



## Territórios televisivos: a presença das redes de TV no Nordeste brasileiro<sup>1</sup>

Television territories: the presence of TV networks in northeastern Brazil

Territorios de televisión: la presencia de las cadenas de televisión en el noreste de Brasil

**Francisco das Chagas Sales Júnior** – Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Natal | RN | Brasil. E-mail: [jornalismo\\_junior@yahoo.com.br](mailto:jornalismo_junior@yahoo.com.br) | Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3501-7211>

**José Jullian Gomes de Souza** – Universidade Federal do Ceará (UFC) | Fortaleza | Ceará | Brasil. E-mail: [jullianjose64@gmail.com](mailto:jullianjose64@gmail.com) | <https://orcid.org/0000-0002-4007-8545>

**Resumo:** Este estudo buscou analisar a atuação das cinco maiores redes de televisão do Brasil na região Nordeste: TV Globo, SBT, Record TV, Band e TV Cultura. Teve como questões norteadoras: quais são os territórios ocupados pela televisão no Nordeste? Como a concentração das emissoras nas capitais interfere na cobertura midiática dos interiores dos estados nordestinos? A pesquisa partiu de uma metodologia qualitativa e quantitativa, estudo de caso das emissoras identificadas na região e análise dos mapas de cobertura desses canais. Verificou-se que nesse processo de regionalização há espaços vazios na cobertura midiática local, falta de investimentos para a produção regional e transmissão de conteúdos de outras localidades, além de grande concentração de emissoras nas capitais nordestinas, reflexo do processo histórico de implantação e expansão da televisão brasileira.

**Palavras-chave:** história da mídia; regionalização; Nordeste.

**Abstract:** This study sought to analyze the performance of the five largest television networks in Brazil in the Northeast region: TV Globo, SBT, Record TV, Band and TV Cultura. It had as guiding questions: what are the territories occupied by television in the Northeast? How does the concentration of broadcasters in the capitals interfere with media coverage of the interior of the northeastern states? The research started with a qualitative and quantitative methodology, a case study of the stations identified in the region and analysis of the coverage maps of these channels. It verified that in this process of regionalization there are empty spaces in the local media coverage, lack of investments for regional production and transmission of contents from other locations, in addition to a large concentration of stations in the northeastern capitals, a reflection of the historical process of implantation and expansion of the Brazilian television.

**Keywords:** media history; regionalization; North East.

---

<sup>1</sup> Uma primeira versão deste artigo foi apresentada no 7º Encontro Regional Norte de História da Mídia.



<https://doi.org/10.22484/2318-5694.2023v11id5260>





**Resumen:** Este estudio buscó analizar el desempeño de las cinco cadenas de televisión más grandes de Brasil en la región Nordeste: TV Globo, SBT, Record TV, Band y TV Cultura. Tenía como preguntas orientadoras: ¿cuáles son los territorios ocupados por la televisión en el Nordeste? ¿Cómo la concentración de emisoras en las capitales interfiere en la cobertura mediática del interior de los estados del noreste? La investigación partió de una metodología cualitativa y cuantitativa, un estudio de caso de las estaciones identificadas en la región y el análisis de los mapas de cobertura de estos canales. Se constató que en este proceso de regionalización existen vacíos en la cobertura mediática local, falta de inversiones para la producción regional y transmisión de contenidos desde otras localidades, además de una gran concentración de emisoras en las capitales nordestinas, reflejo de la proceso histórico de implantación y expansión de la televisión brasileña.

**Palavras claves:** historia de los medios; regionalización; Noreste.

Recebido em: 02/07/2023

Aprovado em: 05/12/2023

Revisado em: 22/12/2023



## 1 Introdução

Na primeira década da televisão no Brasil (1950) as emissoras ficaram concentradas em apenas três estados: São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul - a partir de 1959 com a inauguração da TV Piratini (Barbosa, 2010). Nas demais regiões, o sinal da TV chegava por meio de antenas retransmissoras instaladas em pontos estratégicos. 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 os canais inaugurados nesse período estão: a TV Paulista (1952), TV Record (1953), TV Rio (1955) e TV Continental (1959).

O crescimento desse veículo de comunicação e o avanço da industrialização no país, que proporcionou a fabricação de aparelhos televisores no território brasileiro, foram alguns dos fatores que favoreceram o processo de regionalização da televisão (Mattos, 2010). Os investimentos na infraestrutura das telecomunicações, durante os anos de 1960 e 1970, também possibilitaram a expansão da TV por todos os estados brasileiros e criaram a estrutura “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, 2010, p. 100).

No entanto, foi apenas na década de 1980 que a televisão se consolidou regionalmente em todos os estados brasileiros, com pelo menos uma emissora produzindo e veiculando programação local em cada um deles. Nesse processo, observaram-se as desigualdades regionais vivenciadas na expansão da TV pelo país. As oito últimas unidades da federação a inaugurarem os primeiros canais locais foram das regiões Norte e Nordeste (Sales Júnior; Kneipp, 2022).

Essa ampliação proporcionou a presença da televisão no âmbito regional, sendo definida por Bazi (2001, p. 16) como “[...] aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha sua programação voltada para ela mesma”. Já para Silva (2006, p. 292), “[...] As tevês regionais, por uma série de questões, procuram dar cobertura maior para a cidade mais importante de sua região”. Ou seja, a televisão regional é uma estratégia midiática, política e econômica de marcar território e aproximar-se dos públicos locais/regionais – estratégia que foi desenvolvida em mais de 70 anos de TV no Brasil.



Assim, podemos entender que o movimento de regionalização das mídias, com ênfase para a TV, funciona como um modo de (i) expandir os negócios; (ii) marcar presença nos vastos territórios; (iii) torna-se um elo com a comunidade a partir da proximidade, pertencimento e identidade; bem como (iv) apropriar-se das novas tecnologias, frente ao processo de globalização, para expandir o sinal televisivo. E todo esse processo foi intensificado com a presença das emissoras cabeças de rede (Globo, Record TV, SBT, Band, Cultura e Rede TV), que ou se instalam com emissoras próprias ou por meio da afiliação emissoras - como no caso da região Nordeste.

No Nordeste, a televisão chegou efetivamente apenas em 1960, com a inauguração da TV Rádio Clube de Recife (Santana, 2007) e TV Jornal do Commercio (Barros, 2009). Ou seja, o estado de Pernambuco, além de ser o pioneiro, possuiu duas emissoras funcionamento simultaneamente. A partir desse momento, outras emissoras foram sendo instaladas na região, contribuindo para a regionalização da TV nos estados nordestinos. Contudo, a maioria dos canais estão sediados nos territórios das capitais, produzindo e transmitindo conteúdo local/regional para a população.

Deste modo, o estudo buscou responder aos seguintes questionamentos: quais são os territórios ocupados pela televisão no Nordeste? Como a concentração das emissoras nas capitais interfere na cobertura midiática dos interiores dos estados nordestinos? Esta pesquisa se justifica pela necessidade de compreender o processo de regionalização da TV na região, bem como identificar os espaços não ocupados pela mídia. Além disso, esta investigação pretende contribuir para o desenvolvimento do conhecimento sobre a televisão nordestina, que ainda carece de pesquisas mais aprofundadas.

Para alcançar os objetivos desta pesquisa, foi realizado um estudo de caso (Yin, 2015) a partir da atuação das cinco maiores redes de televisão do Brasil na região Nordeste: TV Globo, SBT, Record TV, Band e TV Cultura. Para isso, foram analisados os mapas de cobertura desses canais e identificados e mapeamento os municípios onde as emissoras estão localizadas e consultados sites oficiais das TVs, arquivos de vídeos e redes sociais. A análise se caracteriza como quantitativa e qualitativa, uma vez que foram coletados e organizados dados como a quantidade de emissoras sediadas nas capitais e nos interiores, além do quantitativo de canais em funcionamento por estado.

Neste sentido, o presente estudo está estruturado nos seguintes eixos: uma discussão sobre os territórios televisivos e sua relação com as questões da proximidade, pertencimento e identidade; posteriormente, a trajetória da televisão no Nordeste, apresentando a chegada desse veículo de comunicação e a expansão dele na região; e, por fim, uma análise sobre os territórios da televisão na região Nordeste.



## 2 Territórios televisivos

Como forma de entender os territórios televisivos, a partir da regionalização da televisão, buscamos partir de uma breve discussão sobre o conceito de território. Uma vez que regionalizar a TV, dentre outras questões, também significa:

[...] ocupar, requalificar ou ressignificar parcelas de territórios, por meio de intervenções midiáticas que busquem diferenciar-se daquelas já desenvolvidas em áreas centrais, em termos de construção de identidades, ao mesmo tempo em que reproduzem certos modelos de negócios, referenciais estéticos e aplicações tecnológicas (Aguiar, 2016, p. 104).

Uma primeira abordagem do conceito de território é o aspecto geográfico. Essa abordagem está relacionada com a demarcação e identificação territorial, presente na construção de características e particularidades de um dado território. Para além desta abordagem, Haesbaert (1997) propõe o emprego de três conceitos de território: (a) o território político-jurídico, representado pelo Estado-nação; (b) o território econômico, relacionado a fontes de recursos; e (c) o território cultural, enquanto produto da apropriação simbólica, proximidade e identificação com o espaço. Aqui, já identificamos uma ampliação do conceito relacionado à política, economia e cultural.

Souza (1995, p. 78) conceitua o território como um “[...] espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder”. Para este autor, o território está relacionado com um instrumento de poder. O que podemos relacionar com os veículos de comunicação, a exemplo da televisão. Aliás, o projeto de expansão da TV é marcado pela sua utilização como instrumento de poder político e ideológico, como relata Mattos (2010).

Para além destes autores, ancoramos nossa construção conceitual de território em Milton Santos (1993). Para ele, o território não é somente um fundamento do Estado-nação, mas, um território usado, funcionando como um conjunto de objetos e ações estrategicamente (re)configurados. Mediante as conceituações apresentadas, entendemos o território frente às variadas relações e forças existentes entre a questão geográfica, histórica, social, cultural, política, econômica, tecnológica e midiática.

Contudo, conforme Mercadé (1992), além do carácter geográfico é preciso considerar outros aspectos relacionados, tais como: a) a sede territorial da publicação, b) o seu âmbito de difusão e cobertura, c) a vocação e intencionalidade da publicação, o tratamento dado aos conteúdos; a percepção do jornal sobre o leitor e a relação com as fontes de informação institucionais. Essas características também nos ajudam a compreender, inicialmente, a escolha pelos territórios a serem ocupados por um veículo midiático, a exemplo de uma emissora de televisão.



É a partir dessa tessitura que o território televisivo foi construído e solidificado nas regiões brasileiras, principalmente através da expansão midiática dos grandes grupos midiáticos nacionais. Neste sentido, podemos relacionar o território com os meios de comunicação, uma vez 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” (Oliveira, 2012, p. 111). Assim, a expansão da televisão regional e a sua demarcação territorial incidem sobre a população e questões que existem no seu entorno.

Outra questão dá-se no âmbito da própria concentração midiática quando nos referimos ao processo histórico de expansão da televisão. Caparelli (1982) já chamava a atenção para a presença e formação de dois grandes oligopólios (Rede Tupi e a Rede Globo), desde os anos 1950 até a atualidade. Contudo, outros grupos midiáticos foram surgindo, tanto no eixo nacional quanto regional, contribuindo para a visualização desta concentração.

Numa discussão atual, Bandeira, Mendes e Pasto (2023, p. 10), destacam que “São cada vez mais evidentes os efeitos perversos da concentração” que vão desde as interferências dos meios de comunicação tradicionais e seus interesses políticos e econômicos ao silenciamento de temas e vozes que impactam certos grupos sociais. Este cenário, Pinto (2023, p. 61) destaca o predomínio de:

[...] uma concentração midiática na região Sudeste e uma lógica de distribuição reticular, por meio de conglomerados nacionais sustentados em redes de televisão (Globo, Record, SBT, Ban e Rede TV!). Essas empresas buscam apoio de grupos regionais (muitos pertencem a políticos), que controlam as mídias nos estados e municípios, para reproduzir conteúdo, deixando brechas na grade para a programação local.

Além disso, há uma tríade que perpassa a construção dos territórios, que podemos expandir e relacionar para os territórios televisivos: proximidade, pertencimento e identidade. Esse vínculo, conforme Coutinho (2008), está fundamentado em três grandes eixos: (i) a complementaridade e troca; (ii) o sentimento de pertença à humanidade e (iii) o compartilhamento de uma mesma cotidianidade, a partir do fato da vivência comum. Sendo assim, é preciso pontuar que tais elementos não são observados isoladamente. Ao contrário, eles estão interagindo de forma simultânea sem uma sobreposição.

Ao expandir o seu território de atuação, as emissoras de televisão relacionam-se diretamente com o território de proximidade, pertencimento e identidade. O seu funcionamento ocorre em diálogo com as realidades locais e regionais, ainda que seja permeado por outros interesses, como nos alerta Peruzzo (2005, p. 71):



O interesse da grande mídia pelo local, num primeiro momento, apresenta-se mais por seu lado mercadológico do que pela produção de conteúdo regionalizado. A televisão, por exemplo, explora a diferenciação local como nicho de mercado, interessada que está em captar os recursos provenientes da publicidade do interior do país.

Todavia, não podemos reduzir a presença da televisão nos espaços locais somente às questões política e econômica. Pois, a expansão dos territórios televisivos representa uma espacialidade “[...] uma pertença a um nós, que se constrói e se manifesta em recortes territoriais” (Bourdin, 2001, p. 33). É a partir dela que os sujeitos observam como são representados e apresentados a esses lugares sob o olhar midiático. Além disso, passa a reconhecer e se reconectar com o seu território, história, cultura e costumes.

É a partir da proximidade que a televisão local e regional objetiva se relacionar com o seu telespectador. Isso ocorre desde o momento da inserção de uma emissora no eixo local, passando pela seleção de pautas, escolha por apresentadores e repórteres que tenham relação com o território, sotaque e toda uma construção visando tal aproximação e gerando um reflexo de pertencimento e visualização de uma identidade partilhada em comum pela televisão e o telespectador. “A proximidade e identidades, assim, passam a compor, ou ao menos funcionam como uma tentativa, de trazer uma mobilização social às vozes territoriais mais próximas. Vozes que lutam pelos interesses de uma coletividade e de uma comunidade” (Souza, 2022, p. 19).

Neste sentido, os territórios televisivos se apropriam dos elementos de proximidade, pertencimento e construção de identidades para se relacionar com os sujeitos, sendo “[...] entendido como algo que se constrói, reconstrói e se remodela conforme a variação e ampliação da cobertura territorial midiática” (Souza, 2022, p. 25). É o que observamos com a expansão e introdução dos grupos regionais, como Globo, SBT, Band e Record TV.

### **3 Trajetória da televisão no Nordeste**

A televisão chegou oficialmente à região Nordeste dez anos após a instalação da primeira emissora de TV no Brasil. Isso graças à iniciativa pioneira dos Diários Associados do empresário Assis Chateaubriand. A TV Rádio Clube de Recife foi inaugurada no dia 4 de junho de 1960 (Santana, 2007). Antes disso, o canal já realizava transmissões experimentais. A programação de inauguração contou com shows especiais de artistas nacionais, mas também abriu espaço para as manifestações culturais e cantores locais.



De acordo com Lins (2017), antes da instalação das primeiras emissoras geradoras de programação local nordestina, o sinal da televisão chegava apenas a algumas localidades por meio de antenas retransmissoras, mas de forma precária. “Esses sinais das repetidoras nem sempre eram de qualidade, na verdade, alguns apresentavam qualidade técnica bastante comprometida: ‘chuviscos’, fantasmas nas imagens e falhas no áudio estavam entre os problemas enfrentados” (p. 61). Por isso, a inauguração do primeiro canal nordestino representou um momento de muita expectativa e entusiasmo para a população, uma vez que representava a chegada da modernidade ao Nordeste.

A implantação de televisão local no Nordeste na década de 1960 é reflexo da expansão da TV neste período (1950-1960), como registra Barbosa (2010) ao se referir sobre a presença das primeiras emissoras da Rede Tupi nas capitais brasileiras.

Quadro 1- Primeiras emissoras de televisões nas capitais brasileiras nos anos 1960

<b>Emissora de TV</b>	<b>Ano</b>	<b>Cidade</b>	<b>Estado</b>	<b>Região</b>
TV Itacolomi	1955	Belo Horizonte	MG	Sudeste
TV Piratini	1959	Porto Alegre	RS	Sul
TV Cultura	1959	São Paulo	SP	Sudeste
TV Itapoan	1960	Salvador	BA	Nordeste
TV Rádio Clube	1960	Recife	PE	Nordeste
TV Paraná	1960	Curitiba	PR	Sul
TV Goiânia	1960	Goiânia	GO	Centro-Oeste
TV Ceará	1960	Fortaleza	GO	Nordeste
TV Vitória	1961	Vitória	ES	Sudeste
TV Alterosa	1961	Belo Horizonte	MG	Sudeste
TV Florianópolis	1961	Florianópolis	SC	Sul
TV Aracaju	1961	Aracaju	SE	Nordeste
TV Campo Grande	1961	Campo Grande	MS	Centro-Oeste
TV Baré	1961	Manaus	AM	Norte

Fonte: Elaborado por Souza e Lima (2022) com base em Barbosa (2010).

Como é possível observar no Quadro 1, a expansão da televisão pelo território brasileiro ocorreu inicialmente a partir das capitais. Isso ocorreu tendo em vista que o processo creditava a este espaço um lugar de desenvolvimento para atrelar a presença deste novo meio de comunicação.



Dessa forma, ao se referir sobre a chegada da primeira emissora de TV no Nordeste, Santana (2007) discorre sobre a instalação da primeira emissora de TV (TV Rádio Clube) que exigiu investimentos em equipamentos e profissionalização das equipes que ficariam responsáveis por colocar o canal em funcionamento. “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” (Santana, 2007, p. 13).

Com a inauguração da televisão em Pernambuco, ainda na década de 1960, outros estados nordestinos também viram surgir os primeiros canais locais.

Em novembro desse ano, começaram as transmissões da TV Itapoan, a primeira emissora baiana, instalada em Salvador, e a de Fortaleza, a TV Ceará. Exatamente três anos depois, em 1963, a primeira emissora do Maranhão, instalada na capital São Luís, a TV Difusora, iniciou suas transmissões. Os demais estados passaram a conviver com as imagens exibidas por antenas repetidoras, e levariam ainda alguns anos para contar com sinais próprios em seus territórios (Lins, 2017, p. 60).

No processo de implantação das primeiras emissoras da região, o caso da Paraíba chama a atenção. Afinal, o estado foi o único do país onde a emissora pioneira local foi instalada no interior. A TV Borborema, sediada em Campina Grande, entrou no ar no dia 15 de setembro de 1963, data do centenário da cidade. No entanto, a inauguração oficial só aconteceu em março de 1966 (Azevêdo Filho, 2016). A programação inaugural contou com apresentações de artistas locais e de Pernambuco.

Assim como a TV Rádio Clube (PE), a TV Itapoan (BA), a TV Ceará (CE) e a TV Borborema (PB) pertenciam aos Diários e Emissoras Associadas. O que evidencia a iniciativa estratégica e pioneira do jornalista e empresário Assis Chateaubriand em instalar os primeiros canais de televisão dos estados nordestinos. Por isso, as emissoras ocupavam a mesma estrutura de outros veículos do grupo de comunicação, como rádios e jornais impressos.

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).



A década de 1970 também registrou um momento de pioneirismo nordestino na trajetória da televisão brasileira. O Rio Grande do Norte foi o único estado onde as primeiras produções televisivas tiveram início com finalidades educativas. Em 2 de dezembro de 1972, começaram as transmissões de aulas produzidas por meio do projeto Satélite Avançado em Comunicações Interdisciplinares (Saci), que levava educação básica para escolas públicas (Pedroza, 2017). Anos depois, o canal utilizado para esta iniciativa foi transformado na TV Universitária, pertencente à Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Durante 15 anos, a emissora foi a única do estado com programação local.

Foi na TV Universitária (Canal 5) que o natalense começou a ser 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. Repórteres e apresentadoras 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).

Ao analisar a trajetória da televisão nos estados nordestinos, verifica-se que esse processo teve início na década de 1960 e se intensificou até meados da década de 1970. Tal processo parte da busca pela consolidação de hegemonia e construção do primeiro oligopólio criado pelos Diários e Emissoras Associadas, de Chateaubriand. Conforme o Quadro 2, elaborado por Kneipp e Sales Júnior (2019), apresenta-se as emissoras pioneiras na região Nordeste:

Quadro 2 – Emissoras pioneiras do Nordeste

<b>Estado</b>	<b>Emissora pioneira</b>	<b>Data de entrada no ar</b>
PE	TV Rádio Clube	1960
BA	TV Itapoan	1960
CE	TV Ceará	1960
MA	TV Difusora	1963
PB	TV Borborema	1963
SE	TV Sergipe	1971
RN	TV Universitária	1972
PI	TV Clube	1972
AL	TV Gazeta	1975

Fonte: Kneipp e Sales Júnior (2019).



Também é possível verificar que a televisão chegou ao Nordeste brasileiro com certo atraso em relação às demais regiões, uma vez que a primeira emissora nordestina foi instalada apenas dez anos após a inauguração da TV no Brasil. Em estados menores como Sergipe, Rio Grande do Norte, Piauí e Alagoas isso ocorreu mais de vinte anos depois.

A dimensão continental do Brasil, a ausência de uma política governamental de comunicação igualitária para todo o país e o descompasso entre a visão empresarial regional e as possibilidades do novo veículo, as dificuldades de infraestrutura, inclusive no quesito eletrificação, estão entre os fatores que contribuíram para um cenário de diferenças e contradições no país (Lins, 2017, p. 60).

Portanto, é nesse contexto que o Nordeste vivencia as primeiras experiências de produção e transmissão de televisão local na região. Nesse período, foram criadas as bases necessárias para que esse veículo de comunicação pudesse se expandir por todos os estados, contribuindo para o processo de regionalização da televisão brasileira. Além disso, nos primórdios da TV nordestina, observam-se as práticas sociais que ajudaram a configurá-la.

Posteriormente a esse primeiro cenário televisivo, com as emissoras pioneiras criadas por Chateaubriand, o contexto histórico sinaliza para a entrada das emissoras cabeça de rede ao longo do território brasileiro mediante ao processo de afiliação de emissoras. Este processo foi fortemente alicerçado pela Rede Globo, que utilizou do tripé (telejornalismo, variedades e teledramaturgia), como apontam Bolaño e Melo (2015) para se fazer presente e construir um modelo de televisão. Este mesmo modelo de afiliação, especialmente sob a utilização do telejornalismo, também permeou as demais emissoras.

#### **4 Territórios da televisão nordestina**

Ao analisar as cinco maiores redes da televisão aberta no Brasil foi possível verificar que todas elas estão presentes no Nordeste, produzindo conteúdo e retransmitindo a programação nacional. Um feito que acontece por meio de emissoras próprias ou afiliadas. A TV Globo é a que possui o maior número de geradoras locais na região, totalizando 23 emissoras (Rede Globo, 2022). Em seguida vem o SBT, TV Cultura, Band e Record TV, conforme observamos no Quadro 3, elaborado com base nos atlas de cobertura dos grupos midiáticos pesquisados neste estudo. Com isso, verificamos que juntas essas redes nacionais possuem 68 canais sediados no território nordestino.



Quanto à presença nos estados, quatro redes possuem emissoras instaladas em todos os nove estados nordestinos. A exceção é o SBT, que não tem emissora própria nem afiliada no estado de Sergipe (SBT, 2022). “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” (Sales Júnior; Kneipp, 2022).

Diante desta situação, a programação nacional chega ao estado por meio de retransmissoras ou com o apoio de satélite.

Quadro 3 – Total de emissoras no Nordeste

<b>Rede</b>	<b>Emissoras</b>	<b>Estados</b>
TV Globo	23	9
SBT	12	8
TV Cultura	12	9
Band	11	9
Record TV	10	9

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Em relação à quantidade de emissoras instaladas, observamos que os estados com maiores territórios, densidade populacional e indicadores de desenvolvimento econômico são os que possuem mais canais de TV instalados, conforme verificamos no Quadro 3. É importante observar que o interesse por esses territórios desenvolvidos ou em desenvolvimento, mantém relação direta com o modelo de televisão comercial brasileiro, baseado na arrecadação publicitária. Com isso, os estados do Maranhão, Bahia e Pernambuco são as unidades da federação, no Nordeste, que possuem mais geradoras de televisão. Já os estados menores como Rio Grande do Norte, Alagoas e Sergipe são os que têm menos, além de estarem sediadas em menos municípios.

O estado do Maranhão possui 217 municípios e tem 12 emissoras de televisão distribuídas pela capital São Luís e pelas cidades de Imperatriz, Caxias, São José de Ribamar, Balsas e Cocais. A Bahia tem 417 municípios, com 11 emissoras espalhadas pela capital Salvador e pelas cidades de Barreiras, Itabuna, Juazeiro, Feira de Santana e Vitória da Conquista. Portanto, observa-se que os dois estados com maior quantidade de municípios também são os estados que concentram o maior número de canais de TV e, conseqüentemente, os que têm mais cidades sediando emissoras geradoras.



Pernambuco, que possui 185 municípios, tem 10 emissoras de televisão sediadas na capital Recife, além de Caruaru, Petrolina, Olinda e Fernando de Noronha. Nesse estado, a TV Cultura é a rede responsável pela televisão estar presente em duas localidades importantes para o estado. A TV Golfinho é o único canal de Fernando de Noronha e a TV Nova Nordeste a única das redes analisadas que está em Olinda (TV Cultura, 2022). O que, de certa forma, comprova a importância que as emissoras públicas têm dentro do ecossistema televisivo brasileiro, uma vez que estão em espaços não ocupados pela maioria das emissoras comerciais. Outro caso que chama a atenção é a TV Grande Rio, afiliada da TV Globo, que é a única com programação local em Petrolina (Rede Globo, 2022).

Quadro 4 – Territórios da televisão no Nordeste

<b>Estado</b>	<b>Cidades com emissoras</b>	<b>Emissoras (por cidade)</b>	<b>Nº de emissoras (por estado)</b>
MA	São Luís	4	12
	Imperatriz	3	
	Caxias	2	
	São José de Ribamar	1	
	Balsas	1	
	Cocais	1	
BA	Salvador	5	11
	Barreiras	1	
	Itabuna	2	
	Juazeiro	1	
	Feira de Santana	1	
	Vitória da Conquista	1	
PE	Recife	4	10
	Caruaru	3	
	Petrolina	1	
	Olinda	1	
	Fernando de Noronha	1	
PB	João Pessoa	5	8
	Campina Grande	3	
CE	Fortaleza	5	6



	Juazeiro do Norte	1	
PI	Teresina	4	6
	Floriano	1	
	Paranaíba	1	
RN	Natal	5	6
	Mossoró	1	
AL	Maceió	5	5
SE	Aracaju	4	4

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A Paraíba é a unidade da federação onde a quantidade de emissoras na capital e no interior são bem próximas. No total, são oito, sendo 5 na capital João Pessoa e 3 em Campina Grande. O estado possui 223 municípios. Já o Piauí possui 224 municípios e conta com apenas 6 emissoras, sediadas em três cidades. Portanto, encontra-se presente em mais municípios. Além da capital Teresina, Paranaíba e Floriano também tem canais geradores de programação local, graças às afiliadas da TV Cultura e da TV Globo, respectivamente.

No Ceará, que tem 184 municípios, e no Rio Grande do Norte, com 167 municípios, as emissoras geradoras se concentram nas capitais e em mais um grande centro urbano. No caso cearense, além da capital Fortaleza, a TV está presente também na cidade de Juazeiro do Norte, no sul do estado. No potiguar, além da capital Natal, está sediada também na cidade de Mossoró. Em ambos os casos, a mídia televisiva está no interior graças às afiliadas da TV Globo. O que comprova a forte presença e alcance dessa rede nacional na região. As demais redes, analisadas por este estudo, contam apenas com canais nas capitais.

Alagoas, que tem 102 municípios, e Sergipe, com 75 municípios, são os estados em que as emissoras de televisão das maiores redes de TV do país se concentram apenas na capital. Maceió e Aracaju são as únicas cidades que sediam canais geradores de programação local. O que comprova que nos menores estados brasileiros, a mídia televisiva se concentra nos maiores centros populacionais, contribuindo para a existência de espaços vazios na cobertura midiática na região. A falta de interesse e de investimentos por parte dos empresários da comunicação, além de um mercado local no interior ainda em construção, são fatores que ajudam a justificar essa situação.



Apesar de ser uma das maiores redes de televisão do Brasil, no Nordeste, a Record TV está concentrada basicamente nas capitais, com exceção da Bahia onde possui uma emissora na cidade de Itabuna, além de Salvador (Record TV, 2022). Na Band, a situação é parecida, com concentração dos canais nas capitais. Apenas no Maranhão é que, além da capital São Luís, está presente em outras duas cidades (Band, 2022). Nas demais redes, verificamos um espalhamento maior das emissoras pelos interiores dos estados.

Acerca das emissoras de TV nos estados nordestinos analisados, vale destacar a expansão dessas televisões pelos territórios que extrapolam os grandes centros urbanos, como os interiores. De forma isolada, destacamos no Quadro 5 apenas emissoras identificadas nos interiores nordestinos. Além disso, a partir do exposto verifica-se que a uma grande concentração de emissoras da TV Globo nestes territórios. Isso, por sua vez, implica numa forma de fazer televisão. E, também, no tipo de conteúdo que será produzido no âmbito local a partir de uma visão única, sem a possibilidade de uma multiplicidade de olhares.

Dos nove estados que compõem o Nordeste, identificamos que apenas Alagoas e Sergipe não possuem emissoras de televisão ligadas a uma rede regional, em seus territórios interioranos. Ou seja, a programação feita para a capital é apenas retransmitida para estes espaços – como apontado na chegada da televisão no Nordeste na década de 1960. O estado do Maranhão possui oito emissoras, sendo o mais numeroso da região. Em seguida temos o estado da Bahia com cinco emissoras; em terceiro lugar vem o estado de Pernambuco com quatro emissoras; em quarto lugar, a Paraíba, com três emissoras; na sequência, o Piauí com duas emissoras; e, por fim, o Ceará e o Rio Grande do Norte, ambos com uma emissora localizada no interior do estado.



Quadro 5 – Territórios da televisão no interior do Nordeste

Estado	Cidades com emissoras	Emissoras (por cidade)	Nº de emissoras (por estado)
MA	Imperatriz	3	9
	Caxias	2	
	São José de Ribamar	1	
	Balsas	1	
	Cocais	1	
BA	Barreiras	1	5
	Itabuna	2	
	Juazeiro	1	
	Feira de Santana	1	
	Vitória da Conquista	1	
PE	Caruaru	3	4
	Petrolina	1	
PB	Campina Grande	3	3
PI	Floriano	1	2
	Paranaíba	1	
CE	Juazeiro do Norte	1	1
RN	Mossoró	1	1

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

Nesse sentido, podemos compreender que “[...] a bidirecionalidade da expansão, tanto para a capital quanto para o interior, demonstra que as estratégias de presença no território brasileiro ocorreram visando atingir os dois territórios simultaneamente” (Souza; Lima, 2022, p. 13), ainda que o território da capital possua mais visibilidade, poder e abrangência de poder e cobertura do que nas localidades do interior. E essa visualização dá-se no âmbito do processo de regionalização com os grandes grupos midiáticos brasileiros, sobretudo com a Rebe Globo.

## 5 Considerações finais

Ao analisar a presença das emissoras de TV no Nordeste, foi possível observar não apenas os espaços ocupados por este veículo de comunicação como também identificar os vazios deixados pela cobertura midiática na região – o que podemos denominar de “desertos televisivos”, se aproximando da ideia de desertos de notícias. O que ocorre principalmente nos interiores dos estados nordestinos. A falta de investimento nessas áreas contribui para que regiões menores tenham menos produções e reportagens sobre elas. Isso faz com que acabem consumindo mais o conteúdo televisivo de outras partes de seus estados, ou mesmo de outras unidades da federação, do que produzindo e transmitindo material próprio e mais próximo da



realidade de sua população. E, vale destacar, que muitos destes conteúdos não apresentam um diálogo de proximidade e interesse com as localidades que estão afastadas desses grandes centros.

O que nos leva a refletir sobre a relação entre proximidade e territórios televisivos, não somente do ponto de vista da presença de uma emissora de TV em um dado território, mas da articulação realizada entre a empresa midiática, o território e os seus sujeitos, da programação e da interseção com os eixos histórico, social, cultural, econômico e político de um território particular, como algo único e singular. Pois é a partir dessa relação de proximidade que a presença dessas emissoras de TV se diferencia frente ao processo de regionalização da TV.

Assim, além da falta de cobertura midiática, a concentração das emissoras de televisão nas capitais contribui para o empobrecimento dos mercados locais. Isso afeta tanto do ponto de vista dos profissionais da comunicação, que ficam sem oportunidades para atuar em seus municípios, quanto dos anunciantes, uma vez que os pequenos empresários não conseguem ter acesso aos espaços comerciais devido aos altos valores cobrados pelas TVs sediadas nas capitais, que transmitem suas programações para todo o estado.

Portanto, este estudo buscou contribuir para compreender a ocupação dos territórios televisivos no Nordeste e para o desenvolvimento do conhecimento sobre a televisão nesta região brasileira. Um campo que ainda carece de pesquisas aprofundadas para que possamos registrar a trajetória desse veículo na região, tanto nas capitais quanto nos interiores, como também identificar os elementos e práticas sociais que ajudam a configurá-la da forma como a vemos na contemporaneidade.

Contudo, a partir deste estudo realizado, outras inquietações surgem e que podem ser exploradas em estudos futuros como, por exemplo: como ocorre a produção de conteúdo local nestas emissoras? Há espaços na grade de programação para que a informação e o entretenimento local possam ser vistos na televisão? Ou apenas essas emissoras buscam situar-se nestes territórios como forma de expandir o seu sinal, alcance e poder? Como é a estrutura dessas emissoras, os seus profissionais e o funcionamento local destas emissoras de TV, especialmente as que estão situadas no interior dos estados? E, por fim, como nos territórios onde não foram localizadas emissoras de TV têm acesso à informação de caráter local?



## Referências

AGUIAR, Sonia. **Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.

AZEVEDO FILHO, Rômulo Ferreira de. **Campina Grande, desenvolvimento e televisão regional: o caso da TV Borborema**. 2016. 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: 12 out. 2022.

BAND. **Atlas de cobertura**. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://comercial.band.com.br/atlas>. Acesso em: 10 out. 2022.

BANDEIRA, Olívia; MENDES, Gyssele; PASTI, André (org.). **Quem controla a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais**. São Paulo: Veneta; Coletivo Intervezes, 2023.

BARBOSA, Marialva Carlos. Imaginação televisual e os primórdios da TV no Brasil. *In*: RIBEIRO; Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (org.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 15-35.

BARROS, Rosário da Pompéia Macêdo de. **Das relações políticas à racionalização das indústrias culturais: a trajetória do sistema Jornal do Comercio de Comunicação**. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Pernambuco, Recife, 2009.

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV regional: trajetória e perspectivas**. Campinas, SP: Alínea, 2001.

BOLAÑO, César; MELO, Paulo Victor. Luz, câmera, concentração: 50 anos da Rede Globo e a hegemonia no Mercado Brasileiro de Televisão. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DAS COMUNICAÇÃO, 38., Rio de Janeiro, 2015. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

CAPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982

COUTINHO, Iluska. 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.

CULTURA. **Cobertura**. São Paulo, 2022. Disponível em: <http://homolog.tvcultura.com.br/cobertura> Acesso em: 10 out. 2022.

HAESBAERT, Rogério. **Des – territorialização e identidade: a rede “gaúcha” no Nordeste**. Niterói: EDUFF, 1997.



LINS, Aline Maria Greco. Quando a televisão ainda era uma aventura no nordeste brasileiro. *In*: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). **Trajatória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica**. Rio Grande do Norte: EDUFRN, 2017. p. 59-75.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MERCADÉ, Juan Marcía. **La fuerza del periodismo local em la era de la globalización electrónica**. Pontevedra: Universidade de Vigo, 1992.

OLIVEIRA, Roberto Reis de. Espaço, território e região: pistas para um debate sobre comunicação regional. *In*: CONGRESSO LUSÓFONO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 10., 2012, Lisboa. **Anais** [...]. Lisboa: UTL, 2012. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/download/36946/21521>. Acesso em: 11 out. 2022.

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.). **Trajatória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica**. Rio Grande do Norte: Edufrn, 2017. p. 133-156.

PERUZZO, Círcia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 26, n. 43, p. 67-84, 2005. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/8637>. Acesso em: 11 out. 2022.

PINTO, Pâmela Araujo. Políticos donos de mídias: problema histórico permanece no Brasil. *In*: BANDEIRA, Olívia; MENDES, Gyssele; PASTI, André (org.). **Quem controla a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais**. São Paulo: Veneta; Coletivo Intervozes, 2023. p. 49-78.

RECORD TV. **Atlas de cobertura**. São Paulo, 2022. Disponível em: <http://comercial.recordtv.com.br/atlas-de-cobertura> Acesso em: 10 out. 2022.

REDE GLOBO. **Cobertura**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Brasil.aspx> Acesso em: 10 out. 2022.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. A regionalização da TV no Brasil: a implantação das emissoras pioneiras nos estados e regiões. **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo, SP, v. 11, n. 2, 2022. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/13396> Acesso em: 2 jul. 2023.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. Trajetória da regionalização da televisão no Nordeste: a (re)configuração das redes nacionais na região. **Revista Temática**, João Pessoa, v. 18, n. 8, p. 128-144, ago. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/63809>. Acesso em: 10 out. 2022.



SANTANA, Jorge José B. **A televisão pernambucana por quem a viu nascer**. Recife: Ed. do autor, 2007.

SANTOS, Milton. O retorno do território. *In*: SANTOS, Milton; SOUZA, Maria A. A.; SILVEIRA, Maria L., **Território: globalização e fragmentação**. São Paulo: Hucitec/Anpur, 1993.

SBT. **Atlas de cobertura**. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://sbtnegocios.com.br/midia/atlas>. Acesso em: 10 out. 2022.

SILVA, Robson Bastos da. Limites e possibilidades da TV regional. *In*: MARQUES DE MELO, José; SOUSA, Cidoval Moraes de; GOBBI, Maria Cristina (org.). **Regionalização midiática: estudos sobre comunicação e desenvolvimento regional**. Rio de Janeiro: Sotese, 2006. p. 289-295.

SILVA, Sílvia Tavares da. **Por uma história da mídia televisiva em Campina Grande 1961 – 1965**. 2009. 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: 14 out. 2022.

SOUZA, José Jullian Gomes de; LIMA, Maria Erica de Oliveira. Vestígios da expansão e interiorização da televisão brasileira: o caso da Rede Tupi. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 48., 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. João Pessoa: UFPB, 2022.

SOUZA, José Jullian. Entre a proximidade e o pertencimento: a construção conceitual dos territórios jornalísticos. **Temática**, João Pessoa, v. 18, n. 9, p. 13-27, set. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/64073/36028>. Acesso em: 11 out. 2022.

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 (org.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 77 -116.

TV CULTURA. **Cobertura**. São Paulo, 2022. Disponível em: <http://homolog.tvcultura.com.br/cobertura> Acesso em: 10 out. 2022.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2015.