
A REGIONALIZAÇÃO DA TV NO RIO GRANDE DO NORTE: uma análise da programação televisiva potiguar

THE TV REGIONALISM IN RIO GRANDE DO NORTE STATE: an analysis of television programming

FRANCISCO DAS CHAGAS SALES JÚNIOR

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

VALQUÍRIA APARECIDA PASSOS KNEIPP

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Resumo: Este estudo faz parte de uma pesquisa de mestrado, que buscou identificar os elementos e práticas sociais presentes no processo de regionalização da televisão no Rio Grande do Norte. Por meio da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) da programação das cinco maiores e mais antigas emissoras de TV do estado, foi possível calcular o índice de produção regional e analisar outros pontos como os tipos de veiculação dos conteúdos e a classificação das produções veiculadas. O estudo contou ainda com análises bibliográfica e documental, além de consultas a arquivos de vídeos, sites dos canais pesquisados, redes sociais e portais de notícias. A investigação se justifica pela necessidade de compreender melhor as práticas sociais da televisão regional, bem como contribuir para o registro do conhecimento científico sobre a temática, que ainda carece de estudos mais aprofundados. Ao realizar esta investigação, foram observadas práticas como o arrendamento de horários, parcerias com outras empresas para a produção de programas e as reprises para o preenchimento da grade de programação semanal. Também foi possível verificar índices de regionalização maiores nas emissoras em que a produção de conteúdo é terceirizada.

Palavras-chave: televisão; TV potiguar; regionalização; práticas sociais; análise de conteúdo.

Abstract: This study is part of a master's research, which sought to identify the elements and social practices present in the process of regionalization of television in Rio Grande do Norte. Through Content Analysis (BARDIN, 2011) of the programming of the five largest and oldest TV stations in the state, it was possible to calculate the regional production index and analyze other points such as the types of content broadcast and the classification of broadcast productions. The study also included bibliographic and documental analyses, as well as consultations with video files, websites of the researched channels, social networks and news portals. The investigation is justified by the need to better understand the social practices of regional television, as well as to contribute to the registration of scientific knowledge on the subject, which still lacks further studies. When carrying out this investigation, practices such as the leasing of schedules, partnerships with other companies for the production of programs and the reruns to fill in the weekly schedule were observed. It was also possible to verify higher regionalization rates in broadcasters in which content production is outsourced.

Keywords: television; TV in Rio Grande do Norte; regionalism; social practices; content analysis.

1 INTRODUÇÃO

Com os avanços tecnológicos da internet e a disputa por mercados e públicos, observa-se uma mudança no conteúdo da TV para atender os desejos e hábitos da nova geração de telespectadores e do mercado digital emergente (WOLF, 2015). O que é natural na relação entre os meios de comunicação, tanto os tradicionais quanto os emergentes. Corroborando com essa ideia, Williams (2016) apresenta a televisão como resultado de um processo de mudança social ou como elemento presente nesse contexto. Para o autor, “a televisão, como qualquer outra tecnologia, torna-se disponível como um elemento ou meio em um processo de mudança que já está ocorrendo ou está prestes a ocorrer” (WILLIAMS, 2016, p. 26).

O processo de globalização e avanços tecnológicos presenciados no século XXI foram fundamentais para a expansão das redes de telecomunicação. O que também contribuiu para as mudanças nas relações sociais. Nesse contexto, a mídia constitui uma espécie de lugar social, que permite que os receptores possam se comunicar entre si e criar novas relações de linguagem e entendimento (HALL, 2000). Assim, os meios de comunicação contribuem para a fragmentação das identidades já consolidadas e, ainda, para a construção das novas identidades (CANCLINI, 1995).

É nesse contexto de mudanças sociais que identificamos movimentos de valorização do regional e do local, que propiciam o fortalecimento do sentimento de pertencimento e de identificação com o que está sendo produzido e veiculado pelas mídias. No ecossistema televisivo, devido à queda da audiência, observa-se que as emissoras passam a investir mais em programação regionalizada como forma de atrair ou manter os telespectadores, além dos anunciantes (BAZI, 2001).

Para Oliveira (2006), é importante destacar o grande crescimento da produção de conteúdos regionais nas mais diferentes mídias. Estamos falando de conteúdos publicitários, jornalísticos, de entretenimento e de variados gêneros. Para o autor, é inegável a urgência de pesquisas específicas e sistemáticas referentes às “configurações e à atuação [dos veículos de comunicação], bem como às estratégias

utilizadas junto aos públicos e anunciantes para afirmação de seus lugares como veículos regionais” (OLIVEIRA, 2006, p. 15).

Em 2009, o coletivo Intervozes¹, por meio do Observatório do Direito à Comunicação, realizou um levantamento para demonstrar os efeitos do modelo de rede adotado pela televisão brasileira. Para isso, foi medida a presença de programação regionalizada em emissoras de 11 estados, entre eles o Rio Grande do Norte. O resultado mostrou que, nas 58 emissoras analisadas, a média de tempo de programação dedicada à produção local foi de 10,83% (INTERVOZES, 2009). Um índice abaixo do proposto por projetos que atualmente estão em discussão no Senado e na Câmara Federal do Brasil.

Esse mesmo levantamento sobre o índice de regionalização das emissoras de TV também evidencia dois fenômenos importantes para entendermos as práticas resultantes da radiodifusão brasileira. O primeiro é a preocupação das emissoras públicas com a exibição de produção local. Em média, esses veículos reservam 25,5% da programação para conteúdos locais (INTERVOZES, 2009). O outro aspecto observado pela pesquisa é o aumento da prática de arrendamento de espaços na programação como forma de rentabilização das emissoras locais.

O estudo também analisou os principais gêneros presentes na produção televisiva regional do Brasil. A pesquisa confirmou que o jornalismo é o conteúdo mais frequente, totalizando 464 horas e 7 minutos. Em seguida estão os programas de entretenimento, com 79 horas e 10 minutos, esportivos, com 74 horas e 51 minutos, e culturais, com 74 horas e 40 minutos (INTERVOZES, 2009).

A partir desse levantamento surgiu a inquietação e o desejo de estudar a regionalização das programações das emissoras da televisão aberta no Rio Grande do Norte. A presente investigação é resultado de uma pesquisa de mestrado em Estudos da Mídia, pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e definiu como objeto empírico as cinco primeiras emissoras de TV, instaladas no estado e com programações transmitidas em canal aberto (TV Universitária, TV Ponta Negra, TV Cabugi, TV Tropical e Band RN). Esses canais foram escolhidos porque, além de serem

¹ O Intervozes é uma organização independente que trabalha na efetivação do direito humano na comunicação no Brasil. O grupo é formado por ativistas e profissionais com formação e atuação nas áreas da comunicação social, direito, arquitetura e outras, distribuídos por 15 estados e no Distrito Federal.

os mais antigos, ainda são na atualidade os que concentram a maior audiência entre telespectadores potiguar, de acordo com as pesquisas realizadas semestralmente pelos institutos de opinião pública. Na atualidade, o Rio Grande do Norte possui 12 em emissoras produzindo e transmitindo em sinal aberto conteúdo local para a população dos 167 municípios do estado (SALES JÚNIOR, 2020). A maioria está sediada na capital Natal e são afiliadas às maiores redes nacionais de televisão do Brasil.

Com o intuito de alcançar os objetivos definidos pela pesquisa, foi realizada uma análise de conteúdo da programação das emissoras estudadas, tendo como base a metodologia definida por Bardin (2011). Segundo a autora, “a técnica consiste em classificar os diferentes elementos nas diversas gavetas segundo critérios susceptíveis” (2011, p. 39). Tal procedimento ajudou a traçar os caminhos do estudo e a categorização do material coletado.

A coleta de dados foi realizada entre abril e maio de 2019, onde se verificou e calculou o tempo destinado à programação local pelas emissoras pesquisadas. Além da quantidade de minutos semanais veiculados pelos canais, foi observada a quantidade de programas e calculado o índice de produção local. O percentual de regionalização da programação foi obtido através do tempo total veiculado pela emissora, considerando que os canais transmitem programação 7 dias por semana, 24 horas por dia e que cada hora tem 60 minutos.

As informações foram obtidas através de quatro fontes principais: (1) sites das emissoras; (2) redes sociais dos canais; (3) contato direto com diretores de programação e dos departamentos comerciais das TVs; e (4) assistindo aos programas na TV aberta.

Esta pesquisa se mostra relevante porque ao investigar esse processo na TV potiguar, também foi possível estudar a trajetória da televisão no Rio Grande do Norte, assim como os elementos presentes na produção televisiva regionalizada. Na medida em que se investiga esse tipo de produção e suas práticas, se torna possível compreender melhor como se dá a formação da mídia local/regional e a criação de identidade com o público.

2 PROGRAMAÇÃO REGIONAL NO RIO GRANDE DO NORTE

Ao analisar a produção televisiva local/regional do Rio Grande do Norte, foi possível identificar e calcular o índice de regionalização da programação potiguar. Os resultados quantitativos dos dados coletados e verificados pela pesquisa podem ser observados e analisados abaixo, na Tabela 1, abaixo.

Tabela 1 – Quantitativo da programação local

Emissora pesquisadas	Tempo local (minutos)	Percentual local (semanal)	Quantidade de programas
TV Tropical	3300	32,74%	20
Band RN	2405	23,86%	22
TV Ponta Negra	1765	17,51%	20
Inter TV Cabugi	1290	12,80%	10
TVU	984	9,76%	15

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

O primeiro ponto observado nos resultados é que a quantidade de minutos semanais exibidos pelas emissoras em suas programações atende o limite de produção local e regional de rádio e TV, que está sendo discutido pelo Congresso Nacional. A Comissão Mista de Consolidação de Leis e de Dispositivos Constitucionais aprovou, em 2013, o anteprojeto de lei sobre esse assunto (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2013). As discussões acontecem para regulamentar o inciso III do artigo 221 da Constituição, que trata da produção cultural, artística e jornalística regional.

O anteprojeto foi protocolado como projeto de lei, mas ainda não foi votado. Apesar disso, já definiu na proposta que “cidades com população entre 500 mil e 1 milhão de habitantes, devem exibir 504 minutos de produção regional, sendo metade de produção local” (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2013). Portanto, se levarmos em conta a programação veiculada pelas emissoras pesquisadas para Natal, capital potiguar com 803.739 habitantes², verificamos que elas já atendem as exigências propostas.

² Segundo a síntese feita pelo IBGE. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/natal/panorama>. Acesso em: 26 jan. 2020.

Se considerar a quantidade de programação semanal transmitida para o Rio Grande do Norte, que possui 3.168.027 de habitantes³, também se verifica que o índice proposto pelo projeto foi atingido. “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” (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2013).

O resultado referente ao total de programação local mostra ainda que a maioria das emissoras potiguares, aqui pesquisadas, está dentro da média verificada pela pesquisa apresentada pelo Intervezes, em 2009. Segundo o levantamento feito em 58 emissoras de TV de 11 estados brasileiros, entre eles o Rio Grande do Norte, o índice médio de regionalização verificado ficou em 10,83% (INTERVOZES, 2009).

Apenas a TV Universitária ficou abaixo da média nacional verificada pelo levantamento do Intervezes. O canal registrou um percentual de 9,76% de programação local. O que causa certa surpresa, tendo em vista que o mesmo estudo constatou que na maioria dos estados as emissoras com maiores índices de regionalização foram as públicas e educativas, mesma natureza da TVU do Rio Grande do Norte.

Apesar de a quantidade de programas não ser a menor entre os canais pesquisados, fatores como o tempo destinado às produções veiculadas pela TVU e a quantidade de exibições ao longo da semana podem explicar um percentual menor do que os demais. Além disso, a extinção de programas e redução de estrutura e pessoal podem estar entre as causas do baixo índice de regionalização da programação.

Em relação às emissoras com maiores percentuais, verificou-se que a TV Tropical obteve quase três vezes a média, cerca de 32,74%, se levarmos em consideração o estudo do Intervezes. A Band RN alcançou pouco mais de duas vezes a média verificada pelo levantamento referido anteriormente. Registrou cerca de 23,86%. Esses resultados podem ser explicados, nos dois casos, pela quantidade de programas independentes ou realizados em parcerias, através do arrendamento de espaços na programação.

³ Segundo a síntese feita pelo IBGE. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rn/panorama>. Acesso em: 26 jan. 2020.

Por fim, observa-se que a Inter TV Cabugi se manteve na média nacional de programação local, com um índice de 12,80%. Um resultado que reflete a política de regulação da emissora nacional a qual está afiliada, a TV Globo, que tradicionalmente abre menos espaço para a produção regional do que as demais redes de TV do Brasil. Isso também pode ser constatado na quantidade de programas que o canal produz.

Portanto, a análise da quantidade e percentual de programação nos ajuda a entender como a produção de programas locais tem acontecido entre as maiores emissoras de televisão do Rio Grande do Norte. Algumas práticas sociais realizadas pelos canais potiguares explicam os resultados verificados, assim como as políticas de regulação das redes nacionais de TV, ou ausência delas, em relação ao conteúdo produzido pelas afiliadas.

3 TIPOS DE VEICULAÇÃO DO CONTEÚDO

Um dos pontos analisados pela pesquisa também foi quanto ao tipo de veiculação dos programas das emissoras analisadas. A proposta foi verificar e classificar a exibição dos programas em “inédita” ou “reprise”, para identificar a prática existente em relação ao conteúdo apresentado semanalmente na TV potiguar.

Para realizar a classificação, considerou-se como produção inédita aquela exibida uma única vez na programação das emissoras. Por sua vez, reprise foi considerada como a veiculação de programa já exibido anteriormente. Em ambos os casos, foram avaliadas as produções como um todo e não partes separadas do conteúdo como reportagens, entrevistas, entradas ao vivo e outros elementos.

Ao realizar a análise de conteúdo das televisões estudadas no Rio Grande do Norte, foram coletados os dados apresentados abaixo na Tabela 2.

Tabela 2 – Tipos de veiculações identificadas na TV aberta do RN

	TVU	TV Ponta Negra	Inter TV Cabugi	TV Tropical	Band RN
Inédito	53,56%	100%	100%	99,09%	95,01%
Reprise	46,44%	-	-	0,91%	4,99%

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

A primeira constatação foi de que a maioria das emissoras pesquisadas produzem e exibem conteúdos inéditos em suas grades de programações, ao longo da semana. As duas maiores empresas do estado, que detêm os maiores números de telespectadores, segundo as pesquisas realizadas pelo Ibope semestralmente, foram as únicas em que se verificou o índice de 100% de programação inédita. A Inter TV Cabugi e a TV Ponta Negra produzem 10 e 20 programas, respectivamente, que são veiculados uma única vez na TV aberta do Rio Grande do Norte.

Outro dado relevante foi o índice de reprise constatado na TV Universitária. A emissora tem quase metade da produção semanal reexibida, cerca de 46,44%. Ao analisar a programação, é possível verificar que quase todos os programas são rerepresentados de forma programada. O que significa dizer que já é garantido que uma produção inédita será veiculada novamente em outro dia da semana.

De acordo com Ferret (2020), programadora de rádio TV da TVU, a reapresentação dos programas é uma atividade antiga da emissora. Aos domingos, o material veiculado na semana é colocado no YouTube e também divulgado nas redes sociais. Essa é uma das formas encontradas pela TVU para disseminar o conteúdo produzido pelo canal.

Mesmo com o advento da internet e do streaming e do YouTube continuamos a reprisar porque entendemos que nem todo mundo tem acesso a este material online. Como TV pública temos este papel de disseminar o conteúdo de diversas maneiras. Para nós, o mais importante não é a maneira como esse conteúdo é transmitido, mas o conteúdo em si. Como temos abertura na grade, ou melhor, uma certa liberdade dada pela TV Brasil. Enquanto parceiros, conseguimos soltar o nosso conteúdo em diversos horários. Podemos dizer que nossa grade é um misto entre grade horizontal e grade diagonal e vertical, visando a audiência em mais de um horário. (FERRET, 2020, informação verbal).

Portanto, a TVU, além ser a que tem o menor índice de produção regionalizada dentre as emissoras pesquisadas, segundo dados já apresentados do estudo, é a que mais reprisa programas. Essa prática contribui para o preenchimento da programação e também pode ser vista como importante para a difusão do conteúdo, na medida em que dá ao telespectador duas ou mais oportunidades de assistir ao que está sendo produzido pela emissora universitária.

Nas outras duas emissoras pesquisadas, a Band e a TV Tropical, a reprise de programas não é uma prática muito comum nem expressiva na programação. Em grande parte, isso é explicado pela diversidade de produções.

A partir disso, podemos concluir que a televisão potiguar se caracteriza, em sua maioria, por produções inéditas e que as reprises são prática pouco expressiva entre as emissoras. O que contribui para a variedade de programas veiculados em suas programações e, conseqüentemente, se torna mais atraente para os telespectadores.

4 CLASSIFICAÇÃO DAS PRODUÇÕES TELEVISIVAS

Na busca por diversificar a programação, a maioria das emissoras de televisão tem apostado em variadas formas de produção de conteúdo. Nem sempre com estrutura própria para alcançar tal objetivo ou por considerar altos os custos, alguns canais têm apostado em práticas como o arrendamento de horários na programação e parcerias com outras empresas.

Dados de um levantamento feito pelo coletivo Intervozes, em 2014, apontam as emissoras que mais fazem locação de horários no Brasil. Sem levar em consideração os intervalos comerciais, chegou a constatação de que a Band, Record, TV Gazeta, Rede TV!, Rede 21 e CNT comercializam de 19,04% a 91,66% do tempo total de sua programação (INTERVOZES, 2014). Entre os principais contratantes estão organizações religiosas e empresas que anunciam produtos, serviços e até conteúdos institucionais.

A prática de arrendamento de espaços na programação é algo que começou nas grandes redes nacionais e se espalhou pelas emissoras afiliadas (INTERVOZES, 2009). Esse tipo de locação costuma acontecer mais em determinados horários, já definidos pela emissora nacional, que estabelece regras a serem seguidas nos contratos de locação de horários locais.

O arrendamento é uma prática também das cabeças-de-rede, especialmente de horários religiosos na Bandeirantes, Rede TV!, CNT e Canal 21, que sublocam, respectivamente, 7h30, 7h05, 10h15 e 22h de suas grades semanais. Agora cada vez mais se espalha para suas afiliadas, a partir de empresários e grupos religiosos locais. (INTERVOZES, 2009).

O uso da televisão por grupos religiosos não é uma prática tão atual assim nem exclusivamente brasileira. Segundo Assmann (1986), a utilização dos meios de comunicação de massa começou nos anos de 1980 e segue até os dias atuais. É a partir daí que nasce o conceito de Igreja Eletrônica, que lança mão das tecnologias da imagem e de tecnologias do sentimento para captar novos seguidores.

O conceito de Igreja eletrônica, assim como é empregado nos EUA, designa um fenômeno bastante peculiar e característico da realidade norte-americana: o intenso e crescente uso dos meios eletrônicos, especialmente da TV, por lideranças religiosas, quase sempre fortemente personalizadas e relativamente autônomas em Conconvencionais relação às denominações cristãs (ASSMANN, 1986, p. 16).

A partir desse conceito, podemos compreender como a TV brasileira se transformou em palco de novos atores religiosos, especialmente os pastores neopentecostais (SCHMIDT, 2008). Os grupos religiosos apostam na força desse instrumento de comunicação que se mostra eficaz na conquista de um novo rebanho virtual. Com isso, o arrendamento de horários nas programações das emissoras de TV se tornou comum na difusão de pensamentos e ações das igrejas em nosso país.

Novos espaços religiosos estão se criando, extensão do templo, do púlpito da igreja de pedras. As comunidades virtuais se agregam, somando ou contraponto às comunidades presenciais. Estratégias e alternativas, para além dos rituais fechados, se criam e se moldam. Potenciais seguidores são procurados não mais pessoalmente, de porta em porta, que continua sendo uma característica forte dos evangélicos. A mensagem persuasiva entra na casa dos fiéis via aparelhos televisivos, pelas ondas eletromagnéticas analógicas ou digitais, podendo ser reforçadas pelo contato pessoal. (SCHMIDT, 2008, p. 56).

Ao arrendarem seus horários de programação, as emissoras têm realizado uma prática considerada ilegal ou irregular. Quando os serviços públicos são concedidos à iniciativa privada, no caso em análise para a operação de um canal de TV, o que se espera é que seja feita a prestação adequada para atender o interesse público. Portanto, não é permitida a transferência direta ou indireta, nem total ou parcial, do mesmo a terceiros ou o arrendamento de qualquer natureza. Sobre essa proibição da legislação brasileira, Comparato (2009) explica:

O direito de prestar serviço público em virtude de concessão administrativa não é um bem patrimonial suscetível de negociação pelo concessionário no mercado. Não se trata de um bem *in commercio*. O concessionário de serviço público não pode, de forma alguma, arrendar ou alienar a terceiro sua posição de delegatário do Poder Público. (COMPARATO, 2009, p. 3-4).

Araújo (2015) reforça esse entendimento de que a prática de arrendamento de espaços na programação das emissoras de TV é ilegal por descumprir a exigência constitucional de prévia licitação e isonomia. Essa ilegalidade se configura porque:

Permite o controle de outorgas por terceiros que não participaram de licitação e impede que os administrados tenham igual chance de contratar com o poder público. Afronta a norma da impessoalidade, por permitir que os particulares titulares de concessões e permissões escolham, segundo sua própria conveniência e arbítrio, quem terá o benefício de controlar outorgas de um serviço público tão relevante e rentável como a radiodifusão. (ARAÚJO, 2015, p. 260).

Araújo (2015) explica que a transferência direta de uma concessão de radiodifusão acontece quando uma outorga é passada legalmente de uma pessoa jurídica para outra. Já a transferência indireta ocorre quando o controle do concessionário ou permissionário de serviço público é transferido para outra pessoa ou grupo, mas a pessoa jurídica titular da outorga permanece a mesma, mudando apenas o controle para outros indivíduos ou instituições. O autor detalha como isso tem acontecido essa prática, nas emissoras de rádio e televisão do Brasil.

A comercialização de tempo de programação consiste na relação contratual em que concessionários e permissionários de radiodifusão assumem a obrigação de veicular os conteúdos determinados pelos terceiros com quem contratam em troca do pagamento de um certo valor. Da celebração desses contratos decorre que uma parcela do horário da programação das emissoras será destinada à transmissão de programas comercializados com terceiros e por eles determinados. (ARAÚJO, 2015, p. 250-251).

Vale ressaltar que as transferências diretas e indiretas de outorgas de radiodifusão são permitidas pelo art. 38 do Código Brasileiro de Telecomunicações, criado pela lei nº 4.117/1963. No entanto, é necessária a prévia autorização do órgão competente do Poder Executivo, no caso o Ministério das Comunicações. Mas o que tem sido observado é um desvio de finalidade na medida em que o arrendamento de espaço na programação, na maioria dos casos, tende a considerar apenas o aspecto

econômico, privilegiando a maior oferta e não a atender os princípios de produção estabelecidos pelo artigo 221 da Constituição Federal.

Para verificar como o arrendamento de horários na programação acontece no Rio Grande do Norte, observou-se nas emissoras pesquisadas as formas de produção de conteúdo veiculado. Foram identificados cinco tipos de produções quanto a origem ou natureza do trabalho: própria, terceirizada, independente, parceria e local no nacional.

Entende-se como própria a produção realizada com recursos humanos e materiais da emissora de televisão, que é totalmente responsável por produzir, gravar e editar os programas para então exibir. Terceirizada se refere ao tipo de programa que é produzido por outra empresa contratada pela emissora, mas ainda sob a responsabilidade do canal, que define conteúdo e revisa o material final que irá ao ar.

Já as produções independentes são caracterizadas por serem realizadas por terceiros, sem interferência da emissora no conteúdo, que apenas arrenda o horário e exibe o programa. Quanto as parcerias, são programas produzidos por outras empresas ou instituições, com o apoio do canal. Tarefas da produção do conteúdo podem ser divididas, assim como despesas e lucros. Cada um sai ganhando uma parte.

Outro tipo de produção foi denominado de local no nacional, pois se trata de um conteúdo produzido no Rio Grande do Norte e veiculado para todo o estado, mas dentro de um programa nacional, que destina espaço considerável diariamente e semanalmente para o momento regional. O material não é produzido pela emissora, que não tem nenhum tipo de gerência sobre ele, mas que exibe no horário programado, sem receber nada por isso, seguindo apenas a orientação da rede.

Nas emissoras pesquisadas pelo presente estudo, foram verificados os percentuais conforme a Tabela 3 (a seguir), considerando as programações locais de cada uma. O primeiro ponto a ser observado é que as emissoras que apresentaram os maiores índices de produção própria foram as que também anteriormente verificou-se os menores percentuais de programação local. A Inter TV Cabugi, a TVU e TV Ponta Negra aparecem com mais de 80% de conteúdo produzido com recursos próprios e responsabilidade direta pelo que está sendo realizado e, conseqüentemente, veiculado para os telespectadores.

Tabela 3 – Tipos de produções identificadas na TV aberta do RN

	TVU	TV Ponta Negra	Inter TV Cabugi	TV Tropical	Band RN
Própria	91,77%	83,57%	93,02%	60%	40,75%
Terceirizada	-	-	6,98%	-	-
Independente	-	11,61%	-	8,18%	55,51%
Parceria	8,23%	4,82%	-	6,36%	3,74
Local no nacional	-	-	-	25,46%	-

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

Já as emissoras que obtiveram os menores percentuais de produção própria foram as mesmas que registram os maiores índices de regionalização, entre os canais pesquisados. Essa relação entre o número maior de programação local e um percentual menor de conteúdo próprio, comprova a existência de práticas como o arrendamento de horários e a realização de parcerias com outras empresas e instituições para o preenchimento e a diversificação da grade de programação.

Na Band RN, mais da metade do conteúdo (55,51%) é oriundo de produções independentes. São programas variados, exibidos diariamente ou semanalmente pela emissora potiguar. De acordo com Alexandre (2020), gerente comercial da emissora, existe um contrato com regras definidas pelo setor jurídico da Band nacional para esse tipo de procedimento.

A rede disponibiliza dentro de sua grade horários locais para locação. Uma das principais regras para aquisição de horário é cumprimento de entrega do programa conforme estabelecido em contrato. Como, por exemplo, o compromisso de exibição nas datas estabelecidas. Em caso de não exibição por mais de 2 programas o contrato poderá ser cancelado pela emissora (ALEXANDRE, 2020, informação verbal).

O gerente da emissora ressalta ainda que tal prática contribui para a variedade de programas na grade de programação, com diversos gêneros e estilos, destinados a públicos diferentes, que se aproximam dos telespectadores do canal. Essa justificativa tem sido a principal apresentada pelas empresas que arrendam horários na TV. No entanto, a geração de renda para a televisão também é observada como um fator importante nesse tipo de transação.

Segundo Cruz (2020, informação verbal), gerente de programação da TV Ponta Negra (SBT), “a emissora tem total liberdade sobre conteúdo e formato”. Ou seja, a cabeça de rede não interfere no conteúdo produzido pela afiliada. Com isso, os espaços podem ser arrendados sem restrições, por isso podemos observar um percentual de 11,61% de produções independentes sendo exibidas pelo canal.

Essa mesma liberdade acontece em relação às parcerias. Cruz (2020, informação verbal) também explica que “as parcerias buscam ampliar o portfólio da programação, monetizando todos os espaços disponibilizados pela cabeça de rede”, confirmando o caráter comercial desse tipo de prática realizada pelas emissoras de TV.

Essas parcerias, de acordo com Cruz (2020) consistem na entrega de um produto pronto, já gravado e editado, para a emissora apenas veicular. Isso pode acontecer em diferentes modelos de negócios. Pode ser com a locação do horário, cessão de espaço para instituições públicas, divisão comercial dos lucros, entre outras formas de compartilhamento e venda de espaços. No geral, a equipe é mista, composta entre os colaboradores da empresa parceira e os da emissora. Mas é a TV quem comercializa os espaços comerciais.

Na Inter TV Cabugi, observou-se uma prática diferente das demais emissoras. Enquanto a maioria arrenda espaços na programação, verificou-se que a afiliada da TV Globo terceiriza a produção de dois programas, contratando uma produtora de vídeo para a execução deles. No entanto, o índice de programas terceirizados (6,98%) é muito baixo se comparado com o de produção própria (93,02%).

Apesar de os programas Rota e Resenhas do RN serem apresentados como conteúdo de responsabilidade da empresa, não são produzidos diretamente por ela com equipamentos e pessoal próprios. São realizados fora das dependências e do controle direto da TV. Sobre esse processo de terceirização, Freire (2020), gerente de programação da Inter TV Cabugi, explica que a produtora de vídeo contratada fica responsável pela produção, pelas gravações, pela edição e pela entrega dos programas prontos para serem exibidos pelo canal.

Freire (2020) destaca ainda que os roteiros e pautas são aprovados pela gerência de programação. Quanto aos apresentadores, apesar de não serem contratados diretamente pela emissora, seguem as diretrizes do grupo Inter TV.

Os apresentadores têm contrato com a produtora, mas seguem orientações da emissora e também, cabe a TV substituí-los a qualquer momento. A TV já produziu e tinha estrutura para produzir os dois programas com a mesma qualidade de hoje, mas por questões operacionais, preferiu terceirizar toda a parte operacional. A produtora segue todas as orientações e determinações impostas pela emissora. Os programas vão ao ar após aprovação da Inter TV. (FREIRE, 2020, informação verbal).

Essa prática de terceirização da produção acontece desde a estreia dos programas, em 2015, e se justifica pela redução de custos e pela qualidade técnica apresentada. No entanto, mesmo com a revisão de conteúdo, alegado pelo gerente de programação da emissora, é a produtora quem seleciona entrevistados, locações, dá direcionamentos iniciais para os apresentadores sobre as pautas e conduz as gravações. Algo um tanto arriscado, do ponto de vista do interesse público em relação ao interesse privado, pelo alcance que tanto o Rota Inter TV quanto o Resenhas do RN têm no estado do Rio Grande do Norte.

Por fim, observamos na TV Tropical, e apenas nela entre as emissoras pesquisadas, a existência de considerável conteúdo potiguar sendo exibido em programa veiculado para todo o Brasil, em horário destinado à Igreja Universal, instituição cujo proprietário também é dono da TV Record, a qual a emissora potiguar está afiliada. É como se fosse um programa local dentro do nacional, tendo em vista que são duas horas diárias de produção. De acordo com os dados coletados pela pesquisa, foi verificado que, da programação exibida localmente, cerca de 25,46% são oriundos desse tipo de programa.

O conteúdo veiculado pela emissora é produzido pela TV Universal, produtora de vídeo própria da igreja. Andrade (2019), diretor comercial da TV Tropical, explica que não se trata de arrendamento de horário porque o canal potiguar não tem contrato direto com os produtores nem recebe dinheiro pela exibição do programa. Também não se trate de parceria, pois não tem vantagens diretas por exibir o

conteúdo. A televisão apenas recebe o material e veicula dentro da grade local, como estabelecido pela cabeça de rede, a Record TV.

Diante dessa prática, vale destacar que a exibição da produção local da Igreja Universal é o que contribui diretamente e de forma considerável para o aumento da programação regionalizada da TV Tropical. Um fato constatado pela pesquisa ao verificar que a emissora é a que mais tem conteúdo sendo veiculado localmente, entre os canais estudados. O que faz desse tipo de produção o segundo mais praticado pela TV afiliada da Record no Rio Grande do Norte. Ao mesmo tempo que ajuda na difusão das ideias de um grupo religioso, diminui ou barra os pensamentos de outras igrejas ou denominações religiosas.

Portanto, na televisão potiguar, quando levamos em consideração a origem das produções e as propostas de classificações, observamos uma diversidade nas formas de se produzir conteúdos e de interesses por trás da veiculação deles. O arrendamento de horários nas programações tem apresentado índices consideráveis e a consequência disso é a enxurrada de programas independentes ou realizados através de parcerias entre as emissoras de TV e outras empresas ou instituições. O que compromete, na maioria dos casos, a qualidade das produções e o cumprimento das finalidades da radiodifusão no Brasil, expressas pela Constituição Federal.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao dar início a esta pesquisa, o principal desafio e objetivo era investigar, identificar e analisar o perfil da televisão aberta no Rio Grande do Norte, verificando tanto as emissoras públicas quanto as privadas. Ao longo do processo, descobertas importantes foram feitas, informações relevantes foram coletadas para futuros estudos na área e análises foram feitas para compreendermos melhor a televisão como ela é e como se apresenta ao povo potiguar.

Em relação à produção regional, verificou-se um espaço maior nas emissoras afiliadas a grupos nacionais que não impõem regras rígidas ou regulam os procedimentos de venda de espaços na programação. Nesses casos, o arrendamento de horários se torna uma prática comum e contribui para o surgimento demasiado de

programas independentes, na maioria com fins comerciais ou de propagação de conteúdo religioso ou ideológico.

Observa-se ainda a abertura de algumas emissoras para parcerias com outras empresas ou instituições para a produção de conteúdo. Uma prática que consiste na divisão de tarefas e lucros, o que favorece o barateamento dos custos, mas também a diversificação dos programas. Isso tem sido verificado tanto nas emissoras comerciais quanto nas públicas, que vivem na maioria das vezes com estruturas reduzidas.

O lado negativo tanto do arrendamento de horários na programação quanto da realização de parcerias é a perda de controle do conteúdo produzido. Na maioria dos casos, o que se observa é que a empresa ou instituição produz o programa e a emissora apenas veicula. Sem nenhum tipo de interferência ou fiscalização, alegando se tratar de uma produção independente, de responsabilidade de seus idealizadores.

Por fim, a seleção da temática de pesquisa aqui apresentada é fruto da inquietação de compreender melhor a televisão aberta no Rio Grande do Norte e do entusiasmo pessoal em entender quais são os elementos presentes nela. Acreditamos que a pesquisa com recorte na realidade ao nosso redor é importante para o conhecimento científico da área, mas também para as emissoras de TV terem a disposição um aporte de reflexão sobre suas práticas. Portanto, identificar um perfil atualizado da televisão potiguar foi um passo para o desenvolvimento do saber científico e para o surgimento de novas pesquisas na área.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, Eduardo. **[Arrendamento de horários na Band RN]**. WhatsApp: [Contato Eduardo Alexandre]. 29 jan. 2020. 19:41. 1 mensagem de WhatsApp.

ANDRADE, Raniére. **[Veiculação do programa da Igreja Universal]**. WhatsApp: [Contato Raniére Andrade]. 20 nov. 2019. 10:25. 1 mensagem de WhatsApp.

ARAÚJO, Bráulio Santos Rabelo de. **A transferência de outorgas de radiodifusão e a comercialização de tempo de programação**. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rda/article/view/50741/49540>. Acesso em: 19 jun. 2022.

ASSMANN, Hugo. **A Igreja Eletrônica e seu impacto na América Latina**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.

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

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **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: 19 jun. 2022.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad**. Buenos Aires: Sudamericana, 1995.

COMPARATO, Fábio Konder. **Parecer sobre ato, formal ou informal, de cessão ou arrendamento a terceiros de serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, efetuado por um concessionário**. Brasília, 2009. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed673_omissao_do_congresso_desprezo_dos_concessionarios. Acesso em: 19 jun. 2022.

CRUZ, Rafael. **[Arrendamento de horários na TV Ponta Negra]**. WhatsApp: [Contato André Freire]. 29 jan. 2020. 15:38. 1 mensagem de WhatsApp.

FERRET, Isabelle. **[Reprises na TVU]**. WhatsApp: [Contato Isabelle Ferret]. 28 jan. 2020. 10:41. 1 mensagem de WhatsApp.

FREIRE, André. **[Terceirização de programas na Inter TV]**. WhatsApp: [Contato André Freire]. 29 jan. 2020. 21:34. 1 mensagem de WhatsApp.

HALL, Stuart. **Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP.& A, 2000.

INTERVOZES. **Produção regional na TV aberta do Brasil**. Disponível em: <http://intervozes.org.br/wp-content/uploads/2009/03/producaoregionaltvabertaok1.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2022.

INTERVOZES. **Intervozes, FNDC e MPF criticam arrendamento das grades de programação de TV em audiência pública realizada na Câmara**. Disponível em: <http://intervozes.org.br/intervozes-fndc-e-mpf-criticam-arrendamento-das-grades-de--tv-em-audiencia-publica-na-camara>. Acesso em: 19 jun. 2022.

OLIVEIRA, Roberto Reis de. **Mídia e desenvolvimento regional: uma proposta de estudo da TV TEM**. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina (org.). **Mídia e região na era digital**. São Paulo: Arte & Ciência, 2006. p. 105-121.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas. **A televisão aberta no Rio Grande do Norte: uma análise do perfil editorial da produção local**. 2020. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/28727>. Acesso em: 14 out. 2022.

SCHMIDT, Gerson. **TV Brasileira**: novo púlpito da Igreja Eletrônica o verbo se faz imagem televisiva. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade dos Meios de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/2050/1/000401824-Texto%2BCompleto-0.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2022.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultura. / Raymond Williams; tradução: Marcio Sarelle; Mario F. I. Virgílio. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUC Minas, 2016.

WOLF, Michael. **Televisão é a nova televisão**. Tradução: Ana Paula Corrandi, Guilherme Miranda, Luiza Leal da Cunha. São Paulo: Globo, 2015.

SOBRE OS AUTORES

Francisco das Chagas Sales Júnior

Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestre também pelo PPgEM da UFRN. Bacharel graduado e laureado em Comunicação Social - Jornalismo pela UFRN. Pesquisador no Grupo de Pesquisa Gemini (Grupo de Estudos de Mídia - Análises e Pesquisas em Cultura, Processos e Produtos Midiáticos), da UFRN, e no Grupo de Pesquisa GENEM (Grupo de Estudos sobre Nova Ecologia dos Meios), da Universidade Estadual Paulista (Unesp).

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4548596905981191>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3501-7211>

E-mail: jornalismo_junior@yahoo.com.br

19

Valquíria Aparecida Passos Kneipp

Mestrado (2002) e Doutorado (2008) em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). Graduação em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp), com pós-doutorado em Comunicação pela Unesp Bauru (2020). Professora Associada 3 na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6752069973644466>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5522-6961>

E-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br

COMO CITAR ESTE ARTIGO

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. A regionalização da TV no Rio Grande do Norte: uma análise da programação televisiva potiguar. **Passagens**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, v. 14, p. 1-19, 2023. DOI: 10.36517/psg.v14i0.81060.

RECEBIDO EM: 26/06/2022

ACEITO EM: 13/01/2023

PUBLICADO EM: 10/04/2023



Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional