a contar ainda com programas como o Memória Viva, criado com o objetivo de registrar os acontecimentos e os personagens da história recente do estado. A atração sempre contava com um convidado, entrevistado pelo apresentador e por outros jornalistas convidados, conforme observamos na Imagem 3.

**Imagem 3 – Entrevista de Zila Mamede ao programa Memória Viva em 1982**



Reprodução / TVU

Ao longo da trajetória do programa, foram realizadas centenas de entrevistas que se tornaram depoimentos importantes e registros históricos do Rio Grande do Norte, em diferentes épocas e contextos. Nomes importantes da política, economia, cultura e outras áreas do estado “como Câmara Cascudo, Dinarte Mariz, Aluizio Alves, Cortez Pereira, Oriano de Almeida e Cornélio Campina, e de renome nacional, como Dom Helder Câmara, Luís Carlos Prestes, Paulo Freire e outros compõem o rico acervo do Programa Memória Viva” (TVU RN, 2023).

Aos poucos, a TV Universitária também contribuiu para a formação de um público telespectador da televisão local. No entanto, segundo Pedroza (2017), houve um estranhamento inicial devido à diferença entre a qualidade nacional e a regional.

O público potiguar acostumara-se a consumir – e a tomar como modelo – a programação nacional ou alguns programas produzidos em Recife, o que dificultava a aceitação de um padrão estético novo, diferente, local. E foi na TV Universitária (Canal 5) que o natalense começou a se ver na TV e isso causou um estranhamento enorme. A comparação entre o padrão nacional e o

padrão local era inevitável e as diferenças se tornavam ainda mais acentuadas (Pedroza, 2017, p. 144).

Com o desenvolvimento da televisão no Brasil, a TV Universitária também precisou fazer investimentos em novas tecnologias. Com isso, “no início dos anos 1980, adquiriu novos equipamentos para geração de imagens coloridas num processo oneroso que exigiu importação e transporte marítimo desses equipamentos” (TVU RN, 2023). No entanto, possibilitou que os potiguares pudessem ter acesso à programação televisiva local com maior qualidade para os padrões da época. “A chegada das cores na tela foi uma revolução na forma de apresentar os conteúdos produzidos, e de familiarizar os telespectadores com os repórteres da emissora, que podiam ser vistos com mais nitidez” (Souza; Kneipp, 2017, p. 6).

Apesar dessa melhoria, o sinal ainda não era de excelente qualidade, segundo Souza e Kneipp (2017, p. 6), mas “era melhor que o da TV Tupi, que vinha de Recife através de torres e chegava a Natal com uma qualidade ruim. Quando o artista, o jogador de futebol ou a autoridade vinham à Natal, as rádios anunciavam, e depois as pessoas assistiam no Canal”.

A implementação da imagem em cores acabou com a imagem acinzentada, em preto e branco, que deu origem a expressão “cinza claro e cinza escuro”, criada pelos funcionários da emissora para se referir a variação na qualidade do sinal que ora estava “cinza claro”, considerado ruim, e em outro momento estava “cinza escuro”, considerado bom (Souza; Kneipp, 2017, p. 4). No entanto, as dificuldades técnicas e financeiras, como destaca Lins (2017), sempre fizeram parte da trajetória da emissora.

Desde seu início, a TV Universitária potiguar enfrentou vários problemas técnicos, o que acabou não conquistando uma audiência fiel da população para a emissora, que continuava, em sua maioria, a acompanhar a programação das repetidoras dos canais de televisão de Pernambuco, desta feita não apenas a TV Jornal do Commercio e TV Clube, mas a também, recém-inaugurada, Rede Globo Nordeste (Lins, 2017, p. 62-63).

A TV Universitária do Rio Grande do Norte foi a segunda emissora de televisão do Brasil a estar diretamente vinculada a uma universidade pública. A primeira foi a TV Universitária do Recife, pertencente à Universidade Federal de Pernambuco. De acordo com Lins (2017), essa situação explica, em grande parte, as crises vivenciadas pela emissora.

Apesar dos objetivos dessas televisões estarem ligados ao desenvolvimento e expansão da educação, as duas emissoras enfrentaram, ao longo de suas histórias, várias e graves crises, seja pela falta de recursos e de investimentos e renovação em seus equipamentos e em seu quadro de recursos humanos, seja porque acabaram sendo um reflexo das crises vivenciadas pelas próprias

universidades públicas federais brasileiras, sobretudo, no final dos anos 1970 até os anos 1990 (Lins, 2017, p. 63).

Nesse período de crise, de acordo com Accioly (2012), faltavam recursos para manter a estrutura de transmissão em funcionamento no interior do estado. O que contribuiu para que o sinal de cobertura da emissora fosse diminuindo e ficando restrita à Região Metropolitana de Natal. Esses problemas também afetaram diretamente a programação.

A produção de programas também foi ficando comprometida e o parque tecnológico obsoleto. O canal 05 manteve-se no ar na capital de forma quase precária, beneficiando-se da inauguração do Sinred, um sistema de emissoras educativas, capitaneada pela TVE do Rio de Janeiro, que mantinha uma programação única via satélite em rede (Accioly, 2012, p. 92).

Mesmo com dificuldades técnicas e financeiras, a implantação da TVU do Rio Grande do Norte representou um momento de modernização e desenvolvimento tecnológico para o estado. Por ter sido a pioneira potiguar nas transmissões televisivas locais, a emissora foi responsável pelo desenvolvimento inicial e configuração da televisão em terras potiguares, com a produção de programas educativos e culturais, além das primeiras produções jornalísticas.

### 5.1.2 O início do telejornalismo potiguar

Na TV Universitária, a produção de conteúdo jornalístico local começou a ser feita no ano seguinte da inauguração do canal de televisão da UFRN. Em 1973, a emissora colocava no ar o Telejornal 5, o primeiro noticiário produzido e veiculado em território potiguar, apresentado pela jornalista Tânia Mendes e pelo radialista Ademir Ribeiro. “O jornal era gravado à tarde, tinha 15 minutos de duração e era exibido de segunda a sexta-feira, por volta das 19h, no canal 5 da televisão aberta potiguar” (Sales Júnior; Sousa, 2022, p. 204). Com isso, começou a ser configurado o telejornalismo do Rio Grande do Norte.

Além do noticiário diário, a TVU também começou a produzir outros conteúdos jornalísticos que eram exibidas semanalmente na grade de programação. “Nesse primeiro ano de funcionamento da TV Universitária, estreou o programa jornalístico Aconteceu, que apresentava um resumo das notícias da semana. A produção era feita reaproveitando o material produzido para o telejornal diário da emissora” (Sales Júnior; Sousa, 2022, p. 204).

Gurgel (2015) destaca ainda outros programas jornalísticos que fizeram parte do início da trajetória da TVU e tiveram grande repercussão entre os telespectadores: Conversa com Cortez, que falava sobre os problemas políticos e a economia do Rio Grande do Norte; Fórum,

que também discutia a política no estado; Memória Viva, que apresentava entrevistas com personalidades potiguaras de variadas áreas e com relevância histórica; Jornal Universitário e Debate Universitário, voltados para as notícias sobre a UFRN.

Sem muita estrutura e com uma reduzida equipe de profissionais, esse início de telejornalismo no Rio Grande do Norte se caracteriza, muitas vezes, pelo improvisado ou pela otimização dos escassos recursos que se tinha disponível naquela época. Por isso, nos primeiros anos, a TVU produzia conteúdo diretamente da redação, contando com um estúdio pequeno, equipado com apenas duas câmeras (Souza; Kneipp, 2017). “Sem câmeras para gravar nas ruas de Natal, as reportagens eram produzidas em slides, apenas eventos importantes da UFRN eram registrados em filme. No final da década de 70 os repórteres já podiam gravar suas reportagens na rua” (Souza; Kneipp, 2017, p. 5).

Gurgel (2015) destaca que o telejornalismo produzido pela TV Universitária sempre foi fundamentado nos princípios do jornalismo público, ou seja, buscando ser “um jornalismo preocupado com assuntos que digam respeito ao homem, como indivíduo e como cidadão, procurando oferecer as informações necessárias e de maneira compreensível, de forma a possibilitar a reflexão sobre a sua vida e seus direitos” (Gurgel, 2015, p. 10). Por isso, se caracteriza por ser um jornalismo mais analítico e com maior reflexão.

A TV Universitária nasceu com a responsabilidade de produzir aula para o ensino fundamental na década de 1970, mas, através de seus profissionais, logo identificou a necessidade de exibir programas com conteúdos regionais. Assim, produziu e colocou no ar uma quantidade expressiva de programas, situando-se, desde então, como instância de reflexão e debate de questões sociais (Gurgel, 2015, p. 65).

Nesse período de implantação da televisão no estado, os telespectadores ainda estavam se acostumando com a diferença entre a qualidade do material que era produzido localmente pela TV Universitária e o padrão nacional, ao qual estavam acostumados a ter acesso, graças às retransmissões da TV Tupi e da TV Globo. “Repórteres e apresentadores inexperientes no fazer televisivo, pobres em visual e conteúdo, entrevistados que desconheciam a linguagem do veículo, e a própria fala arrastada destoava do padrão de TV ao qual o natalense estava acostumado a assistir, entre chuviscos e ruídos”. (Pedroza, 2017, p. 144).

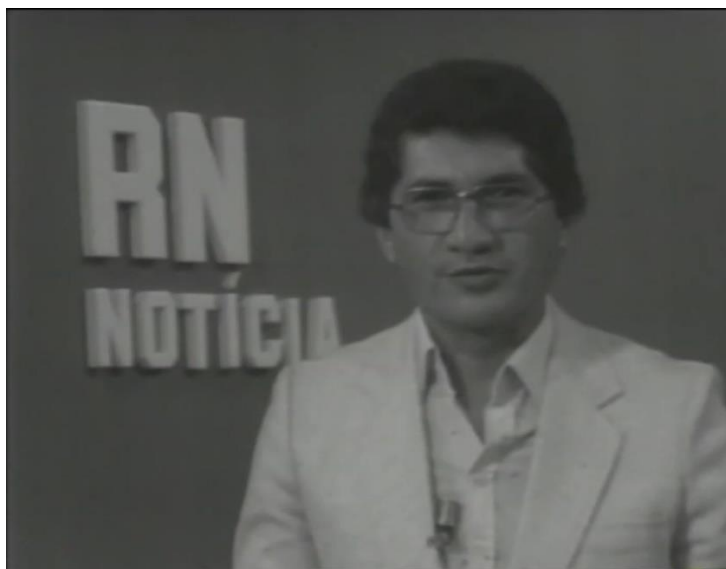
Durante 15 anos, a TVU foi a única emissora de televisão local do Rio Grande do Norte. Por isso, segundo Pandolphi (2018 apud Veloso; Lopes, 2018), muitas vezes o material produzido pela emissora era compartilhado com as principais redes nacionais de TV. “Quando tinha jogo, a gente enviava o videotape pela Embratel para as repetidoras, a Tupi e a Globo.

Era uma equipe exclusiva. Tinha a rádio, mas a rádio não competia com a gente” (Pandolphi, 2018 apud Fernandes; Palhares; Lima, 2018, p. 152).

Dessa forma, o jornalismo produzido pela TV Universitária foi contribuindo para a implantação e configuração inicial do telejornalismo local, além de abrir novos espaços para que os telespectadores potiguares pudessem ver os temas do cotidiano deles sendo apresentados e discutidos, promovendo assim a cidadania. “O interesse pelo conteúdo local veiculado pelo Canal 5 foi se impondo, apesar de seu viés institucional e do tom oficialístico de seu noticiário. Aos poucos, a TVU consolidou-se como um espaço público aberto à discussão dos temas do dia a dia da cidade e do estado (Pedroza, 2017, p. 144-145).

Apesar das dificuldades enfrentadas nesse início de telejornalismo no Rio Grande do Norte, uma das preocupações da emissora era fortalecer a cultura local e criar identificação com os potiguares. Por isso, ao longo de sua trajetória, a TVU também produziu outros programas jornalísticos como debates, entrevistas e telejornais. Entre 1978 e 1986, o canal exibiu o RN Notícias, como observamos na Imagem 4. O noticiário apresentava as principais notícias do dia, com foco na prestação de serviço, cultura e cidadania (Gurgel, 2015).

**Imagem 4 –RN Notícia apresentado por Samuel Fernandes na década de 1980**



Reprodução / TVU

No entanto, por causa de mais uma crise financeira, entre as décadas de 1980 e 1990, grande parte dos programas deixou de ser gravada como forma de reduzir os custos e continuar mantendo o canal funcionando. No entanto, nesse período, os jornalísticos continuaram a ser produzidos pela TVU. “O telejornal diário foi retirado do ar, sem, contudo, se afastar do cenário jornalístico local, mantendo em sua programação o Repórter Cidade (flashes jornalísticos); o

Grandes Temas (debates); o Opinião Local (entrevistas) e o Jornal Universitário (informativo da UFRN)” (Gurgel, 2015, p. 66-67).

Além de informar os telespectadores sobre os principais acontecimentos do estado, ao longo de sua trajetória, o telejornalismo na TV Universitária também contribuiu para a formação e capacitação dos estudantes de Comunicação Social da UFRN. “A emissora passa a ser uma escola para os estudantes universitários, o que é realidade até hoje, em que muitos profissionais tiveram e tem suas primeiras experiências, em diversos setores, dando a oportunidade de atuar em outros veículos de comunicação” (Badiali, 2018, p. 100).

Desde o início, segundo Sales Júnior e Sousa (2022), a emissora tem sido responsável por preparar os futuros profissionais para o mercado de trabalho. “Na redação, os alunos do curso de Jornalismo produziam o telejornal. No entanto, o canal contava ainda com a colaboração de estudantes de cursos como engenharia civil, engenharia elétrica, odontologia, medicina, farmácia e tantos outros” (Sales Júnior; Sousa, 2022, p. 207-208). Além de contribuir para formação acadêmica e profissional de estudantes de comunicação social da UFRN, a TV Universitária também foi responsável por capacitar as primeiras equipes de profissionais das emissoras comerciais do Rio Grande do Norte. Afinal, naquele momento, o pessoal da TVU era o único que tinha experiência e conhecimento técnico sobre a produção em televisão local (Gurgel, 2015).

Ao analisar essa primeira fase da televisão no Rio Grande do Norte, percebemos que ela ocorre paralelamente a três fases da trajetória da TV no Brasil, de acordo com os períodos propostos por Mattos (2010a). Inicialmente, no momento denominado de Fase Populista, quando poucas pessoas tinham acesso ao aparelho televisor. Na sequência, passa pela Fase do Desenvolvimento Tecnológico, quando o país investiu nas transmissões via satélite e vivenciou a formação das redes de televisão. E pela Fase da Transição e Expansão Internacional, período de grandes mudanças políticas e econômicas, por causa do processo de redemocratização do país, e quando a TV brasileira passou a exportar suas produções.

Portanto, a Fase da Implantação e da Teleducação da televisão do Rio Grande do Norte ocorreu ao longo dos 15 anos em que a TV Universitária da UFRN permaneceu como a única emissora de televisão com produção e transmissão local. Um cenário que se manteve até a chegada das primeiras emissoras comerciais do estado: TV Ponta Negra (SBT), TV Cabugi (Globo), TV Tropical (Manchete) e TV Potengi (Band). A partir da inauguração desses canais, verifica-se um período de expansão e profissionalização da TV potiguar.

## 5.2 FASE DA EXPANSÃO E PROFISSIONALIZAÇÃO (1987 – 1998)

A segunda fase de desenvolvimento da televisão no Rio Grande do Norte teve início efetivamente com a implantação das três primeiras emissoras comerciais locais, em 1987. Um processo que seguiu pela década de 1990, com a inauguração do quarto canal comercial de TV, com o processo de profissionalização da produção e da mão-de-obra televisiva potiguar e com o início das atividades da primeira operadora de TV por assinatura do estado, instalada na cidade de Currais Novos (Kneipp; Sales Júnior, 2020).

A chegada das primeiras emissoras comerciais potiguares aconteceu no período denominado por Mattos (2010a) como Fase da Transição e Expansão Internacional, marcada principalmente pelo processo de redemocratização do Brasil. Nesse momento, os brasileiros vivenciavam o retorno ao Estado Democrático, após 25 anos sob o regime ditatorial imposto pelo Golpe Militar de 1964. Foi quando foi formada uma Assembleia Constituinte e começaram as discussões para construção e aprovação de uma nova constituição para o país.

Nesse contexto, as outorgas de emissoras de rádio e televisão foram utilizadas como moeda de troca para a aprovação de pontos de interesse do Governo Federal na nova constituição que, naquele momento, estava sendo debatida e construída no país (Motter, 2019). Esse fato explica dois pontos marcantes para o surgimento das três primeiras emissoras comerciais do Rio Grande do Norte: 1) os canais entraram em operação no mesmo ano, em 1987, com a diferença de apenas alguns meses entre uma inauguração e outra; 2) as concessões foram dadas à políticos ou representantes de famílias tradicionais do estado.

Motter (2019, p. 262) explica que o presidente José Sarney e o ministro das comunicações, Antônio Carlos Magalhães, “foram particularmente generosos com alguns políticos”, uma vez que com essas concessões eles puderam ampliar os negócios na área da comunicação. Em alguns casos, eles puderam até montar cadeias de emissoras de Rádio e TV pelo estado ou região em que mantinham suas bases eleitorais.

Por isso, o caso do Rio Grande do Norte deixa claro os critérios políticos adotados na escolha de quais seriam os beneficiados com as outorgas. “Para não perder o apoio das diferentes forças políticas dominantes naquele estado, o presidente Sarney deu a cada grupo um canal de televisão. O fato é testemunhado pelo ex-ministro da Administração, Aluizio Alves, chefe político do clã dos Alves, um dos beneficiados” (Motter, 2019, 264).

De acordo com Motter (2019), o então senador Carlos Alberto de Souza, eleito em 1982, procurou o presidente José Sarney para solicitar a renovação da emissora de TV que havia

conseguido a concessão no governo anterior, do presidente João Figueiredo, mas que até aquele momento ainda não havia tido as condições técnicas e financeiras para colocar no ar e o prazo estava próximo de vencer. Na ocasião, o presidente teria respondido que “somente atenderia o pedido se os outros grupos políticos do estado também manifestassem interesse por um canal de televisão” (Motter, 2019, p. 264).

Com a imposição dessas condições, Carlos Alberto conseguiu renovar o canal e deu início às operações da TV Ponta Negra, afiliada ao SBT. Com isso, o ex-ministro Aluizio Alves também ganhou a TV Cabugi, afiliada da TV Globo, e o ex-governador Tarcísio Maia recebeu a TV Tropical, afiliada da TV Manchete. Já o ex-governador Geraldo Melo ganhou a TV Potengi, afiliada da Rede Bandeirantes de Comunicação (Motter, 2019).

A partir dessas concessões fica clara a participação de políticos nas empresas de mídia do estado. A TV Ponta Negra ficou sob o comando do ex-senador Carlos Alberto de Sousa. Na TV Cabugi, os acionistas eram o próprio ex-ministro Aluizio Alves, os deputados constituintes Ismael Wanderley G. Filho e Henrique Eduardo Lira Alves, além do ex-prefeito de Natal e senador, Garibaldi Alves Filho. Já a TV Tropical, pertencente à família Maia, tradicional adversária dos Alves, tinha à frente o então senador José Agripino Maia (Motter, 2019).

Ao analisar a influência das famílias políticas do Rio Grande do Norte na mídia, Carvalho (2018, p. 109) destaca que o controle dos meios de comunicação “confere poder político para formação da opinião pública, destruição da imagem pública de adversários e promoção de correligionários”. Por isso, observou-se que “veículos de comunicação foram criados para servir abertamente de porta-vozes dos grupos políticos que em ocasiões distintas disputaram espaços de poder, tanto no plano nacional, quanto local” (Carvalho, 2018, p. 108). Por isso, essa concentração de propriedade explicita o interesse desses grupos políticos pelas concessões de TV, como forma de ampliar a presença junto ao eleitorado potiguar<sup>4</sup>.

Portanto, verificamos que a televisão comercial do Rio Grande do Norte começa ancorada no clientelismo político, uma vez que as primeiras emissoras tiveram como proprietários políticos e famílias tradicionais do estado, que estavam ou já haviam passado pelo poder e buscavam expandir a difusão de suas ideias. São essas características que irão configurar os anos iniciais da programação da TV comercial potiguar, além de contribuir para a profissionalização da mão-de-obra e da concorrência no ambiente televisivo potiguar.

---

<sup>4</sup> Quando receberam as concessões das emissoras de TV, as Famílias Alves e Maia já possuíam outros veículos de comunicação. Aluizio Alves era proprietário da Rádio Cabugi e do jornal Tribuna do Norte e Tarcísio Maia já havia montado a Rede Tropical de Comunicação, com emissoras de rádio instaladas em várias regiões do estado.

### 5.2.1 A primeira emissora comercial

Após 15 anos com programação local de televisão sendo realizada exclusivamente pela TV Universitária, a população do Rio Grande do Norte viu surgir a primeira emissora comercial. A TV Ponta Negra foi inaugurada em 15 de março de 1987 (Bezerra, 2017), mas meses antes já vinha realizando transmissões experimentais, retransmitindo os programas do SBT (Sousa, 2017). Desde o início, a programação é exibida pelo canal 13 da TV aberta, como era destacado na primeira logomarca, que observamos na Imagem 5.

**Imagem 5 – Primeira logomarca da TV Ponta Negra em 1987**



Reprodução / TV Ponta Negra

O canal foi fundado pelo então senador Carlos Alberto de Sousa, que conseguiu a concessão anos antes, em 1985, dada pelo presidente João Batista Figueiredo, mas somente pouco mais de dois anos após é que conseguiu colocar a programação no ar, se afiliando ao Sistema Brasileiro de Televisão. “Carlos Alberto colocou como desafio instalar a TV Ponta Negra em três meses. Para isso, marcou visitas às estações de televisão nacionais para decidir qual seria transmitida através da TVPN” (Bezerra, 2017, p. 162). No início das operações, a emissora contou com o apoio direto do SBT.

Decidido a tornar a TV Ponta Negra afiliada ao SBT, Carlos Alberto contou com o apoio da emissora. Não só de equipamentos, mas também de apoio técnico. Silvio Santos teria sido receptivo e disposto a colaborar mesmo que isso não significasse que a emissora potiguar se filiasse à rede do Sistema. E o início foi com as antenas da TVS Brasília e um transmissor que o SBT teria comprado no nome do SBT e que os sócios da TVPN ficaram pagando ao Sistema (Bezerra, 2017, p. 163).

A primeira transmissão oficial realizada pela TV Ponta Negra foi a posse do governador Geraldo Melo. Para isso, precisou montar uma operação especial, como conta em seu livro de memórias Miriam de Sousa (2017), esposa de Carlos Alberto.

Uma equipe gravava a cerimônia no Palácio Potengi. A cada meia hora, uma fita da U-matic era liberada e entregue a um motoqueiro que a levava às pressas para o Morro do Tirol, onde ficavam as ilhas e vídeo-tapes. Imediatamente era posta no ar, enquanto o motoqueiro descia para buscar a segunda fita, e assim por diante (Sousa, 2017, p. 301).

Para colocar a emissora no ar, também foi necessário formar a mão-de-obra que ficaria responsável pela operacionalização do canal, contando também com os servidores da TVU, que na época eram os únicos profissionais capacitados para produzir televisão. Uma solução encontrada pelo proprietário da TV Ponta Negra foi trazer primos do interior do estado para desempenharem as funções operacionais (Bezerra, 2017). Além disso, “técnicos vieram de São Paulo, enviados por Silvio Santos, para dar a assistência necessária e treinar os profissionais” (Sousa, 2017, p. 300).

As primeiras produções da primeira emissora de TV comercial do estado se caracterizavam como versões televisivas de produtos do rádio. A ideia de Carlos Alberto era colocar vídeo nos programas que já faziam sucesso. Por isso, foram criados o “Patrulha Policial (Patrulha da Cidade era o programa de maior audiência na Rádio Cabugi), o Povo na TV (que fazia sucesso em SP) e um embrião de jornalismo no SBT, o Noticentro, que tinha o formato dos noticiaristas de rádio trazerem os fatos do dia” (Bezerra, 2017, p. 164-165).

Desses programas pioneiros, um que teve grande apelo e repercussão na emissora foi a versão potiguar de O Povo na TV, apresentado pelo jornalista Paulo Tarcísio Cavalcanti. “O programa era aberto pro povo. Nós tínhamos uma parte com notícias, uma parte com entrevistas. E uma parte o povo reclamando. O povo fazendo pedido” (Cavalcanti, 2018 apud Sayonara; Rocha; Brandão, 2008).

Para popularizar ainda a programação da emissora, em outubro de 1987, entrava no ar o Programa Carlos Alberto. A atração era exibida aos sábados na TV Ponta Negra, a partir do meio-dia. De acordo com Moraes (2019, p. 62-63), o programa “era inspirado e cópia fiel do formato do programa Silvio Santos, do SBT, apresentado aos domingos, e com adaptações de quadros já conhecidos de outros programas populares no cenário nacional”. A atração também ficou conhecida por misturar quadros de entretenimento com política.

Era dividido em quadros de ajuda ao telespectador, como o Sonho da minha vida; atrações juvenis, como o Sorriso alegre de uma criança; e adultas, como

o Prá quem você bate palmas? Havia ainda atrações musicais em formato de competição, com plateia e jurados, a exemplo de Geração 2000. Ou simplesmente atrações musicais como o Show de sucessos (Moraes, p. 70).

Apesar de oferecer entretenimento, com incentivo e espaço para os artistas locais se apresentarem divulgando seus trabalhos, como verificamos na Imagem 6, o programa apresentava ainda um caráter mais político em determinados momentos, tendo em vista a continuidade de Carlos Alberto na política. Por isso, as mobilizações sociais também fizeram parte das principais ações da emissora. Em 1993, “depois de pautar reportagem da TV Ponta Negra sobre a seca que assolava o RN (assim como todo o Nordeste), Carlos Alberto de Sousa inicia a campanha “SOS Seca” de arrecadação e distribuição de donativos para os atingidos no interior do estado” (Moraes, 2019, p. 63).

#### **Imagem 6 – Elizeu Ventania no Programa Carlos Alberto em 1987**



Reprodução / TV Ponta Negra

Sobre esses apelos populares, Moraes (2019, p. 74) destaca que a TV Ponta Negra “era uma novidade e os comerciantes sempre se mostraram dispostos a ajudar quem escrevia as cartas para a produção ou se inscrevia pessoalmente para ganhar desde eletrodomésticos até roupas, tratamento de saúde, remédios”. Com isso, o canal também contribuiu para a formação de um mercado comercial voltado para a televisão local, que se tornaria a principal fonte de renda das emissoras comerciais do estado. Foi na emissora que os primeiros comerciantes potiguares tiveram a oportunidade de anunciar seus produtos. Afinal, até aquele momento apenas a TV Universitária tinha produção de conteúdos locais, mas com finalidade educativa, sem uma programação com espaços para a veiculação de comerciais.

Portanto, a chegada da TV Ponta Negra representou um novo momento para a televisão potiguar. Apresentou aos telespectadores uma nova linguagem e forma de produzir TV local, além de explorar os potenciais mercadológicos desse veículo de comunicação. “Assim, o estado potiguar ganhava a primeira televisão comercial do Rio Grande do Norte, a primeira a veicular programas e propagandas locais” (Bezerra, 2017, p. 163). Mas, foi com a inauguração da afiliada da TV Globo no estado e de outras emissoras que o mercado televisivo potiguar foi ampliado e começou a ser configurado.

### 5.2.2 O padrão Globo no RN

Menos de cinco meses após a inauguração da TV Ponta Negra, o Rio Grande do Norte passou a contar com uma segunda emissora comercial. Desta vez, foi a TV Cabugi, afiliada da TV Globo, inaugurada em 1º de setembro de 1987. O canal foi fundado pelo ex-governador, Aluizio Alves. A concessão foi dada a ele em 1986 pelo presidente José Sarney (Kneipp; Silva, 2017). A outorga concedida era para operar como geradora do canal 11 VHF de Natal. As primeiras transmissões ocorreram no canal 03 VHF, substituindo o sinal da TV Globo de Recife, mas logo depois assumiu o canal em definitivo (Júnior, 2014). Na imagem 7, observamos a primeira logomarca do canal.

**Imagem 7 – Primeira logomarca da TV Cabugi em 1987**



Reprodução / TV Cabugi

Antes da inauguração da TV Cabugi, o sinal da rede carioca chegava à capital do estado através da retransmissão do sinal que vinha de Pernambuco, por meio da Globo Nordeste. No interior, algumas cidades, como Mossoró, recebiam a programação veiculada pela TV Verdes

Mares, do Ceará (Júnior, 2014). Nesse período, “a população potiguar teve acesso ao conteúdo da Rede Globo exclusivamente por meio das retransmissoras, ou seja, não havia uma produção local de conteúdo televisivo” (Santos; Holanda, 2017, p. 173). No entanto, as notícias sobre o estado eram produzidas por um jornalista contratado pela emissora de Recife, e que residia em Natal, com a missão de “diariamente, enviar notícias do Rio Grande do Norte para os telejornais da Rede Globo Nordeste” (Lins, 2017, p. 66).

Para entrar em funcionamento, a TV Cabugi contou com equipamentos comprados de segunda mão da TV Globo Nordeste. Além disso, foram trazidos também de Pernambuco profissionais da área técnica e de engenharia, que ajudaram a montar a emissora. “Muitos acabaram sendo contratados pela TV Cabugi e se mudaram para Natal. Havia uma cartilha da Globo a ser seguida e que era aplicada por uma equipe pronta para treinar as diversas afiliadas que estavam sendo montadas” (Santos; Holanda, 2017, p. 184).

Por isso, uma ação necessária para a formação dos profissionais da emissora foi o envio de especialistas da TV Globo para o estado com o objetivo de treinar as equipes. Essa era também uma estratégia para se manter o chamado Padrão Globo de Qualidade, em todas as emissoras afiliadas da rede. “Vieram para cá editores de texto, editores de imagem, produtores e repórteres responsáveis por formar e profissionalizar a equipe que estava sendo formada. Eles participavam diretamente do que estava sendo produzido, a fim de propor melhorias, ensinar novas técnicas de produção” (Júnior, 2014, p. 28).

Santos e Holanda (2017) explicam que na época de instalação da emissora existiam poucos profissionais com experiência e conhecimento sobre televisão no estado. Por isso, inicialmente foi necessário identificar quais eram e promover esses treinamentos.

Como primeira etapa de seleção, foram realizadas prova escrita e entrevista pessoal para selecionar os candidatos mais aptos a trabalhar na emissora. A partir daí foram ministradas oficinas de telejornalismo com lições básicas que incluíam texto para TV, passagem, entrevista, a forma correta de segurar o microfone, como se posicionar frente à câmera e a relação entre texto e imagem, inerente ao produto televisivo (Santos; Holanda, 2017, p. 181).

Nesse contexto, o Rio Grande do Norte foi o penúltimo estado nordestino a instalar uma afiliada da Globo, veiculando conteúdo local (Sales Júnior, 2018). Com a inauguração da TV Cabugi, os acontecimentos, a história e a cultura locais passaram a ganhar espaço permanente na TV. Os primeiros programas produzidos pela TV Cabugi foram os telejornais Bom Dia Rio Grande do Norte e RNTV, como observamos na Imagem 8. Portanto, nesse início de funcionamento da TV Cabugi, a grade de programação era preenchida exclusivamente por telejornais, que garantiram a liderança da audiência para a emissora. No entanto, ao longo de

sua trajetória, “a emissora também produziu atrações como Cabugi Verão, Cabugi Cidade, Cabugi Aventura, Meio Dia RN, Globo Esporte, Valeu o Boi, Santa Missa em Seu Lar e outros programas” (Júnior, 2014, p. 22).

**Imagem 8 – RNTV 1ª edição com Margot Ferreira e Geider Henrique Xavier em 1999**



Reprodução / TV Cabugi

No interior do estado, a produção de conteúdo passou a ser realizada com o apoio da equipe montada em uma sucursal instalada na cidade de Mossoró, em 1º de outubro de 1990, como forma de ampliar a cobertura jornalística do estado<sup>5</sup>. “Seria um escritório que funcionaria como base de apoio da emissora na segunda maior cidade do estado. Ali, estaria presente uma equipe vivenciando o cotidiano do interior, os problemas da população e, assim, sendo responsável por enviar notícias para os jornais da casa” (Júnior, 2014, p. 89).

Com o crescimento da TV Cabugi, ainda na década de 1990, a emissora também decidiu expandir o espaço dado aos assuntos políticos, tendo em vista a participação de integrantes da família na política nacional. Por isso, o canal resolveu criar uma sucursal em Brasília. “Antes do escritório próprio da Cabugi em Brasília, já era produzido material por lá por meio de produtora contratada ou por correspondente *freelancer*, mas não com a mesma frequência e intensidade que passaria a ser com a criação da sucursal” (Júnior, 2014, p. 117).

Portanto, a instalação da afiliada da TV Globo no Rio Grande do Norte representou mais um passo para a expansão da televisão, em um momento de desenvolvimento econômico e crescimento populacional no estado. “Para uma cidade como Natal, que crescia e se desenvolvia

---

<sup>5</sup> A sucursal de Mossoró foi responsável pela cobertura dos acontecimentos locais até a instalação de uma emissora própria, geradora de conteúdo e programação para a região de Mossoró. A Inter TV Costa Branca foi inaugurada em 27 de março de 2015 (Sales Júnior, 2020).

na época, a visibilidade de notícias da própria região foi um dos impactos sociais mais positivos advindos da chegada da emissora” (Santos; Holanda, 2017, p. 189-190). Nesse sentido, a inauguração de outros canais de TV comercial também contribuiu para que o povo potiguar tivesse acesso a mais informações locais, que tinham relação direta com o cotidiano das pessoas.

### 5.2.3 A instalação de mais emissoras comerciais no RN

Ainda em 1987, o Rio Grande do Norte ganhava a terceira emissora comercial com produção e transmissão de conteúdos locais. A TV Tropical foi inaugurada em 1º de novembro daquele ano, sendo afiliada inicialmente à TV Manchete. Na imagem 9, observamos a primeira logomarca do canal. A concessão foi dada ao ex-governador Tarcísio Maia, pelo presidente José Sarney, a exemplo do que havia sido feito com outros grupos políticos do estado durante a votação da Constituição de 1988 (Hermenegildo, 2017).

**Imagem 9 – Primeira logomarca da TV Tropical em 1987**



Reprodução / TV Tropical

Nesse contexto de implantação do novo canal de televisão potiguar, verifica-se que o momento político nacional foi decisivo para que os norte-rio-grandenses vivenciassem a expansão das emissoras comerciais em terras potiguares.

O ano de 1987 foi revolucionário para a cidade de Natal e todo o estado do Rio Grande do Norte. Em um período em que surgiam e se consolidavam as grandes redes nacionais, baseadas em uma legislação própria que reconhecia a autonomia das unidades da federação e que acentuava o poder homogeneizante de um novo veículo de comunicação, cada estado era livre para colocar seu toque regional à sua programação (Hermenegildo, 2017, p. 231).

A iniciativa do ex-governador Tarcísio Maia, em instalar mais uma emissora de televisão no Rio Grande do Norte, buscava consolidar um grupo de comunicação, que contaria com as rádios que já possuía há anos e um canal de TV. Por isso, “a TV surgiu dentro da estrutura da rádio Tropical AM, que havia sido criada em 1984 e já fazia parte da rotina dos potiguares” (TV Tropical, 2012, p. 8).

O primeiro jornal a ir ao ar na TV Tropical foi o RN em Manchete, como observamos da Imagem 10. A atração seguia o formato tradicional de telejornal, com reportagens e entrevistas, e era produzido por uma equipe pequena, composta por cerca de 20 profissionais entre repórteres, editores e cinegrafistas (TV Tropical, 2012).

**Imagem 10 – RN em Manchete com Geider Henrique Xavier em 1991**



Reprodução / TV Tropical

O RN em Manchetes era exibido ao vivo, ao meio dia, e uma versão gravada era veiculada por volta da meia noite. As primeiras edições do telejornal tinham duração de 30 minutos e foram apresentadas por Elizabeth Venturini, mas logo após outros jornalistas também passaram a comandar o jornalístico. Nesse início, os profissionais enfrentavam a falta de estrutura tecnológica. “Para apresentar o RN em Manchete, ela tinha que decorar o texto. A equipe preparava as cabeças das reportagens, não muito compridas, para que Elizabeth pudesse decorar sem dificuldade” (TV Tropical, 2012, p. 12).

Para formar a mão-de-obra da emissora, foi necessário trazer profissionais de outro estado para ensinar edição aos colaboradores locais. Enquanto adquiria e montava os equipamentos próprios para realizar a edição dos telejornais e programas, todo o processo era feito numa produtora vizinha à sede do canal: a Pro Vídeo (Hermenegildo, 2017).

Em um cenário ainda escasso de profissionais na cidade de Natal, a emissora precisou “exportar” técnicos da cidade de Recife/PE para ensinar aos funcionários locais como utilizar os recursos de edição. Somente após esse momento, a TV Tropical se dotou de equipes integradas de técnicos e jornalistas com capacidade de produzir, em audiovisual, a visão local dos acontecimentos com qualidade de imagem superior às demais emissoras. (Hermenegildo, 2017, p. 233)

Hermenegildo (2017, p. 232) destaca ainda que “os primeiros anos da emissora foram difíceis, transmitindo a partir do canal 8 VHF para toda a Região Metropolitana de Natal, cobrindo também alguns municípios do interior por meio do satélite”. O que comprova que nesse início de televisão comercial no Rio Grande do Norte o sinal ficava restrito às áreas mais próximas da capital potiguar, tendo em vista que as emissoras ainda não possuíam equipamentos e antenas com maior alcance.

Na trajetória da TV Tropical, outro programa que ganhou destaque nos primeiros anos da emissora foi o Grande Ponto, que era exibido no horário nobre da televisão, sempre nas quintas-feiras, às 22h. A primeira edição foi ao ar em 1989, apresentada pelo jornalista Cassiano Arruda Câmara. A cada semana recebia um convidado, que era sabatinado pelo apresentador e por dois jornalistas convidados (TV Tropical, 2012).

O programa foi por muito tempo o mais publicado da televisão potiguar. Normalmente rendia assunto para a imprensa local trabalhar a semana inteira. Principalmente porque os entrevistados eram pessoas de proeminência e costumavam dar declarações polêmicas, que repercutiam em todo o RN. Por lá passaram as principais lideranças do Estado e pessoas interessantes da cultura e política nacional (TV Tropical, 2012, p. 14).

Em 1997, com o processo de falência da TV Manchete, passou a ser afiliada da Record TV (Sales Júnior, 2020). O que trouxe mudanças na linha editorial do canal.

A partir desse momento, o canal passa a investir na programação e linha editorial da nova rede a qual está ligado. Programas mais populares, voltados para a comunidade e para a cobertura policial, passam a ser produzidos como o Caso de Polícia, Balanço Geral e Cidade Alerta, além dos jornalísticos como o Jornal da Tropical, Tropical Notícia, Encontro com a Notícia e RN no Ar (Sales Júnior, 2020, p. 40).

Hermenegildo (2017) explica que a nova parceria também contribuiu para que fossem feitos mais investimentos, tanto na melhoria do alcance do sinal quanto na modernização dos equipamentos da emissora.

O objetivo da TV Tropical foi o de acompanhar o crescimento da nova parceria, investindo em equipamentos, por meio dos quais passou a operar

com o transmissor mais potente do estado (15 kW). Nesse mesmo ano, expandiu sua cobertura, chegando à cidade de Mossoró, região oeste do estado, com um novo transmissor. No ano seguinte, chegou à região do Seridó. (Hermenegildo, 2017, p. 235)

Ainda como reflexo das concessões outorgadas durante a votação da nova constituição brasileira, no final dos anos de 1980, mais uma emissora comercial de TV foi inaugurada no Rio Grande do Norte. Com isso, em 1º de setembro de 1990, foi inaugurada oficialmente a TV Potengi, pertencente ao ex-governador Geraldo Melo. A outorga foi dada ainda pelo presidente José Sarney, em 1988, mas somente cerca de dois anos depois é que o canal começou a operar (Kneipp; Silva, 2017).

A emissora era sintonizada no canal 3 VHF e afiliada à Rede Bandeirantes, sendo a quarta emissora comercial e a quinta TV a ser implantada no estado. Quando teve a sua inauguração, a emissora já contava com três concorrentes para competir pelo mercado publicitário na capital potiguar (Fernandes; Santos, 2017, p. 202).

O nome da TV Potengi é uma referência ao Rio Potengi, maior manancial de água do Rio Grande do Norte e que deu origem à então capitania do Rio Grande e, posteriormente, ao atual estado brasileiro. Buscando criar identificação com o telespectador potiguar, a emissora foi batizada assim, como observamos na Imagem 11, que apresenta a primeira logomarca no canal (Fernandes; Santos, 2017).

**Imagem 11 – Primeira logomarca da TV Potengi em 1990**



Reprodução / TV Potengi

Fernandes e Santos (2017) explicam que de início foram feitos investimentos em uma programação local diversificada, como parte de uma estratégia para disputar as verbas

publicitárias com as outras emissoras comerciais, que já estavam instaladas no estado desde o final da década de 1980. “Com o intuito de conquistar mercado e audiência, a TV Potengi surgiu com uma proposta de um jornalismo ágil, dinâmico e verdadeiro, sempre se destacando pela cobertura de eventos especiais que aconteciam na capital e no estado, como as eleições, campeonatos, Carnatal e etc.” (FERNANDES; SANTOS, 2017, p. 202).

Entre as principais coberturas especiais produzidas nos primeiros anos de funcionamento da TV Potengi está a visita do Papa João Paulo II à Natal, em 1991, além de campeonatos esportivos e do Carnatal, evento considerado um dos maiores carnavais fora de época do país. A programação inicial da emissora também contou com programas de entrevistas e variedades como o TV Revista, como observamos na Imagem 12. “Em sua história, a TV Potengi produziu programas populares que fizeram sucesso na programação da emissora. Entre as principais atrações estão o Programa Fátima Melo, Linha Dura, De olho na Folia e Viva Verão, além do telejornal Potengi Notícia” (Sales Júnior, 2020, p. 41).

**Imagem 12 – Programa TV Revista com Suzana Rangel e Lourimar Neto em 1991**



Reprodução / TV Potengi

Nesse período, “a TV teve em sua grade programas que contavam com expressivos números de audiência, chegando, por vezes, a bater a da TV Cabugi” (Fernandes; Santos, 2017, p. 204). No entanto, apesar dos esforços, o canal sempre enfrentou dificuldades para se manter em operação e competitivo. “No estado, a TV Potengi desbravava um território ainda pouco explorado. A emissora sofreu forte concorrência. Foram muitas as dificuldades iniciais com sérias restrições orçamentárias e técnicas” (Fernandes; Santos, 2017, p. 217). Mesmo passando por sérios problemas, a implantação da TV Potengi foi importante para a configuração do

ecossistema televisivo potiguar, contribuindo diretamente para a ampliação da quantidade de TVs no Rio Grande do Norte.

Com a consolidação inicial da TV aberta no Rio Grande do Norte, foi a vez dos telespectadores presenciarem a implantação da TV a cabo no estado. O que representou mais marco da expansão do ambiente televisivo potiguar, uma vez que apresentou ao público novas tecnologias e formas de assistir televisão. A partir desse momento, os potiguares passaram a ter acesso aos canais pagos, com conteúdo segmentado.

#### 5.2.4 O início da TV por assinatura potiguar

A TV por assinatura tem início no Rio Grande do Norte, a partir da iniciativa pioneira do empresário Siderley Menezes que, em setembro de 1992, foi o responsável por dar início oficialmente as operações da Sidy's, na cidade de Currais Novos. O canal é considerado o primeiro da televisão por assinatura do Nordeste (Silva, 2017). Segundo Silva (2023), antes de conseguir inaugurar uma operadora de TV a cabo, na década de 1970, o empresário já havia conseguido fazer a retransmissão do sinal da televisão aberta para que a população da cidade pudesse assistir à Copa do Mundo de futebol. A partir daí, começou a estudar a possibilidade de implantar a televisão paga no município.

Para tornar a ideia possível, ele contratou um especialista para captar os sinais nas serras seridoenses com uma antena conhecida como espinha de peixe. Após apreender o melhor sinal, o empresário deu início a construção de uma antena rômica de 40 metros. A partir deste feito, José Siderley Menezes idealizou a possibilidade de criar canais televisivos com conteúdo exclusivamente local para Currais Novos/RN (Silva, 2023, p. 81).

Para financiar o projeto, Siderley Menezes vendeu postos de combustíveis e caminhões de sua propriedade e comprou os equipamentos necessários para dar início às transmissões, além de fazer empréstimos bancários para fazer o cabeamento para que o sinal chegasse aos lares curraisnovenses (Silva, 2023). Possebon (2009) destaca que a operadora surgiu para atender as necessidades das pessoas pelo consumo de conteúdo local.

A Sidy's, assim como tantos outros operadores de CATV, começou distribuindo com melhor qualidade os sinais das retransmissoras locais de TV aberta, e logo descobriu que poderia, com sucesso, incluir a transmissão de eventos locais, como as sessões da Câmara dos Vereadores ou as festas na praça central para todos os seus assinantes. Com base nesse modelo, a operação se tornou um sucesso na cidade (Possebon, 2009, p. 150).

No início, as operações ficaram restritas a alguns bairros, que foram transformados em pequenos condomínios para que a operadora pudesse atuar dentro do que estabelecia a legislação da época, sem a necessidade de licença do Governo Federal. O primeiro a receber foi o bairro Inocoop, como destacou Siderley Menezes (2015 apud Silva, 2017).

Coloquei os equipamentos no clube e liguei 17 clientes, porque 17 clientes era o suficiente para em um ano essa novidade ir passando de boca a boca. Então, eu deixei um ano essa TV a cabo funcionando gratuitamente na casa dessas pessoas. Não existia Lei. A única coisa que existia era uma Portaria que dizia assim: em condomínios não precisa pedir licença. Aí eu disse: é aqui. Fazia os quarteirões e dava o nome dos condomínios: condomínio Brejuí, condomínio Seridó, condomínio Xelita (Menezes apud Silva, 2017).

Com isso, a população começou a receber o pacote de programações que, nesse período, disponibilizava apenas 11 canais da TV aberta, ainda sem nenhuma emissora local. Aos poucos, o alcance do sinal da Sidy's foi sendo ampliado. “De bairro em bairro, a tecnologia foi sendo implantada até que toda a zona urbana da cidade pudesse usufruir dos serviços proporcionados pela tecnologia” (Silva, 2017, p. 68).

Com a expansão do sinal da operadora, em 1994, foi criado um canal próprio, a Sidy's TV, com programas voltados para as notícias locais, prestação de serviços, variedades e esportes, além de transmissões de eventos. A partir desse novo investimento da empresa, surgiram os primeiros programas da programação local. O primeiro telejornal produzido pelo canal foi o STC Notícias, como observamos na Imagem 13.

**Imagem 13 – STC Notícias apresentado por Ana Paula em 1999**



Reprodução / Sidy's TV

Além do canal próprio, ao longo de sua trajetória, a Sidy's tem disponibilizado outros canais locais como TV Cristo Reis, RPTV, TV Câmara de Currais Novos e TV Comunitária (Sales Júnior, 2020). A implantação da primeira operadora de televisão por assinatura no Rio Grande do Norte representou um momento de modernização do ambiente televisivo local. Aconteceu no período denominado por Mattos (2010a) como Fase da Globalização e TV Paga, caracterizado pela regulamentação desse tipo de serviço no país. O que proporcionou as condições ideais para que pudesse crescer e se desenvolver.

Portanto, foi nesse período de crescimento da televisão brasileira, que os potiguares presenciaram um primeiro momento de expansão e certa profissionalização da televisão no Rio Grande do Norte, com o surgimento das primeiras emissoras comerciais locais e da TV por assinatura. No entanto, o modelo de administração dos negócios ainda continuava ancorado na gestão familiar. O que na fase seguinte contribuiu para crise financeiras, que, anos depois, teriam consequências diretas nas propriedades e nas programações dos canais.

### 5.3 FASE DA TRANSIÇÃO ADMINISTRATIVA E TECNOLÓGICA (1998 – 2018)

Após passar por um período de expansão e diversificação das emissoras de TV no Rio Grande do Norte, além da profissionalização técnica e de mão-de-obra do mercado televisivo, a televisão potiguar chegou ao final da década de 1990 vivenciando um novo momento, marcado pelas mudanças administrativas nas empresas de comunicação do estado. Essa fase teve início com o falecimento do fundador da TV Ponta Negra, afiliada do SBT, o ex-senador Carlos Alberto de Sousa, em 22 de dezembro de 1998 (Sousa, 2017).

De acordo com Bezerra (2017), a partir do falecimento de Carlos Alberto, a TV Ponta Negra passou a ser administrada definitivamente pela esposa, Miriam de Sousa, e pelas filhas do casal. Mas antes disso, a empresa já vinha sendo gerenciada pelas mulheres da família, que também desempenhavam funções na condução dos negócios há alguns anos. A filha mais velha, Micarla de Sousa ocupava o cargo de superintendente da emissora.

No ano de 1994, Carlos Alberto foi eleito deputado federal e Micarla de Sousa assumiu a superintendência da empresa. O pai ainda acompanhava tudo de perto, nos fins de semana quando estava em Natal. A inexperiência administrativa foi apontada por Micarla de Sousa como um fator de dificuldades no primeiro ano (Bezerra, 2017, p. 165).

Apesar disso, essa nova experiência de Micarla de Sousa contribuiu para que a família continuasse no gerenciamento dos negócios. O período após o falecimento de Carlos Alberto

de Sousa coincidiu com os 12 anos de fundação da TV Ponta Negra. Apesar do período de luto, segundo Marinho e Oliveira (2010), as novas administradoras aproveitaram o momento para realizar ações, como uma festa de comemoração, para atrair novos clientes e comunicar ao mercado publicitário os novos rumos que a empresa seguiria. “Junto deste evento, a TV fez uma campanha e criou um pacote para passar a buscar clientes novos que não tinham anúncio em nenhum lugar, que eram chamados de clientes emergentes, aqueles que anunciavam no rádio, mas ainda não anunciavam na TV” (Marinho; Oliveira, 2010, p. 65).

Para marcar a nova fase administrativa da TV Ponta Negra, foram realizadas mudanças na estrutura administrativa da empresa, além de alterações na grade de programação, com a estreia de novos programas. Um deles foi o Jornal do Dia, criado em maio de 1999 e apresentado pela própria Micarla, como observamos na Imagem 14. Essa foi umas das ações realizadas para a criação de uma nova imagem para a emissora. “Foi o período em que depois de realizada uma pesquisa qualitativa, se modificou a programação local de uma forma que não perdesse a identidade com Carlos Alberto, mas que ficasse entendido para o telespectador que havia uma nova geração à frente da emissora” (Bezerra, 2017, p. 166-167).

**Imagem 14 – Jornal do Dia com Micarla de Sousa em 1999**



Reprodução / TV Ponta Negra

A administração familiar da emissora durou até 2006, quando a Família Sousa enfrentava dificuldades financeiras e decidiu investir na profissionalização dos negócios. Nesse contexto, foi contratado o jornalista Fernando Eugênio para a função de superintendente, tendo em vista a experiência dele no mesmo cargo na TV Jangadeiro, afiliada do SBT no Ceará. A

partir daquele momento, a TV Ponta Negra passou a adotar práticas profissionalizadas de gestão de empresas (Marinho; Oliveira, 2010). Apesar dos esforços de manter a emissora como um negócio família, devido à mais uma crise financeira, em 2014, a TV Ponta Negra foi vendida para o Grupo HapVida, que na época buscava fazer investimentos em emissoras de televisão no Nordeste brasileiro e criou o Grupo Opinião de Comunicação<sup>6</sup> (Aguiar, 2016).

No entanto, a TV Ponta Negra não foi a única emissora potiguar a enfrentar problemas financeiros e ser vendida para outros grupos empresariais. Em 2005, a TV Cabugi foi vendida para o Grupo Inter TV, do empresário Fernando Camargo. Com isso, passou a integrar uma rede que já contava com outras emissoras nos estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro. Desta forma, passou a ser chamada de Inter TV Cabugi. A programação foi mantida, mas o canal passou por reestruturação administrativa, de pessoal e tecnológica (Júnior, 2014).

De acordo com Alves Filho (2009), filho mais velho do fundador da TV Cabugi e ex-presidente da empresa, a emissora não tinha capital de giro e o prédio da sede do canal foi oneroso demais para a Família Alves. O que ocasionou grandes dívidas. “A TV Cabugi foi vendida porque não tinha condições financeiras de se auto sustentar, pois, apesar de ser uma afiliada da Rede Globo, a melhor televisão do Brasil, e uma das melhores do mundo, tinha acumulado uma dívida em torno de 25 milhões de reais” (Alves Filho, 2009, p. 32).

Ainda de acordo com Alves Filho (2009), na época da venda, a audiência da TV Cabugi variava entre 75% e 80% dos aparelhos televisores sintonizados no canal. A decisão de vender a empresa foi tomada por 90% do grupo de acionistas, composto por integrantes da família do ex-ministro Aluizio Alves.

O Dr. Fernando Camargo, empresário da área de comunicação e que tem grandes empresas do ramo em outros estados brasileiros, ao assumir o comando da TV Cabugi saldou as dívidas, suspendeu todos os cheques especiais da empresa, demitiu em torno de 120 funcionários em um só dia. Essas demissões custaram à nova empresa em torno de R\$ 1,2 milhão (Alves Filho, 2009, p. 33-34).

Por isso, a partir da venda da TV Cabugi para o grupo Inter TV, a afiliada da Globo no Rio Grande do Norte passou a funcionar com uma quantidade menor de funcionários e com a implementação de práticas de gerenciamento profissional dos negócios. Desde 1987, quando a emissora foi fundada, que a empresa era administrada por integrantes da Família Alves, conhecida pela atuação na política do estado (Carvalho, 2018).

---

<sup>6</sup> Em 2021, a TV Ponta Negra foi vendida novamente e voltou a ser administrada pela família do ex-senador Carlos Alberto de Sousa. Com isso, a afiliada do SBT no Rio Grande do Norte deixou de integrar o Sistema Opinião de Comunicação (Sales Júnior; Kneipp, 2022b).

A venda da TV Cabugi também culminou na criação de mais uma emissora de televisão no Rio Grande do Norte. Em 26 de novembro de 2005, o ex-presidente do canal, Aluizio Alves Filho inaugurou a Mult TV, afiliada da Rede TV no estado. Segundo Alves Filho (2009), a concessão do canal também pertencia à Família Alves e foi entregue a ele.

Comigo, saíram da TV Cabugi: Madson Fernandes, Andreia Ramos, minha secretária Denise, e outros, que foram colocados para fora no segundo dia. Com as rescisões dos contratos deles, daqueles que confiaram em mim, começamos a Mult TV, nome escolhido pela ART&C Propaganda para a tevê que me prometeram. Quando chegou a antena na televisão foi uma festa (Alves Filho, 2009, p. 37).

No entanto, a Mult TV não prosperou. Os investimentos feitos não deram o retorno esperado. Aluizio Alves Filho tentou conseguir sócios para manter a emissora, chegou a arrendar o canal para uma produtora de Pernambuco, mas não conseguiu manter o negócio. Com isso, em 2007, a emissora foi vendida para o empresário Paulo de Paula, proprietário da Universidade Potiguar (Alves Filho, 2009). Sob nova administração, o canal passou a ser chamado de SimTV, e posteriormente Rede TV RN, até ser vendido em 2014 para a Comunidade Cristã Paz e Vida, do pastor Juanribe Pagliarin. Aos poucos, a TV começou a aumentar a quantidade de programas religiosos na programação e mudou de nome para TV Feliz e encerrou o contrato afiliação à Rede TV, em 2018 (Sales Júnior, 2020).

Ainda nessa fase de transição administrativa na televisão aberta do Rio Grande do Norte, verificou-se outra emissora sendo vendida. Em 2007, a TV Potengi foi vendida para a o Grupo Bandeirantes de Comunicação, do qual era afiliada desde a fundação do canal em 1987. Desde meados da década de 1990, a emissora enfrentava sérias dificuldades financeiras e havia suspenso a programação local por alguns anos (Fernandes; Santos, 2017).

Inicialmente foi vendida apenas uma parte das ações da TV Potengi. “Atolada em dívidas tributárias a emissora do ex-governador Geraldo Melo teve cinquenta por cento (50%) de suas ações compradas pela TV nacional no ano de 2007 e, posteriormente, no ano de 2009 os outros cinquenta por cento foram comprados pela família Saad, dona da Band” (Fernandes; Santos, 2017, p. 204).

Ainda de acordo com Fernandes e Santos (2017), os investimentos da Band na compra de emissoras próprias aconteceram devido a necessidade de fazer o sinal chegar a todos os estados do Nordeste. No Nordeste, a compra da TV Potengi foi uma oportunidade de seguir com esse plano e ampliar a cobertura da rede paulista. Com isso, o canal passou a ser chamado de Band Natal e, posteriormente, de Band RN.

O principal motivo da compra da TV Potengi pelo Grupo Bandeirantes de Comunicação foi o de promover a expansão do sinal da Band na região Nordeste, que há tempos carecia de afiliadas em três estados (Ceará, Sergipe e Alagoas), através de uma programação que atendesse os gostos da população nordestina em geral. No entanto, apenas Fortaleza e Maceió e cidades adjacentes chegaram a receber o sinal da Band Natal. Na cidade de Aracaju, foi optada a retransmissão do sinal da Band Salvador (Fernandes; Santos, 2017, p. 206).

Diante dessas alterações nas administrações das emissoras de televisão do Rio Grande do Norte, verifica-se que as mudanças na administração ou de propriedade dos canais potiguares tiveram início no final da década de 1990, se intensificando pelos anos de 2000 e seguiram pelas décadas seguintes de 2010 e 2020, conforme observamos no Quadro 17. O que comprova que as dificuldades financeiras enfrentadas pelas empresas de mídia foram situações concentradas em um período recente da trajetória da TV no estado, que tiveram repercussão nos períodos seguintes, modificando as características da TV potiguar.

**Quadro 17 – Mudanças de propriedade em emissoras de TV do RN**

<b>Emissora</b>	<b>Proprietário fundador</b>	<b>Proprietário intermediário</b>	<b>Proprietário atual</b>
<b>TV Ponta Negra</b>	Carlos Alberto de Sousa (1987)	Grupo Hapvida (2014)	Família Sousa (2021)
<b>TV Cabugi</b>	Aluízio Alves (1987)	Fernando Camargo (2005)	Fernando Camargo (2005)
<b>TV Potengi</b>	Geraldo Melo (1987)	Grupo Bandeirantes Geraldo Melo (2007)	Grupo Bandeirantes (2009)
<b>Mult TV</b>	Aluízio Alves Filho (2005)	Paulo de Paula (2007)	Juanribe Pagliarin (2014)

Elaborado pelo autor (2023)

Também vale destacar que as mudanças de nomes de algumas emissoras, ocorridas a partir das vendas das empresas para outros grupos empresariais, representaram alterações na identidade dos canais de televisão, uma vez que a maioria das que foram vendidas passou a adotar os nomes dos novos grupos proprietários e a linha editorial implementada por eles, conforme observamos no Quadro 18. Dessa forma, a programação sofreu modificações, alguns programas tiveram os nomes alterados ou foram extintos e os telespectadores tiveram que aprender as novas nomenclaturas dos canais de TV. Nesse contexto, também foram trazidos profissionais de fora para atuar no estado.

**Quadro 18 – Mudanças de nome em emissoras de TV do RN**

<b>Nome de fundação</b>	<b>Nome atual</b>
TV Ponta Negra	TV Ponta Negra
TV Cabugi	Inter TV Cabugi
TV Potengi	Band RN
Mult TV	TV Feliz

Elaborado pelo autor

Portanto, com essas mudanças no gerenciamentos das empresas de comunicação televisiva, verifica-se que, nessa fase de mudanças nas estruturas administrativas das emissoras comerciais de televisão, houve uma transição do modelo de administração familiar das empresas de comunicação para um gerenciamento administrativo-profissional, que passou a ser intensificado na TV potiguar, diante das novas exigências e necessidades do mercado televisivo local e dos problemas financeiros enfrentados pela maioria dos canais.

Apesar das crises financeiras vivenciadas pelo mercado televisivo local, principalmente no final da década de 1990 e ao longo da década de 2000, essa fase da televisão potiguar também foi marcada pelo desenvolvimento e ampliação do ambiente televisivo local, com novos investimentos na TV por assinatura. Ao mesmo tempo em que a TV aberta passava por um momento de transição administrativa, a TV a Cabo se expandia no estado.

### 5.3.1 A expansão da TV por assinatura

Durante oito anos, a Sidy's foi a única operadora de TV por assinatura no Rio Grande do Norte. Um pioneirismo que seguiu nesse segmento até a inauguração da Cabo Telecom, em Natal. A partir desse momento, observa-se a segmentação da produção televisiva potiguar, com variados canais pagos à disposição dos telespectadores (Kneipp; Sales Júnior, 2020).

Desde que foi criada, em 24 de junho de 2000, a Cabo Telecom tem atuado em Natal e região. A empresa surgiu da iniciativa de um grupo de sócios representado pelos empresários Ricardo Andrade Rocha, Henio Bezerra e Hector Pedemonte, que passaram a investir em telecomunicações (Higino et al., 2017). No entanto, a operadora sempre se destacou mais como uma distribuidora do sinal de TV e internet do que como uma produtora de conteúdo. O que sempre ficou a cargo de empresas parceiras, por meio da disponibilização de canais locais.

De acordo com Oliveira Filho (2018), a operadora foi uma das primeiras do Nordeste a oferecer internet banda larga aos clientes, em 2001. Nessa perspectiva de investimento em

tecnologias de telecomunicações, em 2009, a Cabo Telecom passou a oferecer o sinal 100% digital aos assinantes. “No ano seguinte a empresa torna-se pioneira novamente através da introdução e lançamento das mega velocidades de internet e revoluciona o mercado de telefonia fixa, com custos baixíssimos em ligações, isenção de cobrança de assinatura básica e serviços inteligentes” (Oliveira Filho, 2018, p. 8).

Apesar de não oferecer programação por meio de canal próprio de produção de conteúdo, a Cabo Telecom sempre ofereceu em seus pacotes de TV por assinatura canais locais como a TV Natal, TV Câmara Natal, TV Assembleia RN, TV Gazeta RN (Sales Júnior, 2020). Além disso, a operadora disponibiliza as programações das emissoras potiguares que são transmitidas em sinal aberto para todo o estado e as grandes redes nacionais de televisão do Brasil (Cabo Telecom, 2023).

Ainda no início dos anos 2000, o Rio Grande do Norte ganhou a terceira operadora de TV por assinatura. A TV Cabo Mossoró (TCM) fica localizada na segunda maior cidade em população do estado, portanto, destinada a uma parcela considerável da população potiguar. A empresa iniciou suas operações em 29 de novembro de 2002. A iniciativa de investir em televisão no interior foi do professor e empresário Milton Marques de Medeiros (Silva, 2020).

Nos primeiros meses, as atividades ficaram restritas à distribuição de canais, mas logo em seguida passou a investir na produção de conteúdo e em novos serviços para os assinantes. “No final de 2003, a TCM iniciou os primeiros testes de transmissão como canal local, no Canal 10, inaugurando a emissora de conteúdo próprio em 2004. Já em 2009, a TCM avançou e passou a comercializar internet que atualmente é banda larga” (Silva, 2020, p. 30).

Até a fundação da TCM, a programação de TV em Mossoró estava disponível apenas pelo sinal aberto das emissoras sediadas em Natal. Por isso, o canal é considerado a primeira geradora de conteúdo da cidade, uma vez que até aquele momento as produções televisivas sobre o interior, principalmente sobre a história e cultura do povo mossoroense, eram feitas por profissionais que atuavam em sucursais (escritórios) instaladas no município (Júnior, 2014).

O canal TCM 10 HD oferece uma programação diversificada com produções na área do telejornalismo, entretenimento, política e esportes, como observamos na Imagem 15, com “cerca de 30 atrações em sua grade de programação entre programas diários e sazonais que abrangem todas as áreas” (TCM HD, 2023). Além do canal próprio, os pacotes da operadora oferecem outros canais locais produzidos por outras empresas e instituições que ajudam a compor uma grade com opções locais. Entre os canais estão Nossa TV, Uern TV, TV Câmara Mossoró e TV AD Mossoró (Sales Júnior, 2020).

**Imagem 15 – Programa Entre no Clima com Dayvid Almeida e Lara Góis em 2010**



Reprodução / TCM

Na atualidade, a televisão por assinatura no Rio Grande do Norte é configurada por canais que são distribuídos por cinco operadoras de TV e internet: Alares, Sidy's, TCM, Brisagnet e Telecab, conforme observamos no Quadro 19.

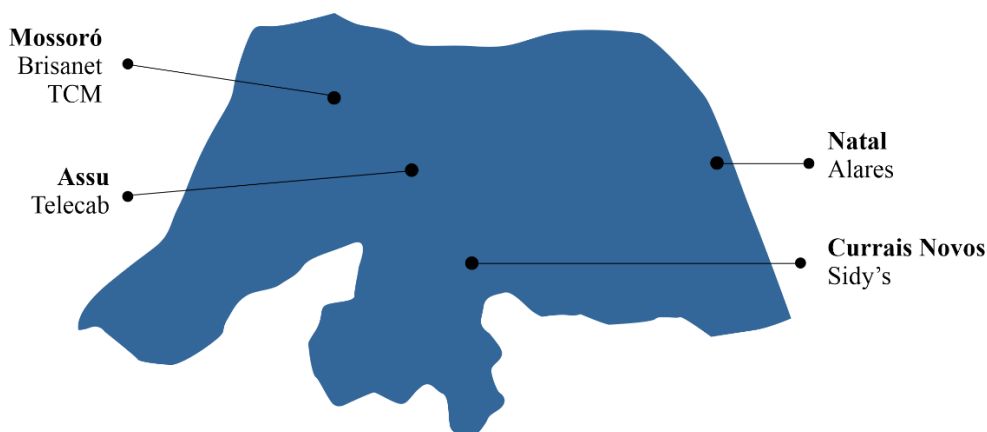
**Quadro 19 – Canais da TV por assinatura no Rio Grande do Norte**

Operadora	Canal	Tipo de conteúdo	Cidade
Alares	TV União	Generalista	Natal
TCM	TCM 10	Generalista	Mossoró
TCM	TV Mossoró	Segmentado	Mossoró
TCM	UERN TV	Segmentado	Mossoró
TCM	TV Câmara Municipal	Segmentado	Mossoró
TCM	TV AD Mossoró	Segmentado	Mossoró
Brisagnet	TV Cidade Oeste	Generalista	Mossoró
Sidy's	Sidy's TV	Generalista	Currais novos
Sidy's	TV Cristo Rei	Segmentado	Currais novos
Sidy's	RTPV	Segmentado	Currais novos
Sidy's	TV Câmara Municipal	Segmentado	Currais novos
Sidy's	TV Comunitária	Segmentado	Currais novos
Telecab	Telecab 10	Generalista	Assu

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior (2020)

Nesse cenário, observamos que a maioria dessas empresas está sediada no interior do estado, conforme observamos no Mapa 8. Com isso, verificamos que a televisão aberta ainda se concentra na capital, enquanto que os canais pagos são os principais responsáveis pela interiorização da programação televisiva.

**Mapa 7 – Operadoras da TV por assinatura no Rio Grande do Norte**



Elaborado e atualizado pelo autor com base em Sales Júnior (2020)

Além da interiorização, observamos que a expansão das operadoras de TV a Cabo no Rio Grande do Norte, também possibilitou que os primeiros canais legislativos pudessem ser implantados. Afinal, a legislação estabelece que as empresas que prestam esse tipo de serviço destinem espaço para as Assembleias Legislativas e Câmara Municipais. É nesse contexto, que o povo potiguar presenciou mais uma vez o crescimento do ecossistema televisivo local.

### 5.3.2 A chegada da televisão legislativa no RN

A televisão legislativa no Rio Grande do Norte tem início efetivamente em abril de 2003, quando a TV Câmara Natal começa a operar oficialmente. No mesmo ano, em dezembro, foi a vez da TV Assembleia RN iniciar as operações. Com isso, o estado passou a contar com dois canais legislativos, transmitindo as principais atividades da Assembleia Legislativa e da Câmara Municipal de Natal (Sales Júnior, 2020).

A TV Câmara Natal foi inaugurada oficialmente em 29 de abril de 2003, por meio de ato da Mesa Diretora da Câmara Municipal de Natal, presidida pelo vereador Renato Dantas, que aprovou a criação de uma emissora legislativa. Meses antes da inauguração oficial, o canal realizava testes dos equipamentos com transmissões experimentais. Inicialmente, a

programação era veiculada no canal 3 da Cabo Telecom<sup>7</sup>, como destaca Gerson de Castro (2013 apud Duarte, 2013), um dos primeiros jornalistas contratados pelo emissora.

A lei permitia e havia um espaço na grade da Cabo TV, que estava começando suas operações em Natal, fazia pouco tempo, mas não tínhamos nada. A turma trabalhou feito louca e em pouco tempo a TV Câmara estava funcionando. O maior legado do trabalho que começou com Renato Dantas e que hoje permanece é que a TV Câmara ajudou a dar visibilidade aos legislativos (Castro, 2013 apud Duarte, 2013).

A emissora é responsável pelas transmissões ao vivo das sessões ordinárias do legislativo municipal da capital potiguar, além de reuniões das comissões permanentes e especiais, sessões solenes, audiências públicas e frentes parlamentares, como estabelece a legislativa que trata da concessão de canais legislativos no Brasil. A concessão do canal foi aprovada pelo Senado Federal, como relembra o vereador Edivan Martins (2013 apud Duarte, 2013). “Momento importante para o legislativo do nosso estado porque a TV Câmara, pioneira no Nordeste, trouxe a democratização, trouxe a transparência, levando para o cidadão a informação de tudo o que acontece (Martins apud Duarte, 2013).

Além das transmissões das sessões legislativas, a TV Câmara Natal também produz programas voltados para a prestação de serviços, divulgação de ações de cidadania, incentivo aos esportes e preservação da cultura natalense. O Jornal da Câmara foi um dos primeiros telejornais produzidos pelo canal, conforme observamos na Imagem 16.

**Imagem 16 – Jornal da Câmara apresentado por Anna Karina Castro em 2003**



Reprodução / TV Câmara Natal

<sup>7</sup> Em 2010, a TV Câmara Natal passou a ser transmitida em canal aberto, continuando também a estar disponível na TV por assinatura (Duarte, 2013).

Ao mesmo tempo em que a TV Câmara Natal iniciava as suas operações, a Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte se preparava para inaugurar um canal próprio de televisão. Com isso, em 15 de dezembro de 2003, a programação da TV Assembleia RN entrava no ar oficialmente e em caráter permanente<sup>8</sup>. Antes disso, funcionava de forma experimental, realizando testes dos equipamentos e dos transmissores. A primeira imagem transmitida nessa fase foi uma sessão plenária do Legislativo Potiguar, realizada no dia 8 de outubro daquele ano (Assembleia Legislativa, 2023).

A TV Assembleia RN foi a primeira emissora pertencente a uma Assembleia Legislativa do Nordeste brasileiro (Sales Júnior; Kneipp, 2022d). Na época, o parlamento estadual era presidido pelo deputado Robinson Faria (apud TV Assembleia RN, 2019), que explica o que o levou a investir em uma TV própria do legislativo potiguar.

Eu fui deputado estadual por vários mandados até que em 2003 assumi na casa a presidência. Eu tinha como meta inaugurar e implantar a TV Assembleia para dar transparência aos trabalhos parlamentares para que a sociedade pudesse acompanhar o trabalho de cada um, como funciona a Assembleia (Faria apud TV Assembleia RN, 2019).

Em 2004, a partir de Ato da Mesa da Assembleia Legislativa foi instituída a Fundação Djalma Marinho, entidade sem fins lucrativos que passou a ser responsável por administrar a TV Assembleia e todos os veículos de comunicação de sons e imagens concedidos ou autorizados ao Legislativo Potiguar (Assembleia Legislativa, 2023).

Inicialmente o sinal da TV Assembleia estava disponível apenas para os assinantes da Cabo Natal, com programação diária de 15 horas. Ao final do segundo ano de atividades, as imagens da TV do legislativo potiguar também já chegavam as TVs Cabo dos municípios de Mossoró, Assu e Currais Novos, utilizando equipamentos digitais e com programação de 24h (Assembleia Legislativa, 2023).

Assim como a TV Câmara Natal, o canal do legislativo estadual também prioriza as transmissões ao vivo das sessões ordinárias, reuniões das comissões, sessões solenes e audiências públicas, além das frentes parlamentares e demais atividades legislativas. No entanto, também tem espaço voltado para programas direcionados para a prestação de serviço, a cidadania, a cultura, a educação e os esportes, como observamos na Imagem 17, que mostra uma das primeiras edições do Jornal da Assembleia.

---

<sup>8</sup> Inicialmente, a TV Assembleia RN era transmitida em canal da TV a cabo. Apenas em 2008 é que passou a ser veiculada também em sinal aberto para todo o estado (Assembleia Legislativa, 2023).

**Imagem 17 – Jornal da Assembleia apresentado por Georgia Nery em 2003**



Reprodução / TV Assembleia RN

Portanto, com a inauguração dos canais legislativos do Rio Grande do Norte, os telespectadores também passaram a acompanhar pela televisão os trabalhos realizados pelas casas legislativas e pelos parlamentares potiguares. Dessa forma, a chegada dessas emissoras representou mais um momento de ampliação do ambiente televisivo potiguar, que nos anos seguintes passou a investir na melhoria da qualidade técnica de suas programações, como o processo de transição para a implantação da TV Digital no estado.

### 5.3.3 O processo de implantação da TV Digital

Antes mesmo da inauguração do sinal da TV Digital no Brasil, as emissoras locais e regionais vivenciaram a expectativa da implantação da nova tecnologia em todos os estados, dando início a estudos e testes, além da compra de equipamentos, para quando fosse o momento de iniciar a transição das transmissões analógicas para as digitais. No Rio Grande do Norte, a Inter TV Cabugi foi a primeira emissora a produzir e transmitir digitalmente (Júnior, 2014).

O sinal digital foi inaugurado oficialmente em 22 de março de 2010. A estreia foi transmitida durante o jornal RNTV 2ª edição. O momento foi marcado por uma solenidade de ligamento simbólico do sinal e contou com a presença dos proprietários e diretores da emissora, funcionários, autoridades locais e nacionais, além de convidados (Júnior, 2014), conforme observamos na Imagem 18.

### Imagem 18 – Inauguração do sinal digital da Inter TV Cabugi em 2010



Reprodução / Inter TV Cabugi

O pioneirismo da Inter TV no Rio Grande do Norte e de outras afiliadas da TV Globo, em relação à inauguração da TV Digital, segundo Sales Júnior e Kneipp (2022c), é explicado pelos planejamentos e investimentos feitos para que os integrantes desse grupo de comunicação fossem os primeiros a inaugurar os canais digitais no país. No Nordeste, a rede foi responsável pela implantação do canal digital pioneiro em cinco estados da região. “Houve um intenso trabalho de preparação que não ficou restrito à área técnica. Os demais departamentos participaram ativamente do processo de discussão, definição e instalação do sinal nas emissoras da maior rede de televisão do país” (Sales Júnior; Kneipp, 2022c, p. 7).

Ainda dentro das ações planejadas pela Globo e afiliadas, em novembro de 2013, a Inter TV Cabugi também foi a primeira do estado a transmitir a programação em alta definição (HD - *High-Definition*). O sistema de transmissão em alta definição trouxe melhorias na qualidade de som e imagem. No entanto, para conseguir esse resultado foram necessários investimentos não apenas na transmissão do sinal, mas também na forma de captura e edição do material. “Nas primeiras transmissões no novo formato, ficou evidente o quanto o nosso Rio Grande do Norte é rico por natureza. Nós potiguares estamos acostumados a ver as belas praias bem de perto. Na televisão também. Mas em alta definição ficou ainda melhor” (Júnior, 2014, p. 150).

A segunda emissora potiguar de TV a transmitir com a tecnologia digital foi a Band RN. A inauguração do canal aconteceu no dia 11 de junho de 2010 (Fernandes; Santos, 2017). O processo de instalação da TV Digital na emissora aconteceu poucos anos depois do canal ter sido vendido para o Grupo Bandeirantes de Comunicação, que precisava expandir a TV pelo

Nordeste. Segundo Fernandes e Santos (2017), apesar dos objetivos do novo grupo proprietário, não houve o investimento necessário que era esperado. Na época, a emissora não contava nem com uma Unidade Móvel de Jornalismo para fazer as transmissões de eventos ou entradas ao vivo para os telejornais locais.

Com a inauguração dos dois primeiros canais digitais de TV do Rio Grande do Norte, começava então o processo de implantação da tecnologia digital na programação potiguar. Nos anos seguintes, as demais emissoras passaram a investir na compra de equipamentos e fazer as mudanças necessárias para começarem a produzir, editar e transmitir de forma integrada com as tecnologias digitais (Kneipp; Sales Júnior, 2019). Foram cerca de oito anos para que todos os canais abertos do estado estivessem com um canal digital, conforme o Quadro 19.

**Quadro 20 – Inauguração dos canais digitais no Rio Grande do Norte**

<b>Emissora</b>	<b>Inauguração do canal digital</b>
Inter TV Cabugi	Março de 2010
Band RN	Junho de 2010
TV Tropical	Julho de 2012
TV Ponta Negra	Junho de 2014
TV Assembleia RN	Outubro de 2014
TV Câmara Natal	Outubro de 2014
TV Costa Branca	Março de 2015
TV Universitária	Mai de 2015
TV Metropolitano	Fevereiro de 2017
TV Futuro	Outubro de 2017
TV Feliz	Mai de 2018
Super TV	Novembro de 2018

Elaborado com base em Kneipp e Sales Júnior (2019)

Com as maiores emissoras comerciais operando com o sinal digital, em 8 de outubro de 2014, chegou a vez dos canais legislativos começarem a transmitir digitalmente (Kneipp; Sales Júnior, 2019). Para que isso fosse possível, a TV Assembleia RN e a TV Câmara Natal passaram a fazer parte da Rede Legislativa, criada em 2012 pela Câmara dos Deputados para dar os suportes técnico e financeiro necessários para a transição tecnológica do sinal às TVs das casas legislativas de todo o país (Sales Júnior; Kneipp, 2022d).

Dando continuidade ao processo de transição tecnológica entre as televisões públicas do estado, a TV Universitária da UFRN foi “a primeira emissora de uma instituição federal a

explorar um canal digital em sinal aberto, em maio de 2015”. O que exigiu “a utilização de tecnologias recentes e a produção de novos conteúdos em formatos inovadores” (TVU, 2023).

Com a proximidade do desligamento do sinal analógico em Natal e em Mossoró, as novas emissoras de televisão que foram criadas nesse período já começaram a operar com sinal digital. Foram os casos da Inter TV Costa Branca, em 2015, da TV Metropolitano e TV Futuro, em 2017, e da Super TV, em 2018. No caso da TV Feliz, a transição aconteceu apenas no final do prazo estabelecido pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), para o encerramento das transmissões analógicas no estado<sup>9</sup> (Kneipp; Sales Júnior, 2019).

Esse período de transição tecnológica na televisão potiguar, ocorreu paralelamente a dois períodos da televisão brasileira identificados por Mattos (2010a) como Fase da Convergência e Qualidade Digital, quando o país implantou os primeiros canais da TV Digital e aponta para a necessidade de oferecer maior interatividade para os telespectadores, e Fase da Portabilidade, Mobilidade e Interatividade, quando o mercado da comunicação e o modelo de negócio passam por reestruturação, por causa da expansão das novas mídias.

Seguindo em paralelo com esse momento de desenvolvimento da televisão brasileira, a TV no Rio Grande do Norte também deu início a um novo momento, marcado pelos investimentos em novas tecnologias e mudanças nas práticas sociais de produção de conteúdo. A qualidade digital, na transmissão das programações das emissoras – alcançada com a TV Digital, a mobilidade no acesso aos conteúdos e um expressivo aumento na interação com o público são alguns dos elementos que provocaram mudanças na ecologia da TV potiguar.

#### 5.4 FASE DA QUALIDADE DIGITAL, MOBILIDADE E INTERAÇÃO (a partir de 2018)

A quarta, e atual, fase de desenvolvimento da televisão potiguar teve em início com o desligamento do sinal analógico em Natal e Região Metropolitana, ocorrido em 30 de maio de 2018. Com isso, o sinal de TV na capital potiguar e mais 25 municípios passou a ser transmitido totalmente no formato digital e em alta definição. Algo que já vinha acontecendo em grande parte das emissoras, desde a inauguração dos canais digitais, mas que até então ainda dividia espaço com as transmissões analógicas (Sales Júnior; Kneipp, 2020).

---

<sup>9</sup> A TV Mossoró, inaugurada em 2007 e pertencente à Fundação Vingt Rosado, foi a única emissora potiguar que não conseguiu inaugurar um canal digital, por questões financeiras, e deixou de ser exibida em sinal aberto. A programação do canal passou a ser veiculada apenas na TV Cabo Mossoró (Kneipp; Sales Júnior, 2019).

O desligamento do sinal aconteceu oficialmente à meia noite e foi exibido durante a programação da Inter TV Cabugi, como lembra Sérgio Henrique Santos (2020 apud Sales Júnior; Kneipp, 2020), repórter escalado para fazer a cobertura desse momento.

O comando para desligar o sinal podia ser no teclado de um computador, mas dado o marco histórico que o momento pedia a emissora providenciou um botão com chave de desligamento. Fizemos flashes ao vivo e gravados para soltar nos intervalos da programação, antes do momento de "apertar o botão". O intuito era também informar ao eventual telespectador desavisado que ainda estivesse assistindo no sinal analógico que a emissora sairia do ar (Santos, 2020 apud Sales Júnior; Kneipp, 2020, p. 40).

Essa primeira etapa de encerramento das transmissões analógicas no Rio Grande do Norte seguiu o cronograma estabelecido pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Juntamente com a capital potiguar, outras cinco capitais nordestinas também tiveram desligados o sinal analógico na mesma data, conforme observamos no Quadro 20.

**Quadro 21 – Desligamento do sinal analógico no Nordeste**

<b>Estado</b>	<b>Capital</b>	<b>Data do desligamento</b>
PE	Recife	26 de julho de 2017
BA	Salvador	27 de setembro de 2017
CE	Fortaleza	27 de setembro de 2017
MA	São Luís	28 de março de 2018
PI	Teresina	30 de maio de 2018
PB	João Pessoa	30 de maio de 2018
RN	Natal	30 de maio de 2018
SE	Aracaju	30 de maio de 2018
AL	Maceió	30 de maio de 2018

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022c)

Para que as transmissões analógicas pudessem ser encerradas no Rio Grande do Norte, foi realizada uma intensa campanha educativa para que os potiguares se preparassem para o desligamento do sinal. Foi uma ação necessária para que todos fizessem as adequações e contou com a participação dos governos Federal e Estadual e das empresas de comunicação do estado, que tinham interesse em manter o alcance de suas programações. “Não por acaso, a campanha de divulgação e orientação das pessoas, sobre a importância de fazer conversão do sinal, contou com a participação da maioria das emissoras de TV, principalmente da maior empresa de comunicação do estado, a Inter TV Cabugi” (Sales Júnior, Kneipp, 2020, p. 38).

Os beneficiários dos programas sociais do Governo Federal receberam kits para que não ficassem sem a programação da TV aberta no estado. Esse trabalho ocorreu por meio da Seja Digital, uma organização não-governamental e sem fins lucrativos, mantida pelas operadoras de telefonia a partir de uma determinação da Anatel (Sales Júnior, Kneipp, 2020).

O trabalho de orientação e distribuição dos kits, com antena e conversor, foi necessário para atingir o percentual mínimo de residências potiguares recebendo o sinal digital, conforme exigido pelo Governo Federal. Para isso, foi realizada uma pesquisa sobre o índice de digitalização e comprovado que os municípios ultrapassaram o percentual para o desligamento do sinal analógico [...] Na época, a capital potiguar apresentou um índice de 92% dos domicílios com acesso a TV Digital (Sales Júnior; Kneipp, 2020, p. 39-40).

Após a Região Metropolitana de Natal ter o sinal analógico desligado, foi a vez da cidade de Mossoró e municípios da Região Oeste do estado. Com isso, no dia 9 de janeiro de 2019, a segunda etapa do processo de transição tecnológica foi concluída. Inicialmente, esse desligamento estava previsto para ocorrer em 5 de dezembro do ano anterior, mas não aconteceu porque não foi atingido o índice mínimo de digitalização do sinal, que era de 90% dos lares recebendo o sinal digital (Sales Júnior; Kneipp, 2020).

Com a conclusão das duas etapas de desligamento, o Rio Grande do Norte passou a contar com doze canais de televisão aberta transmitindo com sinal digital. Foram quase oito anos para a transição da TV Analógica para a TV Digital no estado, da primeira a emissora a começar as transmissões até a última a concluir o processo (Sales Júnior; Kneipp, 2020, p. 41).

Portanto, a partir do encerramento das transmissões analógicas no Rio Grande do Norte, o telespectador passou a contar com uma maior qualidade digital de som e imagem. Algo bem diferente dos primórdios da televisão no estado, quando a programação chegava aos lares potiguares com ruídos e chuviscos. Com esse desenvolvimento do sinal, o uso de novas tecnologias digitais foi intensificado nos anos seguintes nas produções televisivas.

#### 5.4.1 As transmissões pela internet e a presença do videorepórter

O uso das novas tecnologias começou a acontecer de forma mais intensa a partir das inaugurações dos primeiros canais digitais no Rio Grande do Norte. Antes disso, era feito de forma pontual, de acordo com a necessidade de coberturas e produções especiais. Mas foi a partir da TV Digital que o estado “passou a contar com imagem em alta definição, excelente qualidade de som, interatividade com os programas e mobilidade, pois os programas e jornais podem ser vistos por meio de aparelhos portáteis de TV ou celulares” (Júnior, 2014, p. 148).

A escolha de Natal como uma das cidades-sede da Copa do Mundo da Fifa, em 2014, contribuiu diretamente para a implementação de novas tecnologias de transmissão na televisão do Rio Grande do Norte. Nesse contexto, a Inter TV Cabugi começou a produzir reportagens utilizando equipamentos portáteis de transmissão pela internet (Júnior, 2014). Em seguida, as demais emissoras também passaram a utilizar esses dispositivos tecnológicos digitais para fazer entradas ao vivo nos telejornais e ao longo da programação. Esses investimentos em tecnologias trouxeram mais agilidade para o telejornalismo local e mobilidade para as equipes de reportagem na rua (Kneipp; Sales Júnior, 2022).

Com o crescimento e desenvolvimento da televisão no Rio Grande do Norte, apoiados em novas tecnologias, o telejornalismo potiguar foi crescendo, ganhando novas formas, realizando novas práticas sociais e se reconfigurando. A produção da notícia agora é feita com mais agilidade, direto do local dos acontecimentos (Kneipp; Sales Júnior, 2022, p. 8).

Com tecnologias oferecendo maior mobilidade para a realização das produções televisivas, as equipes ficaram menores, uma vez que várias atividades agora podem ser realizadas por um mesmo profissional. Com isso, a televisão no Rio Grande do Norte passou a contar com a figura do videorepórter, que fica responsável por produzir as reportagens, filmar e editar, além de realizar as entradas ao vivo para os telejornais. Tudo com o uso de dispositivos móveis como um aparelho celular (Kneipp; Sales Júnior, 2022).

A Inter TV Cabugi foi pioneira no Rio Grande do Norte nesse formato, segundo Kneipp e Sales Júnior (2022), contratando sete profissionais para atuar como videorepórter.

A videoreportagem passou a ser utilizada diariamente em novembro de 2019, quando a Inter TV, afiliada da TV Globo, contratou profissionais especificamente para desempenhar a função de videorepórter, que passaram a realizar diversas tarefas sozinhos. Diferentemente de antes, quando eram realizadas por equipes completas, compostas por repórter, cinegrafista, produtor, editor de texto e de imagens e auxiliar técnico, quando a cobertura exigia a atuação desse profissional (Kneipp; Sales Júnior, 2022, p. 8).

Apesar da agilidade e mobilidade que as tecnologias digitais ofereceram, a produção de informação na televisão por um único profissional não é fácil, como aponta Geraldo Jerônimo (2022 apud Kneipp; Sales Júnior, 2022), videorepórter da Inter TV Cabugi. Afinal, exigem maior preparação e atenção dos jornalistas que atuam nessa função.

Dificuldades naturais são as de realizar várias tarefas ao mesmo tempo, como entrevistar, captar a imagem, verificar áudio captado, e conduzir a entrevista, por exemplo. Outra é o formato para produção de conteúdo específico devido a qualidade da imagem e áudio captado. Como em matérias que necessitam

de uma melhor produção cinematográfica e que requer equipamentos mais adequados (Jerônimo, 2022 apud Kneipp; Sales Júnior, 2022).

Com a redução de pessoal nas equipes de TV, verifica-se a repetição de formatos e enquadramentos, além da ausência de movimentos nas imagens, principalmente em entradas ao vivo, como verificamos na Imagem 19, onde o repórter aparece sempre enquadrado junto com o entrevistado, uma vez que não conta mais com o apoio de um cinegrafista.

#### **Imagem 19 – Geraldo Jerônimo ao vivo pela internet no Bom Dia RN em 2022**



Reprodução / Inter TV Cabugi

Além das produções realizadas no formato tradicional da televisão, os videorepórteres são incentivados a utilizar novas linguagens, mais próximas do que é produzido na internet e pelas redes sociais digitais, como explica Norton Rafael (2022 apud Kneipp; Sales Júnior, 2022), editor-chefe do Bom Dia RN.

Eles participam de entradas ao vivo nos jornais e fazem reportagens de rua no formato tradicional (off + sonoras + passagens) e também em plano sequência. Neste segundo caso, é sugerido aos videorepórteres o uso do formato 'selfie' por facilitar o enquadramento com o entrevistado, visto que a câmera frontal possui um "retorno" de imagem. No caso das reportagens "padrão", os videorepórteres são responsáveis por capturar imagens de apoio para cobrir os offs e gravar as sonoras (Rafael, 2022 apud Kneipp; Sales Júnior, 2022).

Nesse momento de reconfiguração da televisão potiguar, além das entradas ao vivo pela internet feitas pelos videorepórteres, as fontes das notícias também passaram a utilizar os dispositivos tecnológicos para dar entrevistas em tempo real para as emissoras de televisão. Essa prática se tornou frequente a partir da Pandemia da Covid-19, que exigiu o isolamento e o distanciamento social para evitar a proliferação do vírus. Por meio de chamada de vídeo, foi

possível passar as informações para a TV de qualquer lugar, como ressaltam Kneipp e Moraes (2020), ao analisar o telejornal Bom Dia RN nesse período.

Do ponto de vista estético, a imagem é de baixa qualidade, porque é gerada a partir de um computador ou celular, e o som oscila, de acordo com a qualidade da internet, e alguns momentos se cria um *delay* de áudio, que provoca segundos de silêncio entre a pergunta e a resposta. A qualidade ou a falta dela depende da conexão da internet, que eventualmente interrompe a entrevista, ou dificulta o entendimento (Kneipp; Moraes, 2020, p. 298)

Kneipp e Moraes (2020) destacam outras mudanças ocorridas na televisão do Rio Grande do Norte em virtude do período pandêmico mundial. O uso de dois microfones, um para o repórter e outro para o entrevistado, quebrando a regra clássica do telejornalismo de o jornalista ter o controle da fala durante a entrevista, foi uma dessas alterações nas práticas sociais da TV. Os autores citam ainda a baixa qualidade de materiais gravados pelos repórteres com os próprios celulares, devido ao trabalho realizado em casa, por causa da necessidade de isolamento na época. “Outra observação na produção de reportagens, além da reportagem em *home office* é a reportagem de forma híbrida, onde o repórter vai a campo com o cinegrafista, colhe imagens, faz passagem e algumas entrevista, e depois complementa com outras entrevistas e depoimentos pela internet” (Kneipp; Moraes, 2020, p. 297).

No entanto, mesmo com o fim do decreto da Pandemia da Covid-19, essas práticas sociais foram mantidas pelas emissoras de televisão do Rio Grande do Norte, uma vez que ajudaram a diminuir os custos e facilitou a realização das produções televisivas, principalmente as de caráter jornalístico. Além disso, a participação dos entrevistados, utilizando seus próprios equipamentos e diretamente de ambientes domésticos, contribuíram para o fortalecimento da cultura da participação dos telespectadores, cada vez mais utilizada e estimulada na produção de conteúdo televisivo.

#### 5.4.2 A cultura da colaboração e da interação nos programas e telejornais

Ainda como reflexo das mudanças nas práticas sociais da televisão potiguar, durante a Pandemia, a participação do público na produção de conteúdo foi intensificada. Com a necessidade de isolamento social, redução das equipes de reportagem nas ruas e dificuldades para acessar determinados locais, uma saída encontrada por todas as emissoras de TV, tanto públicas quanto privadas, foi pedir a ajuda dos telespectadores, por meio de vídeos caseiros e foto amadoras, produzidos com o próprio celular. “Sem ter como produzir o próprio material, as reportagens eram construídas com imagens captadas na internet e/ou com a colaboração de

entrevistados, que gravam falas e depoimentos com o próprio celular e enviavam para a equipe de produção de jornalismo” (Sales Júnior; Kneipp, 2022e, p. 183).

Nesse período, não apenas partes, mas telejornais e programas inteiros, foram construídos com materiais produzidos pelos telespectadores ou assessorias de comunicação de órgãos públicos e empresas privadas. O Giro 5.com da TV Universitária da UFRN, que era um boletim informativo veiculado ao longo da programação, foi produzido nesse formato durante esse período, como observamos na Imagem 20. “Essas produções eram curtas e tinham duração média de 1 a 2 minutos, ilustradas com fotos e vídeos da internet ou fornecidos por assessorias de comunicação de instituições públicas e empresas privadas. Assim como o telejornal, eram gravados em ambientes domésticos” (Sales Júnior; Kneipp, 2022e, p. 183).

**Imagem 20 – Pedro Trindade apresentando o Giro 5.com em 2021**



Reprodução / TV Universitária

No entanto, o uso de vídeos e fotos produzidos pelos telespectadores não é algo que surgiu apenas no período da pandemia. Antes disso, as emissoras potiguares já utilizavam materiais enviados pelo público para ilustrar programas e telejornais. Mas com a implementação das tecnologias digitais o acesso ficou mais facilitado, bem como a realização desse tipo de produção. Em setembro de 2014, de acordo com Vasconcelos (2016), a Inter TV Cabugi passou a utilizar um aplicativo chamado Você no RNTV para incentivar o envio desse material para os telejornais do canal. “Depoimentos dos próprios funcionários da empresa mostram que após o uso da ferramenta houve uma aproximação do telespectador na construção das notícias do telejornal” (Vasconcelos, 2016, p. 55).

Apesar de essa ferramenta ter sido utilizada por pouco tempo, contribuiu para criar as bases para um telejornalismo mais colaborativo na emissora nos anos seguintes.

Com a popularização das redes sociais e da internet em geral, a contribuição do público se tornou ainda mais constante no trabalho jornalístico. Antes, para a população dar uma ideia de pauta era preciso fazer uma ligação e falar diretamente com um dos pauteiros ou produtores. Hoje, isso pode ser feito enviando um simples e-mail. Além de mais ágil, pode ser feito a qualquer momento, sem custos nem grande esforço (Júnior, 2014, p. 57).

Essa se tornou uma prática na televisão potiguar que foi fortalecida ainda mais com o surgimento e popularização dos aplicativos de mensagens. A partir disso, as emissoras de televisão do Rio Grande do Norte passaram a utilizar também esse meio para ter um contato mais direto com os telespectadores, incentivando a participação ativa deles no processo de construção da notícia. Nos jornais da hora do almoço, considerado o horário nobre da televisão local/regional, o apelo feito ao público é ainda maior (Sales Júnior; Kneipp, 2023).

Todas as emissoras de televisão do Rio Grande do Norte, transmitidas em sinal aberto, possuem um número por onde os telespectadores podem enviar mensagens, por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp. Durante os programas, os apresentadores vão convidando as pessoas para participar, seja enviando fotos e vídeos com informações, respondendo enquetes ou mesmo emitindo opiniões sobre as notícias que estão sendo apresentadas naquela edição (Sales Júnior; Kneipp, 2023, p. 198).

O material que é enviado pelos telespectadores, e recebido pelas redações, serve para ilustrar as reportagens que são apresentadas nos telejornais das emissoras. Também contribuem com as produções que ainda estão sendo realizadas e que serão veiculadas em outros informativos (Sales Júnior; Kneipp, 2023). Essa prática reforça como a contribuição do público tem se tornado importante para a construção da notícia nos últimos anos, uma vez que ajuda a ampliar a cobertura jornalística e aumentar a diversificação de temas pautados. “Em um estado com 167 municípios, a maioria longe da capital, é praticamente impossível estar em todos os lugares, cobrindo todos os acontecimentos. É aí que entra a valiosa participação dos telespectadores” (Júnior, 2014, p. 57-58).

Além de ampliar a cobertura em termos geográficos, essa participação também tem contribuído para estreitar o relacionamento dos produtores de televisão com os telespectadores. Por isso, muitas das mensagens enviadas são lidas nos programas e telejornais, como forma de prestigiar e incentivar ainda mais essa prática, como observamos na Imagem 21. “Ao longo do programa, os apresentadores vão lendo as mensagens selecionadas pela produção. Isso ocorre em vários momentos como forma de agradecer a participação do público e criar uma identificação maior com as pessoas” (Sales Júnior; Kneipp, 2023, p. 199).

**Imagem 21 – Analyson Miqueias e Lídia Pace no Patrulha da Cidade em 2022**



Reprodução / TV Ponta Negra

Nesse período da TV potiguar, além do público de televisão, as redes sociais se configuraram como fontes de informação. É o que destaca Vasconcelos (2014), ao observar no jornalismo televisivo do Rio Grande do Norte:

[...] o uso dos mais distintos aplicativos dentro das redações de telejornalismo potiguar. Dentre eles, destacam-se Facebook, Twitter, Instagram, Google Maps, entre tantos outros para buscar informações sobre personagens, pautas estabelecidas dentro das rotinas produtivas tradicionais dos produtores de conteúdo e base de dados de pesquisas iniciais (Vasconcelos, 2016, p. 53).

No entanto, com o aprimoramento dessas práticas sociais e do desenvolvimento de novas tecnologias digitais, a internet se tornou mais do que uma fonte de informações para a televisão. Passou a ser configurada com um suporte, que permite o transbordamento do conteúdo televisivo para outros meios ou plataformas.

#### 5.4.3 A plataforma da televisão potiguar na internet

Com a consolidação, expansão e modernização, tanto tecnológica quanto das práticas sociais, verificou-se que a televisão do Rio Grande do Norte chegou à década de 2020 podendo ser assistida não apenas por meio de aparelhos televisores tradicionais, mas também por outros dispositivos como celulares, tablets e computadores. A convergência da TV com as mídias digitais possibilitou o transbordamento do conteúdo da televisão potiguar para outras plataformas, democratizando ainda mais o acesso às transmissões televisivas e atingindo novos públicos, que não são nativos do ambiente televisivo (Kneipp; Sales Júnior, 2020).

A atual fase de desenvolvimento da televisão no Rio Grande do Norte segue aberta, em constante configuração e reconfiguração, se apropriando de novas práticas sociais, além de contar com a participação de novos atores. É um momento de desenvolvimento e abertura maior para a convergência entre os conteúdos produzidos por mídias diferentes. (Kneipp; Sales Júnior, 2020, p. 305-306)

A partir da convergência com outras mídias, a televisão no Rio Grande do Norte buscou marcar presença nas mídias sociais digitais. Isso aconteceu a partir da criação de perfis de todas as emissoras de TV em redes como o *Facebook*, *YouTube* e *Instagram*, que também passaram a transmitir o conteúdo em tempo real, além de oferecer conteúdos exclusivos para o público presente no ambiente virtual, como são os casos dos programas policiais da hora do almoço. “Tanto no Balanço Geral quanto no Patrulha da Cidade, durante os intervalos comerciais, os apresentadores mantêm contato, sem interrupções, com os telespectadores que estão conectados pelo Facebook ou pelo YouTube” (Sales Júnior; Kneipp, 2023, p. 201).

No programa Balanço Geral da TV Tropical, a imagem do estúdio da emissora começa a ser disponibilizada para os internautas minutos antes da transmissão na TV em sinal aberto para todo o estado, como observamos na Imagem 22. O apresentador interage com quem está *online* e, para isso, conta também com a participação de outros personagens como os operadores de câmera, colegas jornalistas ou entrevistados que irão participar da edição naquele dia. Nesse momento, são respondidos os comentários feitos no chat ou discutidos temas gerais, até mesmo aqueles que não estarão em pauta.

**Imagem 22 – Alanzinho na transmissão do Balanço Geral pelo YouTube em 2022**



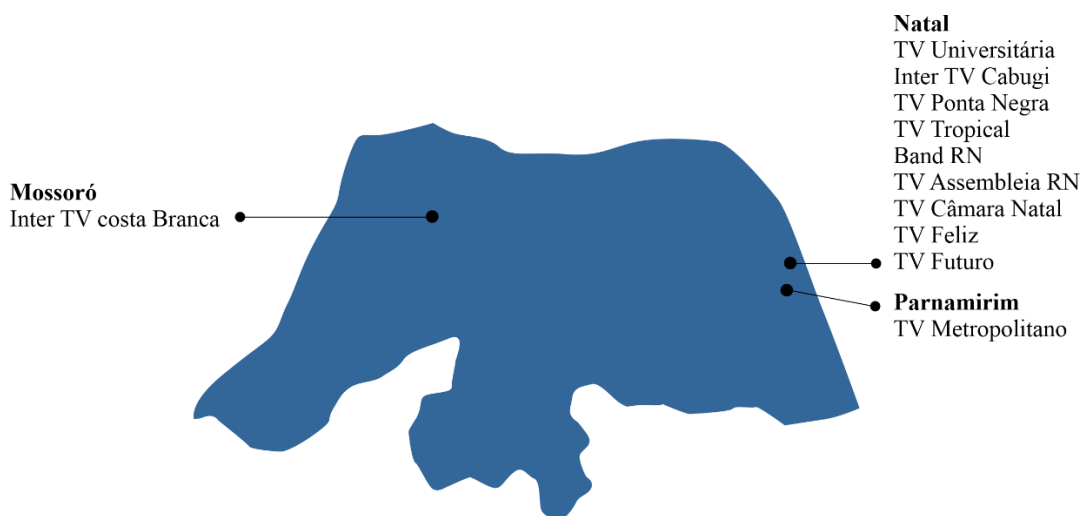
Reprodução / TV Tropical

Além da interação feita pelo apresentador nas redes sociais, o conteúdo produzido no ambiente virtual retorna para a televisão, contribuindo para um movimento em que um veículo de comunicação retroalimenta o outro. Por isso, os telespectadores também são convidados constantemente a interagir pelos perfis da emissora nas redes sociais e a se manterem presentes em diferentes ambientes ao mesmo tempo. “Durante o programa, são realizadas enquetes que devem ser respondidas pelo *Facebook*. Os resultados parciais e os comentários dos participantes vão sendo apresentados entre uma notícia e outra” (Sales Júnior; Kneipp, 2023, p. 200). Essa estratégia contribui para manter a audiência ativa durante o programa e até nos intervalos.

Nesse contexto, a presença da televisão potiguar no ambiente virtual, ou pelo menos do conteúdo televisivo, tem se mostrado como um elemento importante para manter o alcance desse veículo tradicional de comunicação junto ao público, até mesmo fora do ambiente televisivo. A convergência tem sido o caminho para conquistar novos públicos para a televisão, principalmente os mais jovens. “Esse tipo de interação tem se mostrado como uma estratégia transmídia, utilizada pela maioria das emissoras, para se aproximar dos telespectadores que assistem aos programas e marcar presença na internet, especialmente nas redes sociais mais populares” (Sales Júnior; Kneipp, 2023, p. 201).

Na atualidade, a televisão do Rio Grande do Norte possui onze emissoras locais produzindo conteúdo e transmitindo suas programações em sinal aberto para todas as regiões do estado: TV Universitária, Inter TV Cabugi, TV Ponta Negra, TV Tropical, Band RN, TV Assembleia RN, TV Câmara Natal, TV Feliz, TV Futuro, TV Metropolitano e Inter TV Costa Branca. A maioria está sediada em Natal, capital potiguar, como observamos no Mapa 7.

**Mapa 8 – Emissoras da TV aberta no Rio Grande do Norte**



Elaborado e atualizado pelo autor com base em Sales Júnior (2020)

Portanto, observamos que é nesse ecossistema midiático, convergido com a internet e com as novas mídias digitais, que a televisão do Rio Grande do Norte vem se desenvolvendo. Novos elementos surgiram e ainda estão surgindo, contribuindo para a criação de um ambiente que vive em constante reconfiguração das práticas sociais e com a participação de novos atores (profissionais de TV e telespectadores), responsáveis pela produção do conteúdo televisivo. São mudanças que acontecem principalmente por causa dos avanços tecnológicos que já ocorreram ou ainda estão para acontecer. Por isso, os estudos dos contextos históricos, socioeconômicos e culturais que fizeram parte da trajetória do estado foram importantes para compreender a forma que a TV potiguar se encontra configurada na contemporaneidade e quais podem ser as perspectivas para esse veículo de comunicação nos próximos anos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar a trajetória da televisão no Brasil, foi possível compreender como o processo de expansão e de regionalização ocorreu em nosso território e contribuiu para que esse veículo se espalhasse pelo país e fosse configurado da forma como o conhecemos na contemporaneidade. Do amadorismo inicial das primeiras emissoras de TV até a modernização tecnológica e profissionalização da mão-de-obra alcançadas ao longo das últimas décadas, verificamos o quanto nos desenvolvemos em relação às práticas sociais de produção televisiva. Nesse processo, diversos atores sociais também tiveram destaque e participação ativa, fundamental para que as produções televisivas brasileiras pudessem estar acessíveis a todos.

Em um primeiro momento, o desafio foi a implantação das emissoras por todos os estados e regiões brasileiras. Um trabalho que contou, inicialmente, com a ação pioneira do empresário Assis Chateaubriand, mas que depois foi sendo reforçado por outras iniciativas locais e regionais, além das ações governamentais nesse sentido. Nesse processo, foi possível observar as desigualdades regionais, onde Norte e Nordeste tiveram uma chegada tardia da televisão, enquanto Sul e Sudeste concentravam os primeiros canais de TV do Brasil, bem como a modernidade representada pela presença desse veículo nas décadas de 1950, 1960 e 1970.

Com os avanços tecnológicos, proporcionados num primeiro momento pela implementação do uso do videotape e pelas transmissões via satélite, foi possível expandir o alcance das programações e formar as primeiras redes nacionais de televisão do Brasil, contribuindo para o fortalecimento da TV no país e para a integração nacional por meio dela. O que trouxe desenvolvimento para a televisão brasileira, mas também foi responsável pela redução das produções locais, em regiões menos desenvolvidas, tendo em vista a redução de custos proporcionado pela possibilidade de exibição de conteúdo produzido em outras regiões do país, principalmente São Paulo e Rio de Janeiro.

Para que a televisão pudesse crescer e se regionalizar no Brasil, foram necessários investimentos significativos na infraestrutura de telecomunicações e na regulamentação da radiodifusão brasileira. A partir disso, os brasileiros viram surgir os primeiros canais educativos, consolidando um projeto nacional de teleducação, que, até certo ponto, proporcionou uma diminuição no analfabetismo, além da diversificação de conteúdos no ecossistema televisivo brasileiro.

Apesar do crescimento da televisão nas décadas iniciais, o veículo se desenvolveu sob o rigor da censura imposta pelo regime ditatorial que foi instalado no Brasil a partir de 1964.

Uma ditadura que investiu na expansão tecnológica da TV por todo o país, mas que também limitou o processo criativo e a liberdade de expressão de produtores, jornalistas e profissionais em geral que atuavam nas produções televisivas nesse período. Muitos foram perseguidos e até mortos. A mão de ferro da Ditadura Militar moldou as práticas de produção nesse veículo por muito tempo e cujos reflexos sentimos até hoje, principalmente na forma de organização do ecossistema midiático brasileiro. No entanto, apesar de tudo isso, a televisão passou a exercer um papel social relevante na divulgação de informações importantes para a sociedade, no combate às injustiças e na promoção da cidadania e cultura brasileiras.

O desenvolvimento da televisão brasileira também ocorreu em meio a práticas políticas questionáveis, como o favorecimento de algumas pessoas na distribuição de novas concessões de rádio e TV, ocorrida durante a discussão e aprovação da nova constituição brasileira, em 1988. Nesse processo, grupos políticos locais e regionais foram beneficiados e fortalecidos. O que contribuiu diretamente para a criação de conglomerados de mídia no Brasil, que se mantém em atividade e influentes até hoje, como é o caso do Grupo Globo, que detém o maior número de emissoras afiliadas no país, além dos diversos canais da TV por assinatura e plataformas de streaming, que exploram o mercado em ascensão das mídias digitais.

Com o amadurecimento do ecossistema televisivo brasileiro, a regionalização da programação se tornou cada vez mais fundamental para manter a TV como um veículo ativo, atual e relevante entre os brasileiros. Nas últimas décadas, vimos as produções regionais ganharem cada vez mais destaque em rede nacional e as programações locais e regionais serem aumentadas gradativamente, comprovando a necessidade dos telespectadores se identificarem com o conteúdo apresentado por meio desse meio de comunicação e o potencial de prestador de serviços e promotor da educação, da cidadania e da cultura, por meio dos canais públicos. Ainda não é um processo concluído, tendo em vista que segue atuando e reconfigurando o que vemos ao acessarmos os conteúdos da televisão na atualidade.

Com o surgimento das mídias digitais e a popularização da internet, a televisão passou por profundas transformações, tanto na forma de produzir programas e telejornais quanto no modo como os telespectadores acessam o conteúdo televisivo. O aparelho televisor tradicional deixou de ser o único receptor e passou a dividir espaço com as telas dos celulares, computadores e *tablets*. As inúmeras possibilidades de acesso proporcionadas pelas novas tecnologias reconfiguraram o ecossistema de TV como um todo, apresentando novos elementos ao cotidiano dos brasileiros, e continuam transformando-o a cada dia. Ainda não é possível dizer com precisão qual é o futuro das produções televisivas, mas, certamente, será bem

diferente daquela que crescemos assistindo ou da que estamos acostumados a ver na atualidade. Acreditamos que a convergência será ampliada ainda mais, com o surgimento de novas mídias.

Em meio a essas transformações, as práticas sociais da televisão também foram sendo reconfiguradas pelas mídias digitais. As audiências se tornaram mais ativas, participando diretamente da construção dos conteúdos veiculados pela televisão. O que contribuiu para a quebra da centralidade da produção da notícia e torna o trabalho dos produtores de informação ainda mais necessário, tendo em vista a disseminação em massa de conteúdos falsos, as chamadas *fake News*. Nesse cenário contemporâneo, os dispositivos móveis tiveram papel decisivo nessas mudanças, uma vez que proporcionaram as condições ideais para que as pessoas pudessem se interessar mais e se relacionarem com maior facilidade com os produtores de TV em todo o país. Reforçando ainda mais uma cultura de colaboração entre ambos.

Com o processo de digitalização da televisão, a regionalização foi fortalecida e ganhou novas formas. No entanto, ainda não é possível encontrar um consenso quanto ao conceito do que venha a ser a TV regional ou local no Brasil. Uma indefinição conceitual que ainda carece de detalhamento, seja quanto à legislação brasileira ou em relação aos estudos teóricos realizados até o momento. Por isso, discutir o papel do regional na televisão se torna importante, tendo em vista que verificamos que a identificação do público com as emissoras e suas programações se torna um dos parâmetros mais utilizados e aceitos para estabelecer as fronteiras do que seja um conteúdo regional ou nacional ou globalizado. Isso porque os limites geográficos se tornam insuficientes nessa missão.

A identificação e a delimitação de escalas geográficas da mídia no Brasil nos ajudaram a compreender como os grupos de mídia atuam em nosso território, bem como as práticas sociais e as influências que tem no ecossistema televisivo brasileiro. Mas não são suficientes para que possamos estabelecer com segurança o que realmente são empresas midiáticas locais, regionais e nacionais, diferenciando-as entre si. Afinal, com a convergência proporcionada pelas novas tecnologias nos últimos anos, é possível acessar o conteúdo televisivo de uma região em qualquer parte do planeta, sem que ele deixe de ser considerado regional. O que comprova que o regionalismo é mais uma questão identitária do que de alcance ou ocupação de espaço físico, sem negar a importância da espacialidade nessa definição.

A partir das discussões sobre o conceito de ecologia das mídias, foi possível compreender melhor a configuração atual do ecossistema televisivo do Rio Grande do Norte, bem como as principais transformações pelas quais passou esse ambiente midiático regional. A chegada de novos elementos proporcionou a ampliação das produções e das práticas inerentes

a esse veículo de comunicação. O que foi importante para o desenvolvimento da televisão potiguar e para que adquirisse as características que possui na atualidade. Apesar de permeada por forte influência política e econômica, as emissoras potiguares têm conseguido, ao longo dos anos, desempenhar um papel social relevante para a população.

Durante esta pesquisa, foi possível identificar como se configura a ecologia da mídia televisiva potiguar na contemporaneidade. Um trabalho realizado a partir de levantamentos sobre os canais da TV aberta e da TV por assinatura, das discussões e reflexões teóricas sobre a temática, bem como a identificação e estudo das empresas ou grupos empresariais que as mantêm. A classificação dos tipos de emissoras e operadores foi um passo importante para que pudéssemos compreender como funciona os diversos tipos de televisão local/regional em funcionamento no Rio Grande do Norte, como comerciais, educativas e legislativas.

Com os resultados obtidos a partir dos estudos sobre a trajetória da televisão no Rio Grande do Norte, verificou-se que alcançamos a resolução da problemática geradora desta investigação. A partir da análise dos momentos de mudanças nas práticas sociais e da reconfiguração tecnológica da televisão no estado foi possível identificar e compreender os períodos significativos que contribuíram para a expansão da TV pelo território potiguar.

Além disso, foi possível verificar a confirmação das hipóteses sobre a expansão da televisão no Rio Grande do Norte, formuladas no início desta pesquisa. O que eram suposições iniciais tornaram-se afirmações que poderão ser utilizadas em estudos futuros na área da comunicação midiática, especialmente a televisiva. Nesse sentido, a investigação se confirmou com um relevante olhar sobre a mídia televisiva potiguar, justificado pela necessidade de mais estudos aprofundados sobre o assunto.

Com esta investigação, foi possível constatar que as fases de desenvolvimento da televisão do Rio Grande do Norte realmente seguiram bem próximas às fases da televisão brasileira, identificadas por Mattos (2010a), mas seguindo recortes temporais e espaciais diferentes, tendo em vista as especificidades observadas nas emissoras potiguares. Apesar das diferenças, observou-se uma estreita relação do ecossistema televisivo regional norte-rio-grandense com o nacional, confirmando assim a existência de uma ecologia das mídias brasileiras, com elementos que interagem e se relacionam em diversos níveis.

Cada fase de desenvolvimento observada na televisão potiguar foi permeada por diversos elementos que possibilitaram identificar as práticas sociais e os atores envolvidos nesse processo de regionalização da TV. Por isso, estudar os contextos em que ocorreram foi fundamental para compreender como esse meio de comunicação conseguiu se expandir pelo

estado e segue em constante reconfiguração, ampliando o alcance do sinal e buscando novas formas de produzir conteúdo local/regional.

Também foi possível verificar que o crescimento da televisão potiguar aconteceu de formas diferentes nos ambientes da TV aberta e da TV por assinatura. Enquanto a primeira concentrou um público maior, chamando mais a atenção dos empresários para os investimentos em pessoal e tecnologias, a segunda se desenvolveu mantida por empresários locais ou instituições que demonstravam interesse em uma comunicação específica, voltada para uma audiência local, como é o caso dos canais operados pela Sidy's TV, em Currais Novos, primeira operadora de TV a cabo do estado e do Nordeste.

A pesquisa aqui desenvolvida conseguiu, como resultado principal, identificar e analisar os períodos de desenvolvimento da televisão no Rio Grande do Norte. Para isso, foram fundamentadas quatro fases distintas, configuradas a partir dos acontecimentos e contextos específicos do estado. Uma organização cronológica que deve facilitar a compreensão de estudantes de comunicação, profissionais da área, pesquisadores e telespectadores sobre os elementos presentes em cada um dos períodos de crescimento da TV em território potiguar.

Na primeira fase da televisão potiguar, observamos como se deu a instalação da primeira experiência de televisão no estado, do ponto de vista tecnológico e de produção de conteúdo, além de compreender o período em que a TV Universitária se configurou como o único canal com programação local no Rio Grande do Norte. Com isso, verificou-se que as bases da TV potiguar foram construídas a partir do projeto de teleeducação desenvolvido pela UFRN e pelo INPE, com incentivos do Governo Federal para se combater o analfabetismo. O que comprova o pioneirismo potiguar tanto na educação à distância quanto no uso educativo da televisão e compõe a primeira ecologia midiática regional norte-rio-grandense, onde a mídia e o telespectador local iniciaram uma convivência.

Pelo fato de ter surgido com finalidade educativas, a televisão no Rio Grande do Norte seguiu caminhos iniciais diferentes dos demais estados brasileiros, onde as primeiras emissoras instaladas tinham caráter comercial e eram voltadas para atender demandas e interesses privados, mesmo sendo concessões públicas. A dependência de recursos do Governo Federal, por vezes, foi um dos principais problemas enfrentados para a produção televisiva local/regional pela TV Universitária. As constantes crises financeiras vivenciadas pelas unidades, ao longo das décadas de 1980 e 1990, impediram ou retardaram de certa forma o crescimento pleno dos canais públicos e educativos no país, apesar dos avanços que também puderam ser observados nesse período.

A segunda fase é caracterizada pelo momento em que surgiram as três primeiras emissoras comerciais. O que contribuiu diretamente para o crescimento desse veículo e para a formação de um mercado publicitário voltado para a televisão no estado. Além disso, também verificamos que foi nesse período que a TV potiguar investiu na profissionalização tecnológica e de mão-de-obra, melhorando a qualidade do sinal e das produções televisivas locais, em relação às formas de produção e nem sempre quanto ao conteúdo.

A ligação política, mantida a partir da propriedade das emissoras de televisão nas mãos de agentes políticos de diferentes esferas e níveis, é um dos fatores que justificam a configuração da TV comercial potiguar na atualidade. Afinal, essa relação sempre permeou o ambiente midiático local/regional do Rio Grande do Norte, por meio de estratégias como a produção de programas voltados para atender interesses desses políticos e grupos regionais, interessados em se manter no poder, utilizando a mídia como meio para alcançar tal objetivo.

O desenvolvimento da TV aberta nessa segunda fase também foi importante para criar o ambiente propício para a instalação da primeira operadora de TV a cabo do estado, e conseqüente surgimento da TV por assinatura. O pioneirismo do Rio Grande do Norte, com a Sidy's TV de Currais novos é algo que merece destaque, tendo em vista que foi a primeira empresa desse setor no Nordeste. Anos depois, com a chegada de mais operadoras, foi possível implantar os canais legislativos, facilitando o acesso das pessoas às informações sobre as atuações dos parlamentos municipais e estadual, além de possibilitar a expansão dos canais públicos potiguares. Dessa forma, contribuiu para complexificar o desenho ecológico do ecossistema da televisão do Rio Grande do Norte com a inclusão desses novos elementos.

Na terceira fase da televisão do Rio Grande do Norte, verificamos as crises financeiras vivenciadas por algumas emissoras, culminando na venda delas para outros grupos empresariais. Uma mudança administrativa que trouxe transformações na programação e na organizadas da mídia televisiva potiguar, uma vez que foram realizadas demissões e trazidos profissionais de fora para atuar no estado, programas deixaram de ser produzidos e novas práticas de produção foram implementadas. O que de certa forma contribuiu para uma precarização do mercado profissional de TV do estado, caracterizada pelos baixos salários e pouca estrutura para a realização dos trabalhos. Algo que até os dias atuais tem repercussão na qualidade da programação que os telespectadores potiguares têm acesso.

Essa terceira fase abrange ainda o período em que essas empresas deram início aos investimentos para a implantação da TV Digital no Rio Grande do Norte, seguindo o cronograma estabelecido pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Nesse

momento, os potiguares vivenciaram a transição do sinal analógico para o digital, observando as intensas e constantes mudanças tecnológicas, contribuindo para o início da convergência de um meio tradicional como a televisão com as mídias digitais.

A partir da implantação do sinal de TV Digital no Rio Grande do Norte, observou-se que a imagem e o som melhoraram e, com isso, as produções televisivas passaram a ser feitas com alta definição. Uma transformação que, até certa medida, diminuiu as diferenças entre a qualidade técnica da programação de alcance nacional e de repercussão local/regional. No entanto, nem todas as emissoras tiveram condições financeiras de investir em novas tecnologias e seguem com um padrão ainda abaixo do esperado, mas ainda assim considerado melhor do que quando o sinal era analógico.

Por fim, a quarta fase da TV potiguar ainda segue em desenvolvimento e teve início quando o sinal analógico de TV começou a ser desligado. Observamos que nesse momento, as emissoras de televisão passaram a utilizar com maior intensidade as novas tecnologias digitais, que passaram a fazer parte da rotina produtiva da televisão no estado. Esse suporte tecnológico se tornou fator de sobrevivência para alguns canais, tendo em vista que a redução de custos para ter acesso a elas e a possibilidade de promover uma aproximação maior com o público.

Nessa fase, observamos também que novos formatos foram implementados e a interação com o público local/regional foi reconfigurada, estabelecendo uma nova relação entre os produtores do conteúdo televisivo e o público telespectador. Com isso, a cultura da participação ganhou novos contornos no ecossistema midiático do estado, com as pessoas enviando vídeos e fotos amadoras para a construção da notícia. Uma prática que se tornou fundamental diante da escassez de recursos técnicos e do enxugamento das redações. O que por outro lado contribuiu ainda mais para o agravamento desse cenário.

Em relação ao conteúdo produzido e veiculado local e regionalmente, é possível perceber uma queda no padrão de qualidade. Ao mesmo tempo que as entradas ao vivo pela internet proporcionaram maior agilidade também reduziram a resolução da imagem, que em alguns momentos apresentam interferências e até mesmo saem do ar, atrapalhando ou interrompendo o processo comunicacional. O que se apresenta como desafio, na medida em que essas tecnologias se tornaram necessárias para a realização das produções televisivas, e como um problema a ser superado nos próximos anos, quando devem ser criadas soluções tecnológicas para isso.

Por tudo realizado e pelos resultados alcançados, é possível verificar que os objetivos gerais e específicos da pesquisa também foram alcançados, mostrando que o planejamento feito

para a execução deste estudo foi adequado para atender as necessidades que esse tipo de trabalho exige. Acreditamos que o refinamento da metodologia, dos métodos e das técnicas utilizadas contribuiu para que o resultado final pudesse ser ancorado em bases sólidas, claras e objetivas, como é exigido de trabalhos científicos no campo da comunicação. Nesse contexto, foram construídos caminhos metodológicos que poderão ser seguidos por outros pesquisadores em investigações semelhantes, que tenham como proposta a periodização da mídia no Brasil.

O processo de construção desta pesquisa foi um tanto desafiador e, em alguns momentos, não foi fácil, diante da falta de material bibliográfico e da dificuldade de acesso a determinadas informações e conteúdos sobre as emissoras de televisão pesquisadas por este estudo. O recorte temporal extenso, de 50 anos, também representou outro complicador para a investigação, que deve ter uma abrangência e nível de detalhamento que esse tipo de trabalho exige. No entanto, foi um percurso motivador e compensador ao ver os resultados finais alcançados e a contribuição que esta tese deixará para o desenvolvimento dos estudos sobre a televisão no Brasil e no Rio Grande do Norte.

Portanto, estudar a televisão é olhar para o passado, que contribuiu para configurá-la ao longo dos últimos anos, mas também focado no presente e de olho no futuro, observando o que vem pela frente. Com o rápido desenvolvimento tecnológico verificado na contemporaneidade, é possível enxergar novas perspectivas para esse veículo de comunicação que se tornou o mais popular do Brasil e que ainda mantém grande presença e influência na vida dos brasileiros.

A forma de produzir e de assistir os conteúdos televisivos passou por profundas transformações, principalmente com a chegada e disseminação das mídias digitais. Acredita-se que o processo ainda segue em curso e que mais mudanças devem ser observadas num futuro não muito distante. Afinal, a TV no Brasil sempre se caracterizou como um veículo de comunicação que reflete diretamente os movimentos sociais e tecnológicos vivenciados no país e no mundo. E deve se manter assim ainda por muito mais tempo.

O desafio para quem produz, assiste e estuda televisão é perceber as transformações que estão ocorrendo e as que ainda irão ocorrer, buscando compreender os novos fluxos e movimentos refletidos pela TV e, principalmente, na tela da TV. O que a tornará um meio de comunicação cada vez mais ativo e relevante entre os telespectadores brasileiros. Longe de ser um veículo do passado, a televisão será sempre uma tecnologia do presente, projetando o futuro.

Portanto, acredita-se que esta pesquisa se apresenta como um estudo relevante e necessário para que possamos compreender a contemporaneidade do ecossistema televisivo brasileiro, principalmente o regional. Ao longo desta investigação foi possível identificar

fluxos, práticas, contextos e atores sociais envolvidos nesse processo de constantes mudanças e transformações, proporcionadas pelas novas tecnologias. Por isso, também acreditamos que esta tese de doutorado pode contribuir para o avanço nos estudos da comunicação midiática no Brasil, incentivando que outras pesquisas sejam realizadas e novas reflexões possam ser feitas sobre esse incrível e encantador veículo de comunicação que é a TV brasileira.

## REFERÊNCIAS

ABAP. **Brasil é o maior consumidor de TV aberta da América Latina**. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.abap.com.br/brasil-e-o-maior-consumidor-de-tv-aberta-da-america-latina> Acesso em: 18 out. 2023.

ACCIOLY, Denise Cortez da Silva. **Televisão universitária do RN (TVU): contribuição para a democratização da informação e a difusão do conhecimento científico produzido pela universidade**. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2012. Disponível: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/14429> Acesso em: 17 abr. 2023.

AGUIAR, Sonia. O Conceito de escala geográfica nos estudos de mídia regional. *In*: MOREIRA, Sonia Virgínia et al. (Organização). **10 anos: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, 2019, pp. 117-144.

\_\_\_\_\_. **Territórios do jornalismo: Geografias da mídia local e regional no Brasil**. Petrópolis: Vozes; Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

\_\_\_\_\_. O conceito de escala geográfica nos estudos de mídia regional. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 38, 2015, Rio de Janeiro, RJ. **Anais eletrônicos [...]**. Rio de Janeiro, RJ, 4-7 set. 2006. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3462-1.pdf> Acesso em: 1 abr. 2023.

AIRES, Janaine.; SANTOS, Suzy. dos. **Sempre foi pela família: mídias e políticas no Brasil**. – 1. ed. – Rio de Janeiro: Mauad X, 2017.

ALBERTI, Verena. **Ouvir contar: textos em história oral**. Rio de Janeiro: editora FGV, 2004.

\_\_\_\_\_. **Manual de história oral**. 3. ed. Rio de Janeiro: editora FGV, 2013.

ALMEIDA, Maria Ângela Vinagre. História da educação brasileira – o problema de sua periodização. **Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos**. Brasília, DF, v. 69, n. 161, p. 112-141, jan/abr, 1988.

ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. **O comportamento multitela na TV Social: um estudo das práticas midiáticas em torno do The Voice Brasil e do MasterChef Brasil**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/15693?locale-attribute=es> Acesso em: 23 mar. 2023.

ALVES, Kellyanne Carvalho. **Fontes ativas: colaboração das audiências ativas nos telejornais do Brasil e Espanha**. São Paulo: Mentis Abertas, 2022.

ALVES FILHO, Aluizio. **Lições que aprendi com ele e o que a vida me ensinou**. Natal: Edição do Autor, 2009.

ANDRADE, Arnon A. M. de. Política e afeto na produção de identidades e instituições: a experiência potiguar. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 30, p. 133-138,

set./dez, 2005. Disponível em: [http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1413-24782005000300011&script=sci\\_abstract&lng=en](http://educa.fcc.org.br/scielo.php?pid=S1413-24782005000300011&script=sci_abstract&lng=en) Disponível em: 15 abr. 2023.

ANGEIRAS, Maria Clara de Azevedo. **TVU, canal 11: a primeira TV Educativa do Brasil**. Recife: Ed. UFPE, 2018.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA. **História da TV**. Natal, 2023. Disponível em: <http://www.al.rn.gov.br/tvs> Acesso em: 20 jul. 2023.

ASSIS, Francisco de. Por uma geografia da produção jornalística: a imprensa do interior. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 36, 2013, Manaus, AM. **Anais eletrônicos** [...]. Manaus, AM, 4-7 set. 2013. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/66932805560370511646055039703916663230.pdf> Acesso em: 1 abr. 2023.

ASSIS, Francisco de; CARNIELLO, Monica Franchi. Geografias da comunicação: Espaços reflexivos no território latino-americano. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, n. 12, 2011. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/47> Acesso em: 1 abr. 2023.

AZEVÊDO FILHO, Rômulo Ferreira de. **Campina Grande, desenvolvimento e televisão regional: O caso da TV Borborema**. Dissertação (Mestrado em desenvolvimento regional) – Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2016. Disponível em: <http://tede.bc.uepb.edu.br/jspui/handle/tede/2745>. Acesso em: 24 fev. 2022.

BADIALI, Isabelle Ferret. **Uma TV universitária pública na era da cultura da convergência: estudo de caso da emissora TVU RN e a relação com a segunda tela**. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Processos Institucionais) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/26186> Acesso em: 17 abr. 2023.

BAND. **Atlas de cobertura**. São Paulo, 2023a. Disponível em: <https://comercial.band.com.br/atlas>. Acesso em: 20 fev. 2023.

BAND. **Programação**. São Paulo, 2023b. Disponível em: <https://www.band.uol.com.br/programacao> Acesso em: 20 fev. 2023.

BARBOSA, Marialva Carlos. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. *In*: RIBEIRO; Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010, pp. 15-35.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. Depois da TV digital: o telejornalismo e as rotinas produtivas em uma emissora regional. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 6, n. 18, p. 18-30, jan./jun. 2016. Disponível em: <https://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/174> Acesso em: 3 abr. 2023.

\_\_\_\_\_. Apontamentos sobre noticiário regional no contexto globalização: algumas contribuições. **Revista Brasileira De Ensino De Jornalismo**, Brasília, v. 6, n. 2, p. 1-16,

jan./jun, 2007. Disponível em: <https://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/95>  
Acesso em: 28 mar. 2023.

\_\_\_\_\_. **TV Regional: trajetória e perspectivas.** Campinas: Alínea, 2001.

BECKER, Beatriz. **A construção audiovisual da realidade: uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo.** 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2022.

\_\_\_\_\_. **Televisão e telejornalismo: transições.** 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

BENKO, Georges. **Economia, espaço e globalização na aurora do Século XXI.** São Paulo: Hucitec, 1996.

BERGAMO, Alexandre. A reconfiguração do público. *In*: RIBEIRO; Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs). **História da televisão no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2010, pp. 59-83.

BEZERRA, Cristina D'Oliveira Vidal. A primeira emissora comercial do Rio Grande do Norte: uma história da TV Ponta Negra. *In*: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). **Trajetoária da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica.** Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017, pp. 157-171.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. **A televisão brasileira na era digital.** São Paulo: Paulus, 2007.

BOLAÑO, César. A economia política da televisão brasileira. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 22, n. 2, p. 15-32, 1999. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/998/901>. Acesso em: 21 fev 2023.

BRANDÃO, Cristina; LINS, Flávio; MAIA, Aline. Itacolomi – uma TV para Minas Gerais. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 3, p. 877 – 893, setembro/dezembro 2011. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/10387>>. Acesso em: 24 fev. 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995.** Brasília, 7 jan. 1995. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8977.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8977.htm) Acesso em: 21 fev 2023.

BRAUDEL, Fernand. **Escritos sobre a história.** São Paulo, Perspectiva, 1978.

BRESSAN JUNIOR, Mario Abel. **Memória teleafetiva.** Florianópolis: Insular, 2019.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV.** 3 ed. São Paulo: Boimtempo Editorial, 2000.

BUONANNO, Milly. Thematic Issue on The End of Television (Not Yet): Editor's Introdução. **Media and Communication**, v.4, n.3, 2016. p. 95-98.

CABO TELECOM. **Sobre a Cabo**. Natal, 2023. Disponível em: <https://cabotelecom.com.br/site-1/sobre-a-cabo/> Acesso em: 20 jul. 2023.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. O poderio da Rede Amazônica de Rádio e Televisão no norte do Brasil. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36, 2013, Manaus, AM. **Anais** [...]. Manaus, AM, 2013. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1400-1.pdf>>. Acesso em: 25 fev. 2022.

CABRAL Eula Dantas Taveira; CABRAL FILHO, Adilson Vaz. Do massivo ao local: a perspectiva dos grupos de mídia. *In*: SOUSA, Cidoval Morais de, (Org.). **Televisão regional: globalização e cidadania**. Rio de Janeiro: Sotese, 2006, pp. 47-72.

CÁDIMA, Francisco Rui. **A televisão, o digital e a cultura participativa**. Lisboa: Media XXI / Formalpress, 2011.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **A Audiência Convergente do Telejornal nas Redes Sociais**. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2015. Disponível em: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/132>. Acesso em: 23 mar. 2023.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Manual Rede Legislativa de Rádio e TV**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/comunicacao/rede-legislativa-radio-tv/arquivos/manuais-arquivos/manual-da-rede-2a-edicao> Acesso em: 21 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. **Comissão aprova regulamentação de programação regional de rádio e TV**. Brasília, 2013. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/409409-comissao-aprova-regulamentacao-de-programacao-regional-de-radio-e-tv/> Acesso em: 1 abr. 2023.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade**. Coimbra: Minerva, 2002.

CAMPOS, Lenir da Silva. **Telejornalismo e Identidade regional**. Disponível em [http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/2/22/GT3-\\_03-\\_Telejornalismo-Lenir-Naira.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/2/22/GT3-_03-_Telejornalismo-Lenir-Naira.pdf). Acesso em: 30 mar. 2023.

CAMPOS, Adriana Souza. A Audiência da TV Regional no Cerrado Goiano: a Rede Anhanguera de Televisão. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29, 2006, Brasília, DF. **Anais eletrônicos** [...]. Brasília, DF, 6-9 set. 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/66932805560370511646055039703916663230.pdf> Acesso em: 30 mar. 2023.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: Interatividade, convergência, e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

CANAVILHAS, João. **O novo ecossistema mediático**. *In*: BOCC, 2012. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf> Acesso em: 20 mar. 2023.

\_\_\_\_\_. **El nuevo ecossistema mediático**. Index Comunicación, v. 1, p. 13-24, 2011.

CANAVILHAS, João; TORRES, Vitor; LUNA, Diógenes. Da audiência presumida à audiência real: influência das métricas nas decisões editoriais dos jornais online. **Mediapolis**, Coimbra: Impactum Coimbra University Press, n. 2, 2016, p. 135-149. Disponível em: [https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019\\_2\\_10](https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_2_10) Acesso em: 3 abr. 2023.

CANCLINI, Néstor García. **A globalização imaginada**. Iluminuras: São Paulo, 2003.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

CAPPARELLI, Sergio. A periodização nos estudos de televisão. **Intexto**, Porto Alegre: Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, ano 1, n. 1, 1997.

\_\_\_\_\_. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

\_\_\_\_\_. Comunicação de massa sem massa. – 5. ed. – São Paulo: Summus editorial, 1986.

CARDOSO, Gustavo. Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade da informação. In: MORAES, Denis (Org.). **Mutações do visível**: da comunicação de massa à comunicação de rede. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010, pp. 23-52.

CARLÓN, Mario. Repensando os debates anglo-saxões e latino-americanos sobre o "fim da televisão". In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs.). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 11-33.

CARVALHO, Robson Vasconcelos. **Família e Política no RN**: Alves, Maia e o suporte do Senado. Natal: Terceirize: EDUFRN, 2018.

CARVALHO, Luciana Menezes; BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha. Legitimação das organizações midiáticas no ecossistema digital. In: Rublescki, Anelise; Barichello, Eugenia Mariano da Rocha (orgs). **Ecologia da mídia**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2013.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Trad. Vera Lúcia Mello Joscelyne, ver Isabela Machado de Oliveira Fraga. 1 ed. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

\_\_\_\_\_. **O Poder da Identidade**. In: A era da informação: economia, sociedade e cultura. Volume II. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTILHO, Maria Augusta de; CHAPARRO, Yan Leite. A re-territorialização do sagrado no contexto urbanístico de Campo Grande – MS. **Revista Brasileira de História das Religiões**, ano 1, n. 3, p. 381-395, jan. 2009. Disponível em: <http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf2/texto%2019.pdf>. Acesso em: 1 abr. 2023.

CASTRO, Iná Elias de. O problema da escala. *In*: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. **Geografia, conceitos e temas**. 16ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014, pp.117-140.

CAVALCANTI, Gêsa Karla Maia. Tendências para a TV Social como estratégia produtiva. *In*: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 18, 2016, Caruaru, PE. **Anais eletrônicos** [...]. Caruaru, PE, 7-9 jun. 2016. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-0313-1.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2023.

CELLARD, André. A análise documental. *In*: POUPART, Jean. et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis, Vozes, 2008, p. 295-316.

CERQUEIRA, Laerte; GOMES, Elane. Telejornalismo remoto: O que pode se incorporar à rotina das redações e dos profissionais pós-pandemia?. *In*: EMERIM, Cárlica; COUTINHO, Iluska. **A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia**. 1. ed. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2020.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 2006.

CLARK, Walter. **O campeão de audiência: uma autobiografia**. São Paulo: Best Seller, 1991.

COUTINHO, Iluska. Público e identidade no telejornalismo brasileiro. *In*: COUTINHO, Iluska; ALVARENGA, Nilson Assunção (Orgs.). **Identidade e tecnocultura: a comunicação em questão**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010. p.131-145.

\_\_\_\_\_. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. *In*: VIZEU, Alfredo (org.) **Sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 91-108.

CRUZ, Renato. **TV Digital no Brasil: Tecnologia versus política**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e Negócio, a RBS em Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 1996.

CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. Anotações sobre a história da televisão no Ceará (décadas de 1970 e 1980). *In*: Congresso Nacional de História da Mídia, 7, 2009, Fortaleza, CE. **Anais** [...]. Fortaleza, CE, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Anotacoes%20sobre%20a%20historia%20da%20televisao%20no%20Ceara.pdf>>. Acesso em: 26 fev. 2022.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. **Primeira emissora educativa do Brasil, TV Universitária completa 50 anos**. Recife, 22 nov. 2018. Disponível em: <<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/viver/2018/11/primeira-emissora-educativa-do-brasil-tv-universitaria-completa-50-an.html>>. Acesso em: 9 nov. 2021.

DOSSE, François. **O desafio biográfico: escrever uma vida**. São Paulo: Unesp, 2013.

DOUGLAS, Franklyn. **Mídia eletrônica, controle social e poder econômico:** particularidades da concessão da TV Difusora/Rede Globo no Maranhão. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas), São Luís, Universidade Federal do Maranhão, 2011. Disponível em: <https://tedebc.ufma.br/jspui/bitstream/tede/851/1/DISSERTACAO%20FRANKLIN%20DOUGLAS.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2022.

DUARTE, Túlio. **8 anos da TV Câmara Natal.** Natal, 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gDdANjGuthc> Acesso em: 20 jul. 2023.

ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

EDMONDSON, Ray. **Arquivística audiovisual:** filosofia e princípios. Trad. de Carlos Roberto Rodrigues de Souza. Brasília: UNESCO, 2017.

ELLIS, John. **Seeing things.** Londres: IB. Tauris, 2000.

EVANGELIA, Mantzari. **The Implementation of Social Interactive Television.** Disponível em: <http://uxtv2008.org/program/social-tv-workshop-papers/evangelia.pdf> Acesso em: 23 mar. 2023.

FABRI JÚNIOR, Duílio. **A tensão entre o global e local: os limites de um noticiário regional na TV.** Campinas, SP: Akademika Editora, 2006.

FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. *In:* CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs.). **O Fim da Televisão.** Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 114-131.

FERNANDES, Eduarda; PALHARES, Marcela; LIMA, Priscila. Maurício Pandolphi: relatos de um jornalista feliz. *In:* VELOSO, Maria do Socorro Furtado; LOPES, John Willian (orgs.). **Depoimentos para uma história da imprensa potiguar.** Natal : Editora Tribo, 2018.

FERNANDES, Gustavo dos Santos; SANTOS, Emanuel Leonado dos. Os deslocamentos da história: Da TV Potengi à Band Natal. *In:* KNEIPP, Valquíria A. P. **Trajatória da televisão no Rio Grande do Norte:** a fase analógica. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017, pp. 194-223.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Canatta de. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. **Revista Famecos.** Porto Alegre, v. 19, n. 2, pp. 373-389, maio/agosto 2012. Disponível em: [https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/9756/2/Uma\\_nova\\_forma\\_de\\_ver\\_TV\\_no\\_sofa\\_ou\\_em\\_qualquer\\_lugar.pdf](https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/9756/2/Uma_nova_forma_de_ver_TV_no_sofa_ou_em_qualquer_lugar.pdf) Acesso em: 23 mar. 2023.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONSECA, Adriano Nogueira da. **Telejornalismo regional:** O percurso histórico do telejornal Bom Dia Tocantins. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) – Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2021. Disponível em: <http://repositorio.uft.edu.br/handle/11612/3665>. Acesso em: 25 fev. 2022.

FRANÇA, Vera V. A Televisão Porosa: Traços e Tendências. *In*: Filho, J. F (org.). **A TV em transição**: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 27-52.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Tradução Raul Fiker. São Paulo: Unesp, 1991.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, SP: Atlas, 2002. 4. ed.

GONÇALVES, Kaiane Yamauchi. **Televisão Regional**: o discurso de pertencimento da afiliada da Rede Globo “TV TEM” no projeto “TEM running bauru 2019”. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Arte e Comunicação – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, 2020. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/202645> Acesso em: 27 mar. 2023.

GURGEL, Maria Gorete. **Jornalismo público em questão**: uma análise do TVU Notícias. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Processos Institucionais), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/20664> Acesso em: 17 abr. 2023.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP.& A, 2000.

\_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 3ª edição. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

\_\_\_\_\_. **Da diáspora**: Identidades e mediações culturais / Stuart Hall; Organização: Liv Sovik; Tradução: Adelaine La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HAESBAERT, Rogério. **Regional-global**: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

\_\_\_\_\_. **Territórios Alternativos**. São Paulo: Contexto, 2009.

\_\_\_\_\_. **Des – territorialização e identidade**: a rede “gaúcha” no Nordeste. Niterói: EDUFF, 1997.

HARBOE, Gunnar. In search of social television. *In*: PABLO, Cesar; DAVID, Geerts; KONSTANTINOS, Chorianopoulos. **Social interactive television**: immersive experiences and perspectives. Hershey: New York, 2009.

HELDER, Raimundo R. **Como fazer análise documental**. Porto, Universidade de Algarve, 2006.

HELLER, Agnes. **Teoría de la historia**. 5. ed. Mexico: Fontamara, 1997.

HERMENEGILDO, Juliana. TV Tropical: uma emissora aberta para o novo. *In*: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). **Trajatória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica**. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017, pp. 224-239.

HIGINO, César Augusto Rodrigues et al. Cabo Mídia: um novo conceito de mídia. **Revista de Casos e Consultoria**, v. 8, n. 2, p. 1-11, 2017.

HOBBSAWN, Eric. **Sobre a história**. São Paulo, Companhia das Letras, 1998.

IANNI, Octávio. **A sociedade Global**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

\_\_\_\_\_. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

IBGE. **Séries históricas e estatísticas**. Brasília, 2023 Disponível em: [https://serieestatisticas.ibge.gov.br/lista\\_tema.aspx?op=0&de=8&no=4](https://serieestatisticas.ibge.gov.br/lista_tema.aspx?op=0&de=8&no=4). Acesso em: 26 nov. 2023.

IHITZ, Gretchen Ferreira; CUNHA, Ricardo Ramos Carneiro da. TV Sul Programas: fragmentos sobre a história da televisão no Rio Grande do Sul. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais [...]** São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0895-1.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2023.

IVASHITA, Simone Burioli; COELHO, João Paulo Pereira. Periodização da história da educação brasileira: dimensões teóricas das concepções de tempo histórico. **Holos**, v. 1, p. 1-10, 2019. Disponível em: <https://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/view/7682> Acesso em: 5 abr. 2023.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA, 2001.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias?. **Matrizes**, v. 4, nº2, jan./jun, São Paulo, 2011, pp. 93-109. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38294> Acesso em: 3 abr. 2023.

\_\_\_\_\_. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JÚNIOR, Francisco. **RNTV: a notícia no ar**. Natal: Edição do Autor, 2014.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos; MORAES, Renato Ferreira de. Novas práticas sociais no telejornalismo em tempos do novo coronavírus: um estudo do Bom Dia RN. *In*: EMERIM, Cárlica; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska. **A (re)invenção do telejornalismo em tempo de pandemia**. 1. ed. Florianópolis: Insular, 2020, pp. 287-303.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). **Trajatória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica**. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos; SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas. O papel do videorrepórter na televisão contemporânea: um estudo da atuação do telejornalista no Rio Grande do Norte. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 45., 2022c, João Pessoa, Paraíba. **Anais [...]**. João Pessoa, 2022. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/05102022082638627a4bee06b15> Acesso em: 20 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. **Por uma nova ecologia da televisão regional: um estudo da TV no Rio Grande do Norte**. In: SUING, Abel; FALANDES, Carolina; KNEIPP, Valquíria (Orgs.). *Cenas audiovisuais*. Aveiro, Ria Editorial, 2021.

\_\_\_\_\_. O desenvolvimento da Televisão Brasileira: as fases de desenvolvimento da TV no Rio Grande do Norte. *In: GOBBI, Maria Cristina; RENÓ, Denis Porto (Orgs.). Reflexões sobre o Pensamento Comunicacional Latino-americano*. 1. ed. Aveiro: Ria Editorial, 2020.

\_\_\_\_\_. A TV aberta no Rio Grande do Norte: o início das transmissões digitais na televisão potiguar. *In: Revista de Estudos de gestão, informação e tecnologia*, Itaquaquecetuba, SP, V. 12 n° 2, 2019. P. 184-199. Disponível em: <http://www.revista.fatecitaqua.edu.br/index.php/regit/article/view/REGIT12-a12> Acesso em: 1° ago. 2023.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos; SILVA, Luciana Salviano Marques da. A trajetória da televisão no RN: um “estado da arte” ou “do conhecimento”. *In: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica*. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017, pp. 25-58.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LIMA, Maria Erica de Oliveira. **Mídia Regional: Indústria, mercado e cultura**. Natal, RN: EDUFRN – Editora da UFRN, 2010.

\_\_\_\_\_. **Neo-coronelismo na mídia nordestina**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, 2000.

\_\_\_\_\_. Nordeste: o desenvolvimento para além das oligarquias. *In: Congresso Brasileiro da Comunicação*, 24, 2001, Campo Grande, Mato Grosso do Sul. **Anais [...]** Campo Grande, 2001. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/156331664957317396305033185267157751695.pdf> Acesso em: 20 fev. 2023.

LINS, Aline Maria Greco. Quando a televisão ainda era uma aventura no nordeste brasileiro. *In: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica*. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017, pp. 59-75.

LORÊDO, João. **Era uma vez...a televisão**. São Paulo: Alegro, 2000.

LOTZ, Amanda. The Paradigmatic Evolution of U.S. Television and the Emergence of Internet-Distributed Television. **Icono** 14, v. 14, n. 2, 2016, p. 112 – 142. Disponível em: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/993> Acesso em: 3 abr. 2023.

\_\_\_\_\_. **The Television Will Be Revolutionized**. New York and London: New York University Press Books, 2007.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lúcia. Fim da televisão?. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 54-76.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4 ed. São Paulo: Editora Senac, 2005.

MARINHO, Clarissa; OLIVEIRA, Débora. **Quatro pilares femininos da televisão**. Natal: Jaécio Carlos Edições, 2010.

MARINELLI, Alberto; ANDÒ, Romana. Multiscreening and Social TV: the changing landscape of TV consumption in Italy. **View**, vol.3, n.6, 2014, p.24-36. Disponível em: <https://mediarep.org/handle/doc/15069> Acesso em: 3 abr. 2023.

MARQUES DE MELO, José. Comunicação e desenvolvimento: por um conceito midiático de região. In: MARQUES DE MELO, José; SOUSA, Cidoval Moraes de; GOBBI, Maria Cristina (Orgs.). **Regionalização midiática: estudos sobre comunicação e desenvolvimento regional**. Rio de Janeiro: Sotese, 2006, p. 13-35.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MARTINS, Gilberto Andrade. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisa no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 2, n. 2, p. 8-18 jan./abr. 2008. Disponível: <https://www.revistas.usp.br/rco/article/view/34702> Acesso em: 7 abr. 2023.

\_\_\_\_\_. **Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2006.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira: Uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 5. ed. rev. e ampl, 2010a.

\_\_\_\_\_. A evolução histórica da televisão brasileira. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010b, pp. 23-55.

\_\_\_\_\_. O resgate da memória e a construção da história da televisão no Brasil. In: BRAGANÇA, Anibal; MOREIRA, Sônia Virgínia (orgs.). **Comunicação, Acontecimento e Memória**. São Paulo: Intercom, 2005, pp. 112-123.

MCLUHAN, Marshall. **The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man**. Toronto: University Toronto Press, 1962.

\_\_\_\_\_. **Understanding Media: the extensions of man**. New York: New American Library Press, 1964.

MELO, Paulo Victor. TVs Legislativas e Políticas de Comunicação no Brasil: perspectivas no novo marco regulatório das comunicações. *In: Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Política*, 5, 2013, Curitiba, Paraná. **Anais** [...] Curitiba, 2013. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT07-Politicas-de-comunicacao-PauloVictorMelo.pdf> Acesso em: Acesso em: 20 fev. 2023.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **Manual de História Oral**. Loyola, 2000.

\_\_\_\_\_. **Provocações: Memória, história oral e história**. *In: Oralidades: Revista de História Oral / Núcleo de Estudos em História Oral do Departamento de História da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo*. São Paulo: NEHO, 2007.

MEMÓRIA GLOBO. **Bom Dia São Paulo**. São Paulo, 2023a. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/bom-dia-sao-paulo/historia> Acesso em: 20 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

\_\_\_\_\_. **SPTV**. São Paulo, 2023b. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/sptv/noticia/sptv.ghtml> Acesso em: 20 fev. 2023.

MESQUITA, Giovana Borges. **Intervenho, logo existo: a audiência potente e as novas relações no jornalismo**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/13152> Acesso em: 25 mar. 2023.

MILLER, Toby. O agora e o futuro da televisão. *In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs). O Fim da Televisão*. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 77-95.

\_\_\_\_\_. A Televisão Acabou, a Televisão Virou Coisa do Passado, a Televisão Já Era. *In: Filho, J. F (org.). A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2009, pp. 9-25.

MINAYO, Marília Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

MOORE, Adam. Rethinking Scale as a Geographical Category: from Analyses to Prctce. *Progress. Human Geography*, v. 32, n. 2, p. 203-225, 2008. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0309132507087647?journalCode=phgb> Acesso em: 3 abr. 2023.

MORAES, Renato Ferreira de. **Assistencialismo e espetáculo na TV do RN: afetos encenados no discurso de Carlos Alberto de Sousa**. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do

Norte, Natal, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/27828>  
Acesso em: 20 mai. 2023.

MORAES, Gislane da Conceição Lima Camelo de. **Regionalização da mídia piauiense: um olhar sobre os programas especiais da TV Cidade Verde**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2016.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Da invisibilidade à visibilidade da Geografia na Comunicação: travessias de territórios em uma década. *In: MOREIRA, Sonia Virgínia et al. (Organização). 10 anos: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil*. São Paulo: Intercom, 2019, pp. 11-23.

\_\_\_\_\_. Por que Geografias, no plural, para a Comunicação?. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 35, 2015, Fortaleza, CE. **Anais eletrônicos** [...]. Fortaleza, CE, 3-7 set. 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1904-1.pdf> Acesso em: 1 abr. 2023.

\_\_\_\_\_. Sobre a invisibilidade da Geografia na Comunicação. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 32, 2009, Curitiba, PR. **Anais eletrônicos** [...] Curitiba, PR, 4-7 set, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3221-1.pdf> Acesso em: 1 abr. 2023.

\_\_\_\_\_. Análise documental como método e como técnica. *In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005, p. 269-279.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

MOTTA, Adauto Gouveia. **Esboço histórico da pesquisa espacial no Brasil**. Natal: Foco Editora, 2003.

MOTTER, Paulino. **A batalha invisível da constituinte: interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil**. Rio de Janeiro : Fiocruz : Edições Livres, 2019.

MÜLLER, Karen. Televisão regional e rede nacional: um estudo de caso de emissoras afiliadas da Rede Bandeirantes de TV. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 30, 2007, Santos, SP. **Anais eletrônicos** [...]. Santos, SP, 6-9 set. 2006. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/66932805560370511646055039703916663230.pdf> Acesso em: 30 mar. 2023.

MUSSE, Christina. A hora é notícia: reflexões sobre o telejornalismo mineiro na década de 60. *In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA*, 7., 2009, Fortaleza. **Anais** [...]. Porto Alegre: Alcar, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/A%20hora%20e%20noticia%20reflexoes%20sobre%20o%20telejornalismo%20mineiro.pdf> f. Acesso em: 21 fev. 2023.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio. Televisão regional no Brasil: uma proposta de sistematização de períodos históricos. **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo,

v. 10, n. 2, p. 131-148, jul/dez 2021. Disponível em:  
<https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/11016> Acesso em: 21 fev. 2023.

OLIVEIRA FILHO, Américo Barros de. **Perfis de liderança da equipe de gestão da empresa Cabo Telecom sob a ótica dos colaboradores**. Monografia (Graduação em Administração), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Ciências Administrativas, Natal/RN, 2018. Disponível em:  
<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/34980>. Acesso em: 20 jul. 2023.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópolis, Vozes, 2007.

OLIVEIRA, Roberto Reis de. Espaço, território, região: pistas para um debate sobre comunicação regional. **Ciberlegenda**, n. 9, p. 108-118, 2013. Disponível em:  
<https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36946> Acesso em: 2 abr. 2023.

\_\_\_\_\_. **Mídia Regional: Proximidade e mercado – a TV TEM**. In: BOCC, 2006. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/oliveira-roberto-midia-regional.pdf> Acesso em: 29 mar. 2023.

OLIVEN, Ruben. **A parte e o todo**. Petrópolis: Vozes, 1992.

OROZCO, Guillermo. Televisão: causa e efeito de si mesma. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 96-113.

ORTIZ, Renato. Um outro território. In: BOLAÑO, César. **Globalização e Regionalização das Comunicações**. São Paulo: EDUC / Universidade Federal de Sergipe, 1999.

OTA, Daniela Cristiane; RODRIGUES FILHO, Lairtes Chaves. Geografias da Comunicação na pesquisa Sul-Mato-Grossense: fronteiras, territórios e perspectivas. In: MOREIRA, Sonia Virgínia et al. (Organização). **10 anos: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil**. São Paulo: Intercom, 2019, pp. 75-90.

PAIVA, Marlúcia Menezes de. As primeiras iniciativas da Teleducação no Brasil: os Projetos SACI e EXERN. **Educação em Perspectiva**, Viçosa, MG, v. 4, n. 2, p. 271-293, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/educacaoemperspectiva/article/view/6631> Acesso em: 15 abr. 2023.

PEDROZA, Ciro José Peixoto. Ver + Aprender + Fazer / Canal 5: Anotações para uma história da primeira televisão do Rio Grande do Norte. In: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). **Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica**. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017, pp. 133-156.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Vizeu; ROCHA, Heitor Costa Lima da; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. Telejornalismo: lugar de referência, mediadores públicos e espaços públicos. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 8, 2010, São Luís. **Anais...** São Luís: SBPjor, 2010, p. 1-13.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84,

2005. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/8637> Acesso em: 27 mar. 2023.

\_\_\_\_\_. **Mídia local, uma mídia de proximidade.** Comunicação: Veredas, v. 2, n. 2, p. 65-89, 2003.

PLANALTO. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, 1988. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm) Acesso em: 20 fev. 2023.

PLANALTO. **Decreto-lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967.** Brasília, 28 fev. 1967. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Decreto-Lei/Del0236.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del0236.htm). Acesso em: 20 fev. 2023.

POSSEBON, Samuel. **TV por assinatura: 20 anos de evolução.** São Paulo: Save Produção, 2009.

POSTMAN, Neil. **Teaching as a Conserving Activity.** New Your: Delacorte, 1979.

\_\_\_\_\_. **Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia.** São Paulo: Nobel, 1994.

PROST, Antoine. **Doze Lições sobre a História.** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

PROULX, Mike; SHEPATIN, Stacey. **Social TV: how marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile.** New Jersey: John Wiley&Sons, 2012.

RECORD TV. **Atlas de cobertura.** São Paulo, 2023a. Disponível em: <http://comercial.recordtv.com.br/atlas-de-cobertura>. Acesso em: 20 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. **Balanco Geral.** São Paulo, 2023b. Disponível em: <https://recordtv.r7.com/balanco-geral> Acesso em: 20 fev. 2023.

REDE BAHIA. **História: saiba quando a TV Bahia começa a transmitir sinal digital.** Salvador, 2008. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/redebahia/tvdigitalredebahia/noticia/2013/08/historia-saiba-quando-tv-bahia-comeca-transmitir-sinal-digital.html> Acesso em: 20 fev. 2023.

REDE GLOBO. **Cobertura.** Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Brasil.aspx>. Acesso em: 20 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. **TV Centro América: uma história que começou há 45 anos; conheça.** Cuiabá, 2017. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/tvcentroamerica/noticia/tv-centro-america-uma-historia-que-comecou-ha-45-anos-conheca.ghtml>. Acesso em: 21 fev. 2023.

RENAULT, Letícia. **Comunicação e política nos canais de televisão do Poder Legislativo no Brasil.** Belo Horizonte: Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais, 2004.

REZENDE, Guilherme Jorge de. 60 anos de jornalismo da TV brasileira: percalços e conquistas. *In*: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos**

**de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica.** Florianópolis: Insular, 2010, pp. 57-82.

\_\_\_\_\_. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial.** São Paulo: Summus, 2000.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A história oral nos estudos de jornalismo: algumas considerações teórico-metodológicas. **Revista Contracampo**, Niterói, v. 32, n. 2, p. 73-90, abril-julho, 2015. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17543> Acesso em: 8 abr. 2023.

RIBEIRO; Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs). **História da televisão no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2010.

RIBEIRO, Ana Paula; SACRAMENTO, Igor. A renovação estética da TV. *In:* RIBEIRO; Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs). **História da televisão no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2010, pp. 109-135.

RICCO, Flávio; VANNUCCI, José Armando. **Biografia da televisão brasileira.** – 2. ed. – São Paulo: Matrix, 2017.

ROCHA, Renata. Trajetória da televisão pública no Brasil. *In:* SANTOS, Nádya Maria Weber; MORAES, Ana Luiza Coiro (Orgs.). **Tvs públicas: memórias de arquivos audiovisuais.** São Leopoldo: Oikos, 2016

ROSSETTO, Graça. O recorte do tempo pelos acontecimentos: um exercício de periodização para Comunicação. **Verso e reverso**, São Leopoldo, v. 23, n. 52, p. 1-16, 2009.

ROXO, Marco. A volta do “jornalismo cão”. *In:* RIBEIRO; Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (Orgs). **História da televisão no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2010, pp. 177-195.

SAAD CORRÊA, Elizabeth; LIMA, Marcelo Coutinho. **Modus operandi digital: reflexões sobre o impacto das mídias sociais nas empresas informativas.** E-Compós, 2009. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2009/trabalhos/modus-operandi-digital-reflexoes-sobre-o-impacto-das-midias-sociais-nas-empresas> Acesso em: 19 mar. 2023.

SALAVERRÍA ALLIAGA, Ramón. Los medios de comunicación ante la convergencia digital. *In:* **Actas del I Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0** (CD-Rom), Bilbao, 2009, P. 11-13. Disponível em: [https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5099/1/Ramon\\_Salaverria.pdf](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf) Acesso em: 23 mar. 2023.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas. **A televisão aberta no Rio Grande do Norte: uma análise do perfil editorial da produção local.** Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia), Natal1, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/28727> Acesso em: 1º ago. 2023.

\_\_\_\_\_. A televisão no nordeste brasileiro: Um estudo de caso da trajetória da Rede Globo nas capitais nordestinas. *In:* Encontro Nordeste de História da Mídia, 5., 2018, Recife,

Pernambuco. **Anais** [...]. Recife, 2018. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/nordeste/2018-5o-encontro/gt-6-2013-historia-das-midias-audiovisuais/a-televisao-no-nordeste-brasileiro-um-estudo-de-caso-da-trajetoria-da-rede-globo-nas-capitais-nordestinas/view> Acesso em: 20 fev. 2023.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. A cultura da participação na busca do ele perdido na TV do Rio Grande do Norte: uma análise do telejornalismo na hora do almoço. *In: GOBBI, Maria Cristina; VENTURA, Mauro Souza (orgs.). Cidadania comunicativa na era da desinformação*. Bauru: Canal 6, 2023, pp. 189-204.

\_\_\_\_\_. A regionalização da TV no Brasil: a implantação das emissoras pioneiras nos estados e regiões. *In: Revista Brasileira de História da Mídia*, São Paulo, SP, V. 11, nº 2, 2022a. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/13396> Acesso em: 12 mai. 2023.

\_\_\_\_\_. Trajetória da regionalização da televisão no Nordeste: A (re)configuração das redes nacionais na região. *In: Revista Temática*, João Pessoa, PB, V. 18, nº 8, 2022b, p. 128-144. Disponível em: <http://https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/63809> Acesso em: 20 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. A TV Digital no Nordeste do Brasil: o processo de digitalização da televisão na região. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 45., 2022c, João Pessoa, Paraíba. **Anais** [...]. João Pessoa, 2022c. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/05102022082638627a4bee06b15> Acesso em: 20 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. Trajetórias das emissoras legislativas no Nordeste: TV Assembleia do Rio Grande do Norte – uma pioneira na região. *In: Revista Extraprensa*, São Paulo, SP, V. 16, nº 1, 2022d, p. 82-97. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/181448> Acesso em: 12 mai. 2023.

\_\_\_\_\_. A reconfiguração de práticas sociais na televisão do Rio Grande do Norte: um estudo da TVU e TV Assembleia durante a Pandemia. *In: KNEIPP, Valquíria; SUING, Abel; PICCININ, Fabiana (orgs.). Movimentos*. Aveiro: Ria Editorial, 2022e, pp. 170-194.

\_\_\_\_\_. O processo de regionalização na Inter TV Cabugi: Um estudo de caso do Bom Dia RN. *In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA*, 13., Juiz de Fora, 2021. **Anais** [...]. Juiz de Fora, 2021. Disponível em: <http://https://alcarnacional2021.com.br/anais-do-evento> Acesso em: 20 fev. 2023.

\_\_\_\_\_. A televisão digital no Rio Grande do Norte: O encerramento das transmissões analógicas na Inter TV Cabugi. *In: Revista Temática*, João Pessoa, PB, V. 16 nº 12, 2020, p. 32-48. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/56358> Acesso em: 1º ago. 2023.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas; SOUSA, Ranniery Fonseca. A TVU do Rio Grande do Norte na formação de estudantes de comunicação: um estudo da prática do telejornalismo no TVU Notícias. *In*: VERSUTI, Andrea; ZAUITH, Gabriella. **Comunicação na educação**. Aveiro, Ria Editorial, 2022, pp. 195-220.

SANTANA, Jorge José B. **A televisão pernambucana por quem a viu nascer**. Recife: Ed. do autor, 2007.

Santos, Nina; Almada, Maria Paula; Carreiro, Rodrigo; Cerqueira, Ellen. **Desigualdades informativas**: entendendo os caminhos informativos dos brasileiros na internet. Salvador: Aláfia Lab, 2023. 38 p.

SANTOS, Alisson Campos; HOLANDA, Juliana Sampaio Pedroso de. Das retransmissoras à TV Cabugi: os primeiros anos da Rede Globo no Rio Grande do Norte. *In*: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). **Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte**: a fase analógica. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017, pp. 172-193.

SANTOS, Milton. **Espaço e método**. 5. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

\_\_\_\_\_. O dinheiro e o território. *In*: SANTOS, Milton; BECKER, Bertha K. **Territórios, Território**: Ensaio sobre o ordenamento territorial. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

\_\_\_\_\_. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 2006.

SANTOS, Suzy; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito. *In*: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. – 1 ed. – São Paulo : Paulus, 2005, v.1.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristovão Domingo de; GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, Rio Grande, ano 1, n. 1, p. 1-25, jan-jun, 2009. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/rbhcs/article/view/10351> Acesso em: 7 abr. 2023.

SAYONARA, Celly. ROCHA, Jeferson. BRANDÃO, Marcos. **TV Ponta Negra**: o início da TV comercial no RN. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=e-ldWiuGPxo>. Acesso em: 1 ago. 2023.

SBT. **Atlas de cobertura**. São Paulo, 2023. Disponível em: <https://sbtnegocios.com.br/midia/atlas>. Acesso em: 20 fev. 2023.

SCOLARI, Carlos A. Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (Y más allá). *In*: SCOLARI, Carlos A. (Ed.). **Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2015.

\_\_\_\_\_. This is end: As intermináveis discussões sobre o fim da televisão. *In*: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, pp. 34-53

\_\_\_\_\_. Ecología de los medios: Mapa de un nicho teórico. **Quaderns del CAC**, v. XIII, n. 1, p. 17-25, jun. 2010.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Marília Graziella Oliveira da. **Paisagem midiática do sertão**: um estudo das práticas de consumo de mídia do Canal 4, de Currais Novos/RN. Tese (Doutorado em Estudos da Mídia) Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/52834> Acesso em: 25 jul. 2023.

\_\_\_\_\_. **Mídia, cotidiano e identidade**: o caso do canal 4, de currais novos. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia), Natal, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/23454>>. Acesso em: 25 jul. 2023.

SILVA, Michele Maria da; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; SILVA, Glênio Oliveira da. **A pesquisa bibliográfica nos estudos científicos de natureza qualitativos**. Revista Prima, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 91-109, 2021. Disponível em: <https://revistaprisma.emnuvens.com.br/prisma/article/view/45> Acesso em: 6 abr. 2023.

SILVA, Williams Vicente da. **A "cura gay" no divã: de Olavo de Carvalho à "terapia de reversão sexual" no Poder Judiciário brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais e Humanas), Mossoró, Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, 2020. Disponível em: [https://www.uern.br/controladepaginas/ppgcish-dissertações/arquivos/2963williams\\_vicente\\_da\\_silva.pdf](https://www.uern.br/controladepaginas/ppgcish-dissertações/arquivos/2963williams_vicente_da_silva.pdf) Acesso em: 20 jul. 2023.

SILVA, Edna de Melo. Fases do telejornalismo: uma proposta metodológica. *In*: EMERIM, Cárlica; COUTINHO, Iluska; FINGER, Crisrtiane (orgs.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018. p. 19-36.

SILVA, Silvia Tavares da. **Por uma história da mídia televisiva em Campina Grande 1961 – 1965**. Dissertação (Mestrado em história) – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2009. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/3593>>. Acesso em: 21 fev. 2023.

SILVA, Jussara Maria. Metodologia de identificação e qualificação de marcos referenciais aplicada à cidade de Concórdia – SC. *In*: COSTA, Armando João Dalla; GRAF, Márcia Elisa de Campos (Orgs.). **Estratégias de desenvolvimento urbano e regional**. Curitiba: Juruá, 2004. p. 83-101.

SIMÕES, Cassiano Ferreira. Televisão Regional e Globalização. *In*: SOUSA, Cidoval Morais de, (Org.). **Televisão regional**: globalização e cidadania. Rio de Janeiro: Sotese, 2006, pp. 15-46.

SIQUEIRA, Fabiana. Fora das ruas e das redações: A nova rotina produtiva dos repórteres de TV em casa. *In*: EMERIM, Cárlica; COUTINHO, Iluska. **A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia**. 1. ed. Florianópolis, SC: Editora Insular, 2020.

SOUSA, Miriam de. **Amor sem limites**: minha vida com Carlos Alberto. 1 ed. São Paulo: Perse, 2017.

SOUZA, José Jullian Gomes de. **Os Arquivos de imagem de emissoras de televisão no Brasil**. Revista Nava, v. 7, n. 1, p. 106-123, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/nava/article/view/34422> Acesso em: 7 abr. 2023.

SOUZA, José Jullian Gomes de; CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. Cultura do arquivamento audiovisual: armazenamento, acesso e recuperação da informação em ambientes digitais. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 7, n. 1, p. 71-85, jan-abr, 2020. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/9529> Acesso em: 7 abr. 2023.

SOUZA, Arildo Gabriel Lima de; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. A invenção da televisão potiguar: uma trajetória da TVU-RN. In: Congresso de Ciências da Comunicação na região Nordeste, 19, 2017, Fortaleza, CE. **Anais eletrônicos** [...]. Fortaleza, CE, 29 jun./1 jul., 2017. Disponível: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0584-1.pdf> Acesso em: 17 abr. 2023.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SOUZA, Marcelo José Lopes. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. (orgs). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 77 -116.

SPIGEL, Lynn. Introduction. In: SPIGEL, Lynn; OLSSON, Jan (Orgs). **Television After TV: Essays on a Medium in Transition**. Durham, NC: Duke University Press, 2004.

SOTANA, Edvaldo. A TV Morena em páginas impressas: Vestígios do noticiário sobre a chegada da televisão no estado de Mato Grosso. **História Revista**, Goiânia, v. 23, n. 2, p. 115–136, mai./ago. 2018. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7880381>. Acesso em: 21 fev. 2023.

STRATE, Lance; BRAGA, Adriana. LEVINSON, Paul. **Introdução à ecologia das mídias**. Rio de Janeiro: Loyola, 2019.  
TV UNIVERSITÁRIA. **Histórico da TVU**. Acessado em: <http://www.tvu.ufrn.br/pagina.php?a=historia> Acesso em: 5 de setembro de 2020.

STRELOW, Aline. A Televisão chega ao Rio Grande do Sul: Breve Histórico da TV Piratini. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32, 2009, Curitiba, Paraná. **Anais** [...] Curitiba, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/strelow-aline-a-televisao-chega-ao-rio-grande-do-sul.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2023.

STUMPF, Ida Regina C. **Pesquisa bibliográfica**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

TCM HD. Quem somos. Mossoró, 2023. Disponível em: <https://tcmhd.com.br/> Acesso em: 20 jul. 2023.

TEIXEIRA, Teresa Patrícia de Sá. **Todas as vozes**: diferentes abordagens para um conceito de rádio local. São Bernardo do Campo: Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 1999.

TV ASSEMBLEIA MG. **História da TV Assembleia**. Disponível em: [https://www.almg.gov.br/acompanhe/tv\\_assembleia/historia/index.html](https://www.almg.gov.br/acompanhe/tv_assembleia/historia/index.html). Acesso em: 23 fev. 2023.

TV ASSEMBLEIA RN. **História da TV**. Natal, 2023. Disponível em: <http://www.al.rn.gov.br/portal/tv/p/historia-da-tv>. Acesso em: 17 de novembro de 2023.

TV ASSEMBLEIA RN. **15 anos da TV Assembleia RN**. Natal, 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eXVHINiYZd4> Acesso em: 20 jul. 2023.

TV TROPICAL. **TV Tropical 25 ANOS**. Natal: Edição comemorativa, 2012.

TVU RN. **Histórico da TVU**. Natal, 2023. Disponível em: <https://tvu.ufrn.br/pagina.php?a=historia> Acesso em: 17 abr. 2023.

VENTURA, Magda Maria. O estudo de caso como modalidade de pesquisa. **Revista da Sociedade de Cardiologia do Estado do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 5, p. 383-386, 2007. Disponível em: [http://sociedades.cardiol.br/socerj/revista/2007\\_05/a2007\\_v20\\_n05\\_art10.pdf](http://sociedades.cardiol.br/socerj/revista/2007_05/a2007_v20_n05_art10.pdf) Acesso em: 7 abr. 2023.

VASCONCELOS, Anna Paula de Andrade. **O transbordamento da mídia televisiva**: uma análise do uso do VC no RNTV no telejornalismo. 2016. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia), Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/22137> Acesso em: 31 jul. 2023.

VEYNE, Paul. 1998. **Como se escreve a história**. Foucault revoluciona a história. Brasília, Editora Universidade de Brasília, p. 285.

VILLANUEVA, Javier Lopez. Los grandes cambios. *In*: MONZONCILLO, J. M. A. (Coord.). **La televisión etiquetada**: nuevas audiencias, nuevos negocios. Madrid: Editorial Ariel, 2011, pp. 9-31.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. / Raymond Williams; tradução: Marcio Sarelle; Mario F. I. Virgílio. – 1 ed. – São Paulo: Boitempo: Belo Horizonte, MG: PUC Minas, 2016.

WOLF, Michael. **Televisão é a nova televisão**. Tradução: Ana Paula Corrandi, Guilherme Miranda, Luiza Leal da Cunha – 1 ed. – São Paulo: Globo, 2015.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. (5Ed.). Porto Alegre: Bookman. 2015.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 2006.

# APÊNDICES

### Apêndice 1 – Emissoras da TV aberta no Rio Grande do Norte

<b>Emissora local/regional</b>	<b>Rede nacional</b>	<b>Tipo de concessão</b>	<b>Cidade</b>
TVU	TV Brasil	Educativa	Natal
Inter TV Cabugi	TV Globo	Comercial	Natal
TV Ponta Negra	SBT	Comercial	Natal
TV Tropical	Record TV	Comercial	Natal
Band RN	Band	Comercial	Natal
TV Assembleia RN	-	Legislativa	Natal
TV Câmara Natal	-	Legislativa	Natal
TV Feliz	-	Comercial	Natal
TV Futuro	TV Cultura	Educativa	Natal
TV Metropolitano	Rede Brasil	Comercial	Parnamirim
Inter TV Costa Branca	TV Globo	Comercial	Mossoró

Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior (2020)

## Apêndice 2 - Cronologia da trajetória da televisão do Rio Grande do Norte

<b>Fase pré-televisão potiguar</b>	
<b>1950</b>	- Em 18 de setembro, a TV Tupi é inaugurada em São Paulo. Foi a primeira emissora de televisão do Brasil e pioneira da América do Sul.
<b>1960</b>	- Em 4 de junho, a primeira emissora nordestina é inaugurada. Foi a TV Rádio Clube de Recife.
<b>1962</b>	Em 28 de agosto, o Congresso Nacional aprovou o Código Brasileiro de Telecomunicações.
<b>1967</b>	- Em 28 de fevereiro, foi publicada a regulamentação da radiodifusão brasileira, por meio do decreto-lei nº 236.
<b>1968</b>	- Em 22 de novembro, é inaugurada a primeira emissora pública de televisão, a TV Universitária de Recife.
<b>Fase da Implantação e teleducação</b>	
<b>1972</b>	- Em 2 de dezembro, tiveram início as transmissões das aulas do projeto Satélite Avançado de Comunicações Interdisciplinares (SACI), ligado ao Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), que depois passaria a ser a TV Universitária, a primeira emissora de TV do Rio Grande do Norte. - Em dezembro é baixado o decreto que regulamenta a formação de rede, através do Prontel (Programa Nacional de Telecomunicações).
<b>1975</b>	- As atividades do Projeto Saci foram encerradas e o canal passou a ser administrado pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). - Em 15 de dezembro, é fundada a Radiobras, responsável pela comunicação oficial do Governo Federal.
<b>1982</b>	- Criado o Sinred (Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa), vinculado ao Ministério da Educação e Cultura e ao Ministérios das Comunicações.
<b>1985</b>	- O ex-senador Carlos Alberto de Sousa recebe do presidente João Figueiredo a concessão de um canal de televisão no Rio Grande do Norte. - Assinado o Decreto 91.837, de 25 de outubro, que regulamenta os serviços de radiodifusão.
<b>1986</b>	- O ex-governador do estado Aluizio Alves recebe do presidente José Sarney a concessão de um canal de televisão no Rio Grande do Norte.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O ex-governador do estado Tarcísio Maia recebe do presidente José Sarney a concessão de um canal de televisão no Rio Grande do Norte.</li> <li>- É lançado o satélite Brasilsat A2, que passou a integrar o sistema nacional de telecomunicações.</li> </ul>
<b>Fase da Expansão e Profissionalização</b>	
<b>1987</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em 15 de abril, entra no ar a TV Ponta Negra, afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), a primeira emissora comercial do Rio Grande do Norte, pertencente ao ex-senador Carlos Alberto de Sousa.</li> <li>- Em 1º de setembro, é inaugurada a TV Cabugi, afiliada da TV Globo, pertencente ao ex-governador do estado Aluísio Alves.</li> <li>- Em 1º de novembro, entra no ar a TV Tropical, afiliada da TV Manchete, pertencente ao ex-governador do estado, Tarcísio Maia.</li> </ul>
<b>1988</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O ex-governador do estado Geraldo Melo recebe do presidente José Sarney a concessão de uma emissora de televisão no Rio Grande do Norte.</li> <li>- Em 21 de junho, é publicado o Decreto 143, que autorizava a distribuição de sinais através de uma antena coletiva e sua redistribuição por cabo. Foi a primeira legislação específica da TV a cabo.</li> <li>- Em 5 de outubro, é promulgada a Constituição da República Federativa do Brasil, modificando o sistema de concessões de canais de rádio e TV.</li> </ul>
<b>1989</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em 13 de dezembro, é publicada a Portaria 250, que dispõe sobre a distribuição de TV a cabo. Foi o primeiro marco legal para esse tipo de operação no Brasil.</li> </ul>
<b>1990</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em 30 de julho, começou a operar o Canal +, primeira operação oficial de TV por assinatura concebida no Brasil.</li> <li>- No dia 1º de setembro, entra no ar a TV Potengi, afiliada da TV Bandeirantes, pertencente ao ex-governador do estado Geraldo Melo.</li> <li>- A TV Cabugi inaugura a sucursal da emissora em Mossoró, segunda maior cidade do estado, para ampliar a cobertura jornalística no interior.</li> </ul>
<b>1992</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em setembro, começa a operar a Sidy's TV, na cidade de Currais Novos, fundada pelo empresário Siderley Menezes. Foi o primeiro canal de TV por assinatura do estado.</li> </ul>
<b>1995</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em 6 de janeiro, entra em vigor a Lei 8.977, conhecida como Lei do Cabo, que regulamenta a TV por assinatura no Brasil.</li> </ul>

	- Em 30 de novembro, entra no ar a TV Assembleia de Minas Gerais, primeira emissora legislativa do país.
<b>1997</b>	- Em 5 de novembro, é instalada a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), criada por meio da Lei Geral de Telecomunicações (Lei 9.472, de 16 de julho de 1997). Foi a primeira agência regulatória do setor. - Com o processo de falência da TV Manchete, a TV Tropical passa a ser afiliada à Record TV.
<b>Fase da Transição Administrativa e Tecnológica</b>	
<b>1998</b>	- Em dezembro, morre o ex-senador Carlos Alberto de Sousa, fundador da TV Ponta Negra. Com isso, a esposa Miriam de Sousa e as três filhas assumem a administração das empresas da família, entre elas a emissora afiliada do SBT no estado.
<b>1999</b>	- A TV Universitária passa a integrar a Superintendência de Comunicação da UFRN (Comunica), juntamente com a Agência de Comunicação (Agecom) e com a Rádio Universitária FM (FMU).
<b>2000</b>	- Em 24 de junho, começa a operar a Cabo Telecom, em Natal, fundada pelos empresários Ricardo Andrade Rocha, Henio Bezerra e Hector Pedemonte. Foi a segunda operadora de TV por assinatura do estado.
<b>2002</b>	- Em 29 de novembro, entra no ar a TV Cabo Mossoró (TCM), fundada pelo professor e empresário Milton Marques.
<b>2003</b>	- Em 29 de abril, entra no ar a TV Câmara Natal, da Câmara Municipal de Natal, a primeira emissora legislativa do estado, que inicialmente era transmitida em um canal de TV a cabo. - Em 26 de novembro, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva institui o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), por meio do Decreto 4.901. - No dia 15 de dezembro, é inaugurada oficialmente a TV Assembleia RN, da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte, transmitida inicialmente em canal da TV a cabo.
<b>2005</b>	- Em janeiro, entra no ar a TV Potiguar, pertencente aos empresários Manoel Ramalho e Wilma Wanderlei, por meio de acordo com o empresário Paulo de Paula, detentor da concessão de um canal na TV aberta do Rio Grande do Norte.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A TV Cabugi é vendida para o Grupo Inter TV, que também possui emissoras afiliadas da TV Globo em Minas Gerais e Rio de Janeiro. A partir daí, passa a se chamar Inter TV Cabugi.</li> <li>- Em 26 de novembro, entra no ar a Multi TV, do empresário Paulo de Paula, proprietário da Universidade Potiguar (UNP). A emissora assume o canal 17 no lugar da TV Potiguar.</li> </ul>
<b>2006</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em maio, morre o ex-governador Aluizio Alves. Com isso, a TV Cabugi passa a ser administrada pelos filhos.</li> <li>- Em 9 de junho, o presidente Lula definiu que o padrão de televisão digital a ser adotado pelo Brasil seria o japonês, por meio do Decreto 5.820.</li> </ul>
<b>2007</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em janeiro, a Multi TV muda de nome e passa a se chamar Sim TV, mas continua pertencendo ao grupo do empresário Paulo de Paula.</li> <li>- Com a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), a TV Universitária deixa de ser afiliada à TV Cultura e passa a ser afiliada a TV Brasil, que lidera a Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP/TV), formada por emissoras públicas.</li> <li>- É inaugurada a TV Mossoró, pertencente à Fundação Vingt Rosado, dos ex-deputados federais Laíre Rosado e Sandra Rosado. Foi o primeiro canal da TV aberta no interior do estado.</li> <li>- Em 2 de dezembro, foi inaugurada a TV Digital no Brasil. Inicialmente, na cidade de São Paulo.</li> </ul>
<b>2008</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O Grupo Bandeirantes de Comunicação compra as ações da TV Potengi e assume o controle total da emissora potiguar. Com isso, a TV passou a ser chamada de Band Natal e posteriormente de Band RN.</li> <li>- Em abril, a TV Assembleia RN passa a operar em canal aberto, passando a ser transmitida para o interior do estado.</li> <li>- Em 1º de dezembro de 2008 entra no ar o canal digital da TV Bahia, primeira emissora a transmitir com sinal digital no Nordeste.</li> </ul>
<b>2009</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em 23 de março, a TV Cidade Verde de Teresina começa a operar o canal digital e a transmitir a programação em alta definição, sendo a primeira emissora do Nordeste a exibir conteúdo em HD.</li> </ul>
<b>2010</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No dia 22 de março, a Inter TV Cabugi inaugura o primeiro canal digital do Rio Grande do Norte e dá início às transmissões digitais no estado.</li> </ul>

	- Em junho, a Band RN inaugura o canal digital da emissora.
<b>2012</b>	- Em julho, a TV Tropical inaugura o canal digital da emissora. - Em setembro, a TV Câmara Natal passa a ser transmitida em sinal aberto.
<b>2013</b>	- Em 15 de junho, entra no ar a TV Metropolitano, fundada pelo ex-deputado estadual Agnelo Alves e pelo jornalista e empresário Roberto Costa Lima. - Em novembro, a Inter TV Cabugi começa a transmitir a programação em HD ( <i>High Definition</i> ), se tornando a primeira emissora do estado a produzir e exibir suas produções em alta definição. - A Sim TV passa a ser chamada de Rede TV RN, mas continua pertencendo a Paulo de Paula.
<b>2014</b>	- Em março, a Inter TV começa a utilizar equipamentos móveis, como mochilink, para realizar entradas ao vivo dos repórteres pela internet. - A TV Ponta Negra é vendida para o Grupo Hapvida e passa a fazer parte do Sistema Opinião, com emissoras também nos estados de Pernambuco, Paraíba e Alagoas. - Em junho, a TV Ponta Negra inaugura o canal digital da emissora. - Em outubro, a TV Assembleia e a TV Câmara Natal inauguram os canais digitais e passam a fazer parte da Rede Legislativa, criada pela Câmara dos Deputados para auxiliar as emissoras legislativas no processo de digitalização do sinal. - A Rede TV RN é vendida para a Comunidade Cristã Paz e Vida, do pastor Juanribe Pagliarin, e começa a aumentar gradativamente a quantidade de programas religiosos na programação.
<b>2015</b>	- Em 27 de março, é inaugurada a Inter TV Costa Branca, em Mossoró, que passa a transmitir o sinal da TV Globo para 123 municípios potiguares. - Em maio, a TV Universitária se torna a primeira emissora de uma instituição federal brasileira a explorar um canal digital em sinal aberto.
<b>2016</b>	- Em 18 de julho, a Rede TV RN muda de nome e passa a se chamar TV Feliz e continua pertencendo à Comunidade Cristã Paz e Vida.
<b>2017</b>	- Em fevereiro, a TV Metropolitano conclui o período de transição tecnológica e dá início às transmissões digitais, com a inauguração do canal digital da emissora.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em 26 de julho, o sinal analógico é desligado em Recife e Região Metropolitana, sendo a primeira região do Nordeste a operar totalmente com TV Digital.</li> <li>- Em 11 de dezembro, entra no ar a TV Futuro, afiliada à TV Cultura e pertencente à Fundação Antônio Gomes dos Santos, do ex-vereador de Natal e empresário Carlos Santos.</li> </ul>
<b>2018</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em 29 de janeiro, entra no ar a TV Terra do Sal, fundada pelos empresários Jota Ferreira e Vanderlânio Carolino, afiliada à Rede Super na cidade de Mossoró.</li> <li>- Em março, a TV Ponta Negra começa a transmitir a programação em alta definição (HD).</li> <li>- Em março, a TV Feliz deixa de ser afiliada à Rede TV e deixa de retransmitir a programação da emissora paulista.</li> <li>- Em maio, a TV Feliz inaugura o canal digital da emissora.</li> </ul>
<b>Fase da Qualidade Digital, Mobilidade e Interação</b>	
<b>2018</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No dia 30 de maio, é concluído o processo de transição tecnológica e desligado o sinal analógico de TV em Natal e outros 29 municípios.</li> <li>- Em setembro, a Inter TV começa a contar com um co-apresentador no RN1 apenas para receber, selecionar e apresentar as mensagens e conteúdos enviados pelo telespectador, ficando responsável pela interação no jornal.</li> </ul>
<b>2019</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em 9 de janeiro, as transmissões analógicas são encerradas em Mossoró e cidades vizinhas.</li> <li>- Com o fim do sinal analógico em Mossoró, a TV Mossoró deixa de ser transmitida em canal aberto e passa a ser transmitida na TV por assinatura, em um canal da TV Cabo Mossoró - TCM.</li> <li>- Em abril, a TV Terra do Sal muda de nome e passa a se chamar Super TV.</li> <li>- Em 4 de novembro, a Inter TV contrata e passa a utilizar videoreporteres na produção dos telejornais.</li> </ul>
<b>2020</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Por causa da Pandemia da Covid-19, as emissoras potiguares começaram a realizar entrevistas pela internet, a construir reportagens a partir de fotos e vídeos enviados pelos telespectadores e realizar entradas ao vivo dos repórteres direto das casas deles.</li> </ul>

<b>2021</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em janeiro, a TV Ponta Negra é readquirida pela esposa e as três filhas do ex-senador Carlos Alberto de Souza, que voltam a administrar diretamente a emissora.</li> <li>- Apesar do fim do decreto da Pandemia da Covid-19, algumas práticas implementadas no período de isolamento foram mantidas, como entrevistas por videoconferência e reportagens híbridas, com material gravados pelos profissionais da emissora e por telespectadores.</li> </ul>
<b>2022</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- As emissoras comerciais intensificam o uso de plataformas digitais para a transmissão ao vivo dos programas da televisão aberta.</li> <li>- Alguns canais passam a produzir e transmitir programas e conteúdos da TV exclusivos para a internet e mídias digitais.</li> <li>- A Inter TV passa a ter um correspondente no Seridó, sendo a primeira emissora a ter um profissional fixo nessa região do estado.</li> </ul>

Elaborado pelo autor (2023)

### Apêndice 3 - Concessões das emissoras da TV aberta no RN

<b>Nome da emissora</b>	<b>Razão social</b>	<b>Data da concessão</b>	<b>Data da inauguração</b>
<b>TVU</b>	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Decreto 71.464/1972	2/12/1972
<b>TV Ponta Negra</b>	TV Ponta Negra LTDA	Decreto 90.809/1985	15/03/1987
<b>TV Cabugi</b>	Televisão Cabugi LTDA	Decreto 93.794/1986	1/09/1987
<b>TV Tropical</b>	Tropical Comunicação LTDA	Decreto 93.793/1986	1/11/1987
<b>TV Potengi</b>	Televisão Novos Tempos LTDA	Decreto 96.811/1988	1/09/1990
<b>TV Câmara</b>	Câmara dos Deputados	Não localizada	29/04/2003
<b>TV Assembleia</b>	Fundação Djalma Marinho	Decreto 111/2007 <sup>10</sup>	15/12/2003
<b>Multi TV</b>	Multi TV Comunicações LTDA	Não localizada	26/9/2005
<b>TV Metropolitano</b>	Sistema de Comunicação Pantanal S/C Ltda.	Não localizada	15/06/2013
<b>TV Costa Branca</b>	Televisão Costa Branca LTDA	Decreto 414/2013	15/03/2015
<b>TV Futuro</b>	Fundação Antônio Gomes dos Santos	Decreto 1.548/2014	11/12/2017

Elaborado pelo autor com base em informações da Anatel e da Câmara dos Deputados (2023)

<sup>10</sup> A TV Assembleia foi inaugurada transmitindo a programação em um canal da TV a cabo, em 2003. Apenas em 2008 é que a emissora passou a ser transmitida em sinal aberta. Por isso, o decreto de outorga da concessão pelo Congresso Nacional é de 2007 (Assembleia Legislativa, 2023).