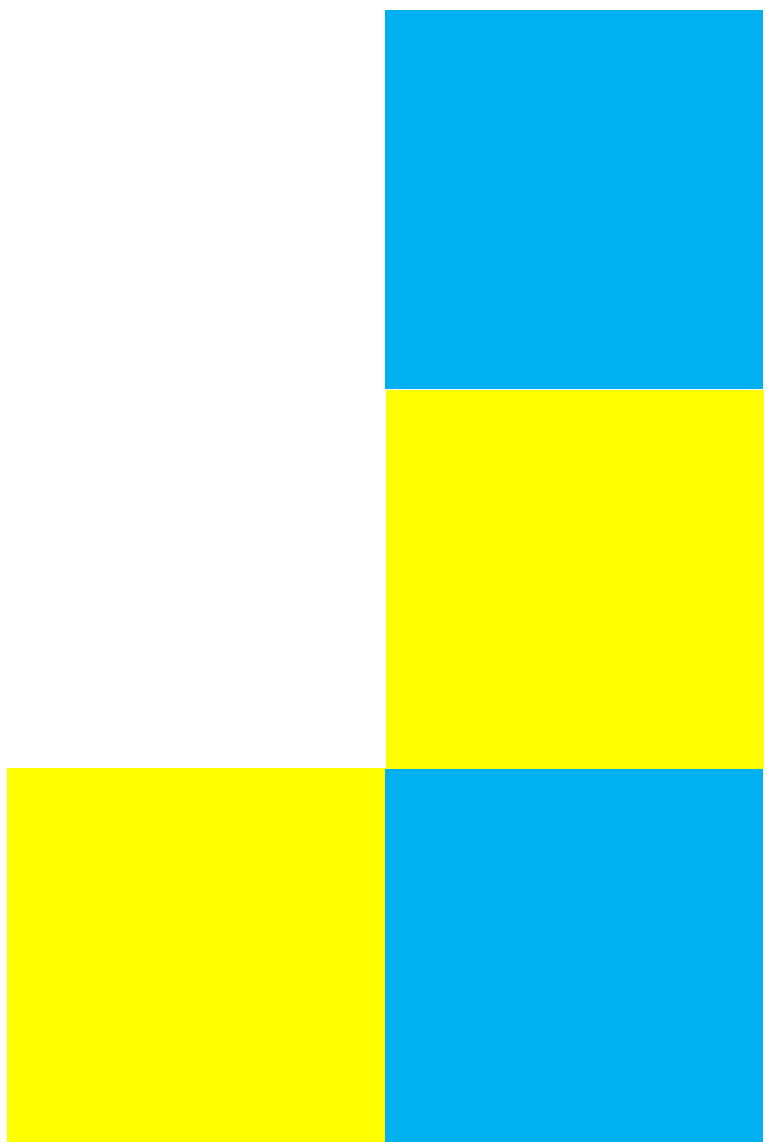


Entre poder, controle e presença: a interiorização da Rede Globo no Nordeste

José Jullian Gomes de Souza

Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará



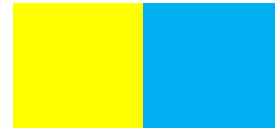
Resumo: O artigo visa compreender como ocorreu a interiorização da televisão, a partir da Rede Globo na região do Nordeste brasileiro, mediante o processo de afiliação de emissoras de televisão e ligação com os grupos midiáticos locais e regionais, visualizado enquanto estratégia de expansão, manutenção de poder, controle e sobrevivência da emissora. Nosso objetivo é mapear os territórios interioranos selecionados e compreender a escolha destes locais para sediarem uma emissora de televisão. O quadro metodológico perpassa pela pesquisa qualitativa e exploratória, estudo de caso, mapeamento das emissoras a partir do Atlas de Cobertura da Rede Globo, pesquisa bibliográfica e documental. Foi possível apontar que as relações políticas e econômicas permanecem presentes, como resultado de um processo histórico do projeto de expansão e interiorização da televisão brasileira. Logo, a chegada da Rede Globo no interior perpassa pelas relações de proximidade com os grupos midiáticos regionais e locais, bem como as suas relações políticas e comerciais na busca por explorar novos territórios que apresentam condições de desenvolvimento regional.

Palavras-chave: Televisão; Interiorização; Nordeste.

Between power, control and presence: the interiorization of Rede Globo in the Northeast

Abstract: The article aims to understand how the interiorization of television occurred, from Rede Globo in the Brazilian Northeast region, through the process of affiliation of television stations and connection with local and regional media groups, viewed as a strategy for expansion, maintenance of power, control and survival of the broadcaster. Our objective is to map the selected interior territories and understand the choice of these places to host a television station. The methodological framework runs through qualitative and exploratory research, case study, mapping of stations from Rede Globo's Coverage Atlas, bibliographical and documental research. It was possible to point out that political and economic relations remain present, as a result of a historical process of the project of expansion and interiorization of Brazilian television. Therefore, the arrival of Rede Globo in the interior permeates the proximity relations with the regional and local media groups, as well as its political and commercial relations in the search to explore new territories that present conditions of regional development.

Keywords: Television; Interiorization; North East.



Introdução

Este estudo situa-se num percurso de construção e reflexão acerca do processo de interiorização da televisão direcionado para a região do Nordeste brasileiro. Neste território, as emissoras de televisão não apenas adentraram tardiamente, como relataram alguns pesquisadores. Mas, a sua presença para além dos territórios das capitais ainda é um assunto pouco discutido no cenário acadêmico. É justamente a partir desta visualização que esta pesquisa pretende, de forma introdutória e exploratória, corroborar para o preenchimento desta lacuna científica.

Iniciamos esta jornada para a presença das emissoras cabeça de rede nestes territórios interioranos nordestinos, a partir do projeto histórico de regionalização da televisão. Assim, recortamos nossa investigação para a Rede Globo, pois entendemos que ela se configura como um segundo grande oligopólio midiático brasileiro, após a Rede Tupi, permanecendo presente no quadro midiático brasileiro na atualidade. Além disso, a Rede Globo nos apresenta questões chaves importantes e fundamentais sobre a construção de um imaginário televisivo como veremos ao longo deste estudo.

O foco na interiorização da televisão, com o caso da Rede Globo, também perpassa pela sua estruturação histórica, relação com o governo no período militar, unificação com grupo midiático estrangeiro Time-Life e a proximidade com políticos e empresários brasileiros que são fundadores e proprietários de grupos midiáticos locais e regionais. Logo, que possuem emissoras de televisão e que estão afiliadas com a emissora da família Marinho.

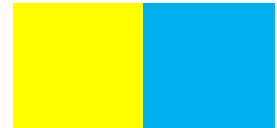
Deste modo, nosso objetivo é mapear os territórios interioranos selecionados e compreender a escolha destes locais para sediarem uma emissora de televisão. Ademais, buscamos identificar quem são os proprietários dessas emissoras e suas relações políticas e/ou empresariais. Entendemos que a contribuição deste estudo é versar luz para estes territórios interioranos e a presença de emissoras de televisão, que adquiriram a atenção da Rede Globo para serem uma das 118 emissoras afiliadas ao longo do país.

Quadro metodológico

O quadro metodológico adotado para esta pesquisa perpassa pela abordagem qualitativa buscando “[...] explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos (suscitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens” (GERHARTD; SILVEIRA, 2009, p. 32). Como objetivo de pesquisa partimos pelo caminho exploratório, tendo em vista que a “[...] pesquisa se encontra na fase preliminar, tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 48).

O estudo também se configura como um estudo de caso, com recorte para a Rede Globo e suas emissoras de TV afiliadas na região Nordeste. De acordo com Yin (2005, 19), a utilização do estudo de caso é “[...] uma estratégia preferida quando se colocam questões do tipo ‘como’ e ‘por que’, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos na vida real”. Logo, utilizamos como instrumento de coleta e mapeamento dos dados o Atlas de Cobertura da Rede Globo (2023) para identificar as emissoras no interior nordestino.

Por fim, buscamos em estudos realizados sobre a Rede Globo e emissoras afiliadas no Nordeste reflexões que ajudassem a sustentar este estudo, a partir de pesquisas publicadas em formatos de artigos de anais e periódicos, capítulos de livros, dissertações e teses. A recuperação desses itens ocorreu no uso da plataforma digital Google Acadêmicos, anais de eventos como a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), Associação Brasileira de Pesquisadores em História da Mídia (Alcar) e a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD). Para este procedimento, utilizamos a combinação dos termos “televisão” + “nordeste” + “grupos midiáticos locais e regionais”. E também verificamos as referências utilizadas por estes estudos.



Rede Globo: do surgimento à consolidação de um modelo televisivo

A década de 1960 é significativa para compreender a história da televisão no cenário brasileiro. Dentre uma série de acontecimentos, destacamos três fatos essenciais: (a) a chegada do videoteipe e a mudança de uma estrutura televisiva do ao vivo para a gravada; (b) o início do período da ditadura brasileira e a formação de uma estrutura política, econômica e tecnológica (que beneficiou a televisão e seus proprietários) e; (c) a chegada da Rede Globo ao mercado de televisão no país, que acarretou em transformações significativas para a história da televisão brasileira. Estes apontamos dialogam com a identificação do processo de expansão e interiorização da televisão, especialmente na classificação proposta por Caparelli (1982) com a existência de duas fases, sendo a primeira representada pela Rede Tupi e a segunda representada pela Rede Globo e uma nova concepção de funcionamento de emissora de TV, como nos esclarece Bolaño (1986).

Dentre esses três pontos apresentados, nosso recorte está na chegada da Rede Globo e na construção de um novo mercado, modelo e estrutura de funcionamento de uma emissora de televisão no Brasil. Para uma melhor compreensão dos demais pontos, podem ser consultados os estudos elaborados por Jambeiro (2001), Mattos (2010) e Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010). A chegada da Rede Globo ocorreu em 25 de abril de 1965, na cidade do Rio de Janeiro, onde, ainda hoje, se apresenta como a maior estrutura de produção televisiva (não somente do Brasil, mas do mundo). Entretanto, o surgimento e desenvolvimento desta emissora é cercada por relações de proximidade política e econômica que propiciaram a apresentação de um diferencial, frente as demais emissoras existentes na época (TV Tupi, TV Paulista, TV Record, TV Continental).

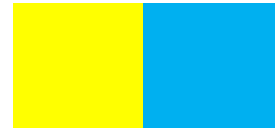
O desenvolvimento da indústria de TV foi parte integrante das mudanças que o País enfrentou nos anos 60. Em outras palavras, a TV no Brasil cresceu em paralelo com a concentração do capital, da internacionalização do mercado interno e a convergência gráfica da produção industrial na região Centro-Sul do País. Além disso, a política econômica do regime militar, voltada para a criação de um mercado nacional para produtos industrializados,

fortaleceu e foi fortalecida pela expansão nacional da indústria televisiva, facilitada pela construção de uma rede nacional de telecomunicações (JAMBEIRO, 2001, p. 87).

É neste quadro de transformações históricas do país que surge a Rede Globo, sob a ajuda do regime militar, com o serviço de infraestrutura das telecomunicações, e do grupo norte-americano Time-Life. A sua entrada no mercado de televisão ocorreu a partir de um grande diferencial, embora a legislação não permitisse que empresas estrangeiras fossem proprietárias de meios de comunicação no país foi formado um **contrato de assistência técnica** (como forma de mascarar os reais proprietários e interesses) que possibilitou: (1) um apoio na implantação de uma moderna administração, (2) novos métodos e habilidade de programação, (3) controle financeiro, orçamentário, (4) desenvolvimento de equipamentos e engenharia; (5) treinamento da equipe e (6) funcionamento de uma nova estação de televisão (JAMBEIRO, 2001).

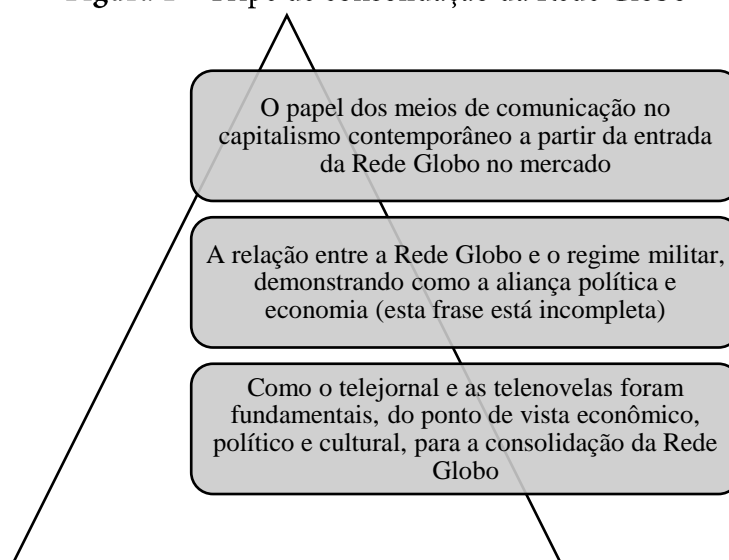
Deste modo, ao combinar o **apelo de massa**, o **caráter artístico** e a **sofisticação técnica** a Rede Globo foi conquistando o público ao longo do tempo com as suas produções. Ao mesmo tempo que construiu um modelo de visualidade televisiva, condicionando os telespectadores a entenderem tal modelo como o ideal. Isso elevou o nível de competitividade com as demais emissoras – visto que muitas não possuíam a mesma estrutura e foram ficando para trás. Além disso, Caparelli (1982) e Herz (1987) ressaltam que a organização administrativa, tecnológica, financeira e as formas de controle social e política desempenharam um importante papel para a legitimação da televisão.

A história da televisão neste imenso Estado federativo que é o Brasil participa da história da integração nacional. A televisão assumirá um papel de vanguarda enquanto agente unificador das tecnologias de comunicação, progressivamente colocará na pauta das estratégias comerciais e estatais a problemática da formação de redes de comunicação e da integração nacional (MATTELART, 1987, p. 32).



Após esse período inicial de surgimento, estruturação pelo grupo estrangeiro e aproximação com o regime militar, como forma de se beneficiar da infraestrutura, a década de 1970 foi o momento de aceleração da concentração, mercado oligopolizado e predomínio contínuo com a emissora funcionando em rede. Acerca desse período histórico da televisão e, sobretudo da Rede Globo, Bolaño (1986) explica que este funcionou para a criação do (a) Padrão Globo de Qualidade, (b) moldar e qualificar a audiência, (c) consolidação brutal de concentração e, (d) processo de implantação em rede nacional. Assim, a consolidação da Rede Globo não esteve somente na sua relação política, econômica e no uso da tecnologia. Bolaño e Melo (2015) destacam que essa consolidação está diretamente atrelada com o seguinte tripé (Figura 1):

Figura 1 – Tripé de consolidação da Rede Globo



Fonte: elaborado pelo autor com base em Bolaño e Melo (2015).

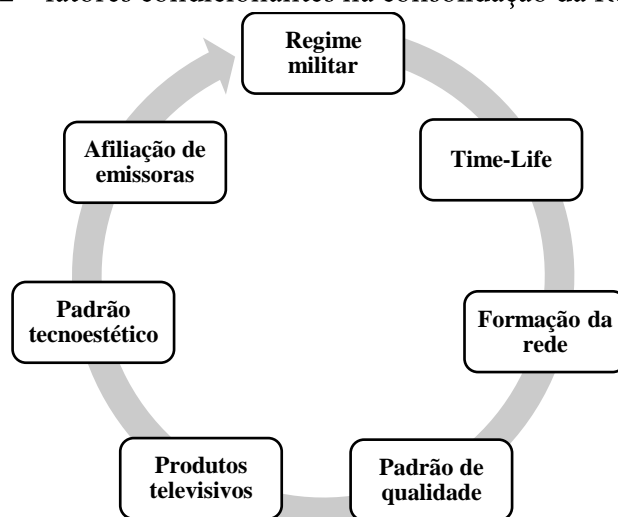
Numa aproximação com esse tripé, os autores ainda destacam que a construção de uma programação baseada na combinação **telejornalismo + programa de variedades + teledramaturgia** foi essencial para conquistar os telespectadores, bem como conduzi-los na visualização e identificação de um padrão tecnoestético e o famoso Padrão de Qualidade Globo. Conforme Brittos e Rosa (2010), o padrão tecnoestético se refere a um conjunto de características que define um agente comunicacional e seus produtos. Ele é

baseado nas relações estabelecidas com os públicos, Estado, concorrentes e outros setores do mercado.

Ao se referir sobre esse padrão tecnoestético, Bolaño (2008) explica que ele é determinado a partir do modo como é desenvolvida a produção (formato ou conteúdo). Pois, o objetivo é que esse padrão influencie na identificação do público consumidor com a emissora, como mencionado anteriormente. Assim, é que podemos pensar na imbricação e unificação de todos esses fatores mencionados que colaboraram para que a Rede Globo se tornasse a líder de audiência e de mercado, ultrapassando a pioneira TV Tupi.

Neste sentido, ao compreendermos o contexto histórico dos anos 1960-1970, o tripé de consolidação da Rede Globo e a busca por uma programação que buscou a construção de um imaginário televisivo ao longo das cinco regiões brasileiras, podemos apontar que esses foram os principais fatores que condicionaram a consolidação da Rede Globo como um grande oligopólio midiático e televisivo sintetizado na Figura 2:

Figura 2 – fatores condicionantes na consolidação da Rede Globo

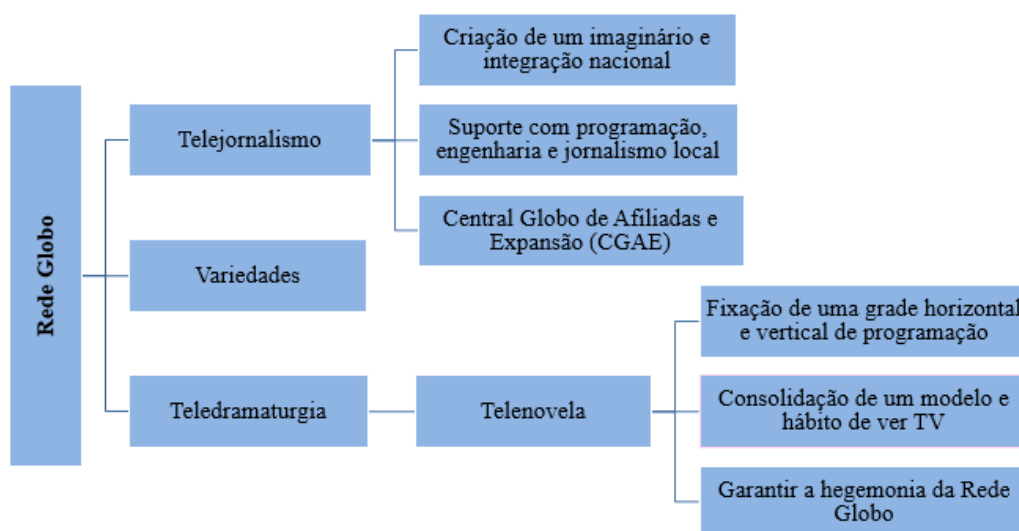


Fonte: elaborado pelo autor (2023).

É também nos anos 1970 que ganha força o processo de expansão da Rede Globo com a afiliação de emissoras, no contexto da regionalização – iniciado ainda nos anos 1960. Neste processo, enfatizamos dois produtos televisivos específicos: o **telejornalismo local** e a **telenovela**, que juntos construíram a ideia de um imaginário da televisão

nacional, bem como a fixação de uma grade de programação horizontal e vertical que garantiu a hegemonia da Rede Globo (BORELLI, 2005). Desse modo, estruturamos nosso pensamento na Figura 3, para explicitar esses aspectos que estão relacionados com a regionalização e que ajudam na compreensão do processo de expansão e interiorização da televisão no Nordeste.

Figura 3 – Aspectos para pensar a regionalização e expansão da Rede Globo



Fonte: elaborado pelo autor baseado em Bazi (2001), Borelli (2005), Bolaño e Melo (2015).

Mediante ao exposto com este breve percurso histórico da Rede Globo, o que nos interessa é compreender o seu processo de expansão e interiorização. Por isso, partiremos inicialmente da identificação de como essa emissora cabeça de rede adentrou o Nordeste pelos territórios das capitais. Em seguida, registraremos como ela se inseriu no interior dessa região brasileira.

A Rede Globo no Nordeste brasileiro: a chegada nas capitais

A chegada da Rede Globo no Nordeste ocorreu a partir da afiliação de emissoras, com o processo de regionalização da televisão. Conforme Sales Júnior (2018), os estados da Bahia/Salvador (TV Aratu, 1969), Pernambuco/Recife (TV Jornal do Commercio, 1970) e Maranhão/São Luís (TV Difusora, 1971) foram os primeiros e pioneiros a

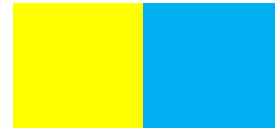
transmitirem o conteúdo da Rede Globo nesta região brasileira. Posteriormente a instalação de uma emissora filiada, ou seja, pertencente ao conglomerado do Grupo Globo, foi implantada uma emissora própria: a TV Globo Nordeste, em 1972, localizada em Recife (PE). Ou seja, sai de cena a emissora afiliada no Recife para dar lugar a uma emissora própria da família Marinho.

A presença da Rede Globo no Nordeste ocorreu a partir dos territórios das capitais, aonde a infraestrutura era mais consolidada. Este modelo de expansão da TV brasileira seguiu os mesmos moldes da Rede Tupi, como apontaram Souza e Lima (2022) num estudo histórico sobre este processo. A conquista, inicialmente, destes espaços é também uma forma de consolidar uma parceria com os grupos midiáticos locais e regionais para, posteriormente, expandir a presença da TV para os outros territórios desses estados, a exemplo do interior nordestino.

No Quadro 1, apresentamos a primeira fase de surgimento da Rede Globo nas capitais nordestinas. Com os dados coletados foi possível apontar algumas mudanças em relação as emissoras afiliadas em alguns estados nordestinos, como um reflexo das relações políticas e econômicas:

Quadro 1 – Primeira fase de surgimento da Rede Globo nas capitais nordestinas

Emissora	Cidade	Ano de afiliação	Rede/Grupo	Fundação	Relação
TV Aratu	Salvador	1969	Grupo Aratu	Luís Viana Neto	Empresário/Político
TV Jornal	Recife	1969	Sistema Jornal do Comercio de Comunicação	F. Pessoa de Queiroz	Empresário/Político
TV Difusora	São Luís	1972	Sistema Difusora de Comunicação	<u>Magno</u> <u>Bacelar</u>	Político
TV Sergipe	Aracaju	1973	Grupo Sergipe de Comunicação	Nairson Menezes	Empresário



TV Verdes Mares	Fortaleza	1974	Sistema Verdes Mares	Edson Queiroz	Empresário
TV Gazeta	Maceió	1975	Organização Arnon de Mello	Arnon de Mello	Político
TV Clube	Teresina	1976	Rede Clube	Valter Alencar	Empresário
TV Cabo Branco	João Pessoa	1986	Rede Paraíba	Milton Bezerra Cabral	Político
Inter TV Cabugi	Natal	1986	Rede Inter TV	Aluizio Alves	Político

Fonte: elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022).

Nessa primeira fase/formação, vale destacar os casos das emissoras localizadas na Bahia, Pernambuco e Maranhão sinalizado por Sales Júnior (2018), ao abordar a presença da Rede Globo nas capitais nordestinas. No primeiro caso, a emissora pioneira que estava afiliada à Rede Globo na Bahia era a TV Aratu, fundada pelo político e empresário Luís Viana Neto. Hoje, a TV Aratu é afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). No caso de Pernambuco, a presença inicial da Rede Globo ocorreu com a afiliação à TV Jornal, do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, também afiliada ao SBT atualmente. Contudo, quando o próprio Grupo Globo inaugurou uma emissora própria, a TV Globo Nordeste, a relação com a emissora da família F. de Queiroz chegou ao fim.

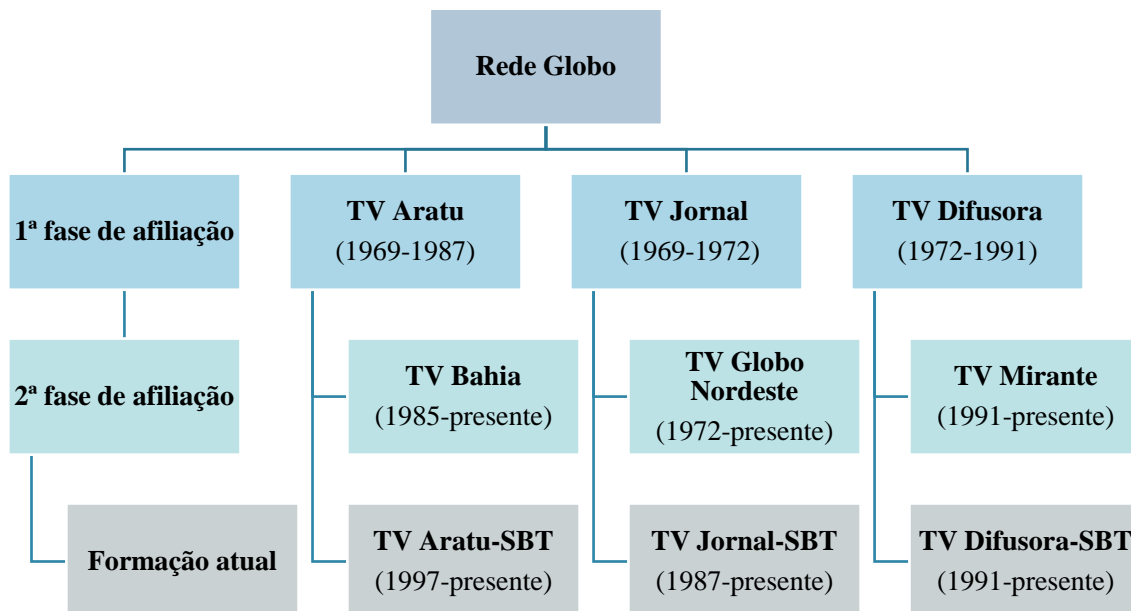
Por fim, a emissora pioneira no Maranhão afiliada à Rede Globo foi a TV Difusora, cuja propriedade é do político Magno Bacelar que assim como as demais emissoras também se afiliou ao SBT. Nos casos da Bahia e Maranhão, a troca de emissora afiliada foi reflexo do momento político. A TV Bahia foi fundada pelo Ministro das Comunicações Antônio Carlos Magalhães, no período entre 1985 a 1990. No caso da TV Mirante, no Maranhão, a fundação da emissora ocorreu com o presidente da república José Sarney (1985-1990).

Nos casos da Bahia e Maranhão, a influência política para que tal mudança acontecesse ficam bem evidentes, quando consideramos o momento da história brasileira em que

ocorreram e **quem são os proprietários das emissoras que assumiram o papel de afiliadas da Globo** (SALES JÚNIOR, 2018, p. 9, grifo nosso).

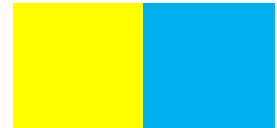
Neste sentido, na Figura 4, apresentamos esses (re)arranjos nas relações entre a Rede Globo e as emissoras locais e regionais, com ênfase para os três casos: Bahia, Pernambuco e Maranhão. Essa esquematização ajuda a compreender como as mudanças nos cenários político e econômico interferiram no funcionamento das emissoras de televisão (como a chegada das TVs Bahia e Mirante e a ascensão aos cargos políticos com grande prestígio e poder).

Figura 4 – (Re)arranjos na afiliação de emissoras cabeças de rede no Nordeste



Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Deste modo, a formação atual das emissoras afiliadas à Rede Globo é apresentada no Quadro 2. Mediante os dados apresentados, foi possível observar que a expansão de emissoras ligadas para as capitais nordestinas perpassa pelas relações históricas da mídia brasileira com políticos e empresários, que são os proprietários das emissoras locais e regionais. Esse processo ocorreu ao longo das décadas de 1970 e 1980, período em que o processo de regionalização da televisão brasileira foi acelerado pela Rede Globo.

**Quadro 2** – Emissoras atuais afiliadas à Rede Globo nas capitais nordestinas

Emissora	Cidade	Ano	Rede/Grupo	Fundação	Relação
TV Globo Nordeste	Recife	1972	Grupo Globo	Roberto Marinho	Empresário
TV Sergipe	Aracaju	1973	Grupo Sergipe de Comunicação	Nairson Menezes	Empresário
TV Verdes Mares	Fortaleza	1974	Sistema Verdes Mares	Edson Queiroz	Empresário
TV Gazeta	Maceió	1975	Organização Arnon de Mello	Arnon de Mello	Político
TV Clube	Teresina	1976	Rede Clube	Valter Alencar	Empresário
TV Bahia	Salvador	1987	Rede Bahia	Antônio Carlos Magalhães	Político
TV Cabo Branco	João Pessoa	1986	Rede Paraíba	Milton Bezerra Cabral	Político
Inter TV Cabugi	Natal	1986	Rede Inter TV	Aluizio Alves	Político
TV Mirante	São Luís	1991	Rede Mirante	José Sarney	Político

Fonte: elaborado pelo autor com base em Sales Júnior e Kneipp (2022).

Estes exemplos da mídia local e regional nordestina corroboram para a percepção de como são construídos os laços de poder, controle e sobrevivência dos meios de comunicação. Assim, como as relações entre os grupos locais e regionais e as emissoras cabeça de rede (Globo, Record, SBT, Band e Rede TV!). Além disso, nos direciona para apontar a questão da concentração midiática – historicamente presente desde a formação das primeiras emissoras e redes de televisão no país (a exemplo da Rede Tupi e do oligopólio de Assis Chateaubriand).

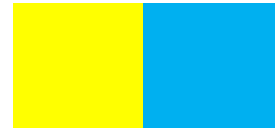
Bandeira, Mendes e Pasto (2023, p. 10), destacam que “São cada vez mais evidentes os efeitos perversos da concentração” que vão desde as interferências dos meios de comunicação tradicionais e seus interesses políticos e econômicos ao silenciamento de temas e vozes que impactam certos grupos sociais.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

Ao abarcar essa realidade para o Nordeste, percebemos que a afiliação de emissoras, como no caso da Rede Globo, segue o mesmo caminho: **a lógica das relações políticas e comerciais**, visando a captação de recursos de publicidade e do espalhamento de um modelo de televisão, historicamente, disseminado, bem como de um controle da grade de programação com a presença massiva de conteúdo elaborados no eixo Rio-São Paulo em detrimento de produções locais e regionais. Pois,

O controle sobre os meios de comunicação de massa se torna bem mais evidente, quando verificamos que os nossos veículos de massa se constituem, essencialmente, em empresas vinculadas à iniciativa privada, **cuja propriedade está concentrada nas mãos de uns poucos grupos (familiares)**, e do Estado, que apesar de tudo, também possui alguns veículos de mídia impressa e eletrônica (LIMA, 2000, p. 3, grifo nosso).

Bolaño e Melo (2015, p. 1) discutem este cenário de concentração a partir de uma análise dos 50 anos da Rede Globo. Conforme os autores, “[...] a Globo permanece com uma hegemonia pouco ameaçada tanto do ponto de vista econômico quanto dos aspectos político e cultural, o que pode ser explicado pela sua relação histórica com o poder político bem como por uma atuação patrocinadora e conivente do Estado brasileiro”. No que se refere ao seu processo de expansão para o Nordeste brasileiro, o projeto de afiliação de emissoras foi fundamental, como destacou Bazi (2001), ao explicitar sobre a criação da Central Globo de Afiliadas e Expansão (CGAE), responsável pela viabilização e suporte às emissoras locais como: programação, engenharia e jornalismo. Assim, “Utilizando-se



do sistema de afiliadas e filiadas, a Rede montou uma sólida estrutura de emissoras regionais em todo o país” (BAZI, 2001, p. 24).

De acordo com Lima (2011), as oligarquias políticas e familiares e a hegemonia de um único grupo privado são características do sistema brasileiro de comunicação. No primeiro caso, o autor compreende que “[...] nossa mídia é controlada por uns poucos grupos de famílias. Mas não só por grupos familiares. Eles são também os mesmos grupos políticos oligárquicos da política regional e local” (LIMA, 2011, p. 30). Já no segundo caso, ele destaca o papel das Organizações Globo que “[...] concentram as verbas publicitárias, de maneira desproporcional à audiência relativa de seus veículos” (LIMA, 2011, p. 30).

Mas, como essa realidade ocorreu no interior dos estados nordestinos? Como a Rede Globo adentrou este território, como forma de ampliação do seu alcance, busca pela audiência e manutenção do seu poderio televisivo? É o que buscamos discutir na próxima seção ao nos debruçarmos sobre a chegada da Rede Globo no interior do Nordeste.

A televisão no interior do Nordeste: o caso da Rede Globo

Os estudos que se debruçaram sobre a chegada da televisão no Nordeste tendem a apontar para a sua introdução a partir dos territórios das capitais, destacando os casos de Pernambuco, Salvador e Fortaleza – os primeiros estados a instalarem uma emissora de televisão nos 1960 (como já mencionado anteriormente). Contudo, entendemos que há um silenciamento/esquecimento resultando em poucos vestígios e estudos acadêmicos sobre a chegada e o desenvolvimento destas emissoras nos territórios interioranos do Nordeste. O que se apresenta como um “gancho” que nos despertou para a realização desta pesquisa.

É a partir desta premissa que buscamos corroborar com os estudos em história da televisão regional, apresentando um recorte de estudo: a presença da Rede Globo no interior do Nordeste, a partir do processo de afiliação de emissoras locais e regionais. Essa relação perpassa tanto pela (a) existência dos grupos midiáticos locais e regionais, que já possuem emissoras afiliadas nas capitais e expandem a presença da emissora cabeça de

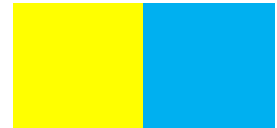
rede para o interior, (b) bem como de outros grupos midiáticos que se afiliam à Rede Globo e passam a transmitir o conteúdo no interior de suas respectivas localidades.

No Quadro 3, apresentamos informações sobre a localização das emissoras afiliadas no interior nordestino, a sua ligação com o grupo midiático local e regional, a cidade, o estado e o ano de afiliação. A existência destas emissoras é reflexo do projeto de expansão e interiorização dos grupos midiáticos locais e regionais, que já estão presentes nas capitais desses estados como: Bahia (Rede Bahia), Maranhão (Rede Mirante), Piauí (Rede Clube) e Ceará (Sistema Verdes Mares). Isso nos direciona para identificar a concentração de emissoras nestes espaços, uma vez que esses grupos entendem a importância social, cultural, histórica, política, econômica e o potencial desenvolvimento destas localidades para a implantação de uma emissora de TV.

Quadro 3 – Emissoras no interior do Nordeste afiliadas à Rede Globo

Rede/Grupo	Emissora	Cidade	Estado	Ano de afiliação
Rede Bahia	TV São Francisco	Juazeiro	BA	1990
Rede Bahia	TV Oeste	Barreiras	BA	1991
Rede Bahia	TV Santa Cruz	Itabuna	BA	1988
Sistema Verdes Mares	TV Verdes Mares Cariri	Juazeiro do Norte	CE	2009
Rede Mirante	TV Mirante Cocais	Caxias/Codó	MA	1988
Rede Mirante	TV Mirante Balsas	Balsas	MA	1989
Rede Paraíba de Comunicação	TV Paraíba	Campina Grande	PB	1987
Grupo Nordeste de Comunicação	TV Asa Branca	Caruaru	PE	1991
Sistema Grande Rio de Comunicação	TV Grande Rio	Petrolina	PE	1991
Rede Clube	TV Alvorada	Floriano	PI	1997
Sistema Tribuna de Comunicação	Inter TV Costa Branca	Mossoró	RN	2015

Fonte: elaborado pelo autor (2023).



Já no interior dos estados do Pernambuco e Rio Grande do Norte, outros grupos de comunicação corroboram para a presença da Rede Globo. No Pernambuco, encontramos dois grupos: o Grupo Nordeste de Comunicação (Caruaru) e o Sistema Grande Rio de Comunicação (Petrolina). No Rio Grande do Norte, a Rede Globo adentrou o interior a partir da afiliação da Inter TV Costa Branca, do Sistema Tribuna de Comunicação, em Mossoró. Ainda acerca desses dados iniciais, buscamos apontar os fundadores e a relação desses grupos midiáticos (Quadro 4):

Quadro 4 – Fundadores e proprietários das emissoras de televisão

Emissora	Fundador do grupo	Proprietário	Relação
TV São Francisco	Antônio Carlos Magalhães Júnior	Antônio Carlos Magalhães Júnior	Empresário
TV Oeste	Antônio Carlos Magalhães Júnior	Antônio Carlos Magalhães Júnior	Empresário
TV Santa Cruz	Antônio Carlos Magalhães Júnior	Antônio Carlos Magalhães Júnior	Empresário
TV Verdes Mares Cariri	Edson Queiroz	Edson Queiroz Neto	Empresário
TV Mirante Cocais	<u>José Sarney</u>	<u>Fernando Sarney</u>	Empresário
TV Mirante Balsas	<u>José Sarney</u>	<u>Fernando Sarney</u>	Empresário
TV Paraíba	<u>José Carlos da Silva Júnior</u>	Ricardo Carlos, Eduardo Carlos e Eliane Freire	Político/Empresário
TV Asa Branca	<u>Inocência de Oliveira</u>	<u>Inocência de Oliveira</u>	Político
TV Grande Rio	<u>Oswaldo Coelho</u>	Patrícia Coelho	Político
TV Alvorada	Valter Alencar	Segisnando Alencar	Político
Inter TV Costa Branca	<u>Agnelo Alves</u>	Fernando Aboudib Camargo e <u>Henrique Eduardo Alves</u>	Político

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

A ligação com políticos e empresários permanece desde a fundação do grupo e emissora até os atuais proprietários. Em alguns casos, identificamos que a fundação e a

propriedade estão relacionadas a uma mesma figura, a exemplo da Rede Bahia (Antônio Carlos Magalhães Júnior). Entretanto, estas emissoras no interior apresentam outros proprietários como é o caso do Sistema Verdes Mares (Edson Queiroz Neto), da Rede Mirante (Fernando Sarney), da Rede Paraíba de Comunicação (Ricardo Carlos, Eduardo Carlos e Eliane Freire), do Sistema Clube de Comunicação (Segisnando Alencar), do Sistema Grande Rio de Comunicação (Patrícia Coelho) e do Sistema Tribuna de Comunicação (Fernando Aboudib Camargo e Henrique Eduardo Alves).

A relação entre os fundadores e os proprietários, quando verificamos que não é a mesma pessoa, perpassa por uma relação de proximidade e até mesmo de laços familiares (como em grande parte dos grupos analisados). Nos casos das TVs no interior do Maranhão a propriedade é de Fernando Sarney, empresário e filho de José Sarney, o fundador do grupo. No caso da TV Verdes Mares Cariri, em Juazeiro do Norte, a continuação da expansão televisiva ocorreu com o neto do fundador do grupo, Edson Queiroz Neto – que carrega em próprio nome a figura do avô. Com a TV Paraíba, verificamos o mesmo caso. Com o falecimento do fundador, os filhos passaram a ser os atuais proprietários.

Em Petrolina, o controle da emissora afiliada à Rede Globo está nas mãos de Patrícia Coelho, filha do fundador do Sistema Grande Rio de Comunicação. Já no Rio Grande do Norte, a presença da Rede Globo no interior do estado, Mossoró, tem como proprietários Fernando Aboudib Camargo e Henrique Eduardo Alves, ambos políticos e empresários. A fundação desta emissora está associada com a figura de Agnelo Alves, mas que não mantém relação familiar com os atuais proprietários.

Esse cenário local e regional é um reflexo do nacional, como apontam Aires e Santos (2017, p. 26), ao se referirem sobre a relação de proximidade e familiaridade das emissoras de TV:

[...] muitas são familiares e podemos citar, além dos Marinhos: no SBT, a esposa e todas as filhas de Silvio Santos trabalham na empresa; na Record, esposa, irmã, filhas, irmãos, sobrinho, esposo do sobrinho, filho do sobrinho e assim por diante. É importante também marcar que é usual, no mesmo núcleo familiar, pessoas

com cargos importantes nos meios de comunicação e políticos e/ou as pessoas à frente dos meios de comunicação terem, elas próprias, atividades políticas.

A situação apresentada pelas autoras perpassa diretamente pela realidade local e regional das emissoras de televisão, a exemplo da região Nordeste (seja capital e/ou interior). O que demonstra que a problemática está enraizada na própria história de surgimento e desenvolvimento da mídia televisiva, desde a entrada da TV Tupi, funcionando como uma relação de troca e favores políticos e econômicos. E quando chegamos na era da Rede Globo, tal situação tende a se proliferar e dá continuidade.

Neste sentido, entra em questão a escolha da Rede Globo por essas emissoras de televisão instaladas em tais municípios no interior nordestino. Esta escolha não nos parece um mero acaso. Está ligada com uma seleção estratégica destes territórios. Pois, estes onze (11) municípios apresentam em comum processos de desenvolvimento regional em seus respectivos estados. Eles perpassam o investimento nos setores de agronegócio, turismo, educação, serviços entre outros possíveis investimentos que proporcionem uma espécie de “renovação” para este espaço do interior (Quadro 5). Logo, despertando para o interesse econômico na exploração destas localidades a partir da interiorização dos negócios e publicidade locais, a exemplo de uma emissora de televisão.

Quadro 5 – Fatores de desenvolvimento local e regional no interior do Nordeste

Cidade	Estado	Fatores de desenvolvimento regional
Juazeiro	BA	Agricultura e o agronegócio baseado na fruticultura
Barreiras	BA	Investimentos comerciais e agroindustriais
Itabuna	BA	Funcionando como um polo comercial e de prestação de saúde, educação e turismo
Juazeiro do Norte	CE	Turismo religioso, expansão imobiliária, indústrias e serviços
Caxias/Codó	MA	Indústria e agropecuária
Balsas	MA	Desenvolvimento de uma pecuária extensiva
Campina Grande	PB	Extração mineral, comércio, agricultura, pecuária, indústrias de transformação
Caruaru	PE	Indústrias com destaque para o setor de confecção
Petrolina	PE	Turismo, produção de frutas e vinhos
Floriano	PI	Área comercial e polo de saúde

Mossoró	RN	A fruticultura irrigada, a indústria salineira e a indústria extrativa
---------	----	--

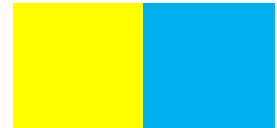
Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Este quadro de fatores do desenvolvimento local e regional nos municípios do interior do Nordeste nos ajuda a refletir sobre os investimentos e os movimentos de transformação. Apontando para o processo de implantação de veículos de comunicação, a exemplo da televisão. Aliado a este quadro, temos a presença e dominação destes territórios por políticos e empresários. A presença desses grupos midiáticos em tais territórios aponta para uma aproximação com o viés ideológico e histórico do uso dos meios de comunicação, como um caminho de investimento econômico e uso dos mesmos para finalidades políticas.

Ademais, esses grupos também se alinham com as ideologias da Rede Globo, a partir de: (a) uma proximidade nas relações, convênios e interesses partilhados e a implicação no processo de (b) estar presente em todo o território nacional com um padrão tecnoestético televisivo, disseminado pelo seu padrão de qualidade presente nas suas produções televisivas. Não à toa, que em muitas destas emissoras afiliadas no interior a programação produzida localmente se resume ao modelo de telejornalismo, a exemplo da emissora afiliada TV Verdes Mares Cariri, em Juazeiro do Norte-CE. A emissora produz localmente apenas o telejornal CE1 e o restante da programação é retransmitida pela Rede Globo do eixo Rio-São Paulo.

A partir deste apontamento, corroboramos com Pieranti (2018), quando o autor destaca que a presença de emissoras nos espaços locais não é sinônimo de uma grande parcela de conteúdo local, mas ao contrário. “Em outras palavras, a interiorização de sinais locais de TV é um passo, porém tem efeitos limitados no que se refere à ampliação do direito à informação e ao estímulo do mercado local” (PIERANTI, 2018, p. 16). Já acerca do projeto de expansão da televisão, que dialoga com a presença das emissoras no interior nordestino, Pieranti (2018, p. 2, grifo nosso) observa que:

[...] a expansão seguiu uma **lógica eminentemente econômica**, contemplando, de forma mais acelerada, municípios onde havia uma probabilidade de obtenção de receitas mais rapidamente.



São os municípios economicamente ‘interessantes’, sob a ótica do mercado.

Mediante a fala do autor, é ainda mais esclarecedor como o viés econômico está relacionado com a expansão da televisão para a região do interior brasileiro, e especificamente do interior nordestino. Ademais, a presença de grupos midiáticos regionais, com emissoras tanto na capital quanto no interior, nos faz 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).

Considerações finais

A realização deste mapeamento introdutório e exploratório sobre a presença da Rede Globo no interior do Nordeste, mediante o processo de afiliação com emissoras pertencentes aos grupos midiáticos locais e regionais, foi possível apontar que as relações políticas e econômicas permanecem presentes, como resultado de um processo histórico do projeto de expansão e interiorização da televisão brasileira. Assim, como os grupos midiáticos nacionais (Globo, SBT, Record, Band e RedeTV!), os vínculos das emissoras locais e regionais perpassam por políticos e empresários que fundaram e/ou são proprietários dessas emissoras (dentro outros veículos midiáticos, como rádios, jornais impressos e online entre outros investimentos).

Com a apresentação específica do caso da Rede Globo, entendemos que a sua expansão, tanto para as capitais como para os interiores do Brasil, a exemplo da região Nordeste, dialoga com o seu projeto desenvolvido nos anos 1960 e foi fortalecido a partir da década de 1970 em diante, tendo como mote a consolidação como um grande grupo midiático e um oligopólio, depois do império construído por Chateaubriand, com a Rede Tupi. Para isso, utilizou-se do tripé jornalismo, variedades e teledramaturgia criando um imaginário televisivo e expandindo uma forma de produzir e assistir televisão para o

território brasileiro. E essa estratégia foi realizada a partir do processo de afiliação de emissoras.

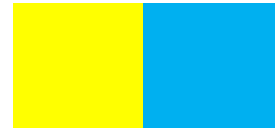
Neste sentido, a chegada da Rede Globo no interior perpassa pelas relações de proximidade com os grupos midiáticos locais e regionais, suas relações políticas e comerciais na busca por explorar novos territórios que apresentam condições de desenvolvimento regional e investimentos publicitários. O que, por sua vez, impacta diretamente no processo de interiorização com a arrecadação da publicidade local. Com o chamariz de uma emissora com “Padrão de Qualidade Globo”, as emissoras afiliadas recebem todo o aporte da emissora cabeça de rede.

Contudo, é preciso ter atenção para os conteúdos que estão sendo produzidos nessas emissoras afiliadas, buscando identificar se, de fato, se tem uma produção que dialoga com o território de proximidade, pertencimento e criação de identidades locais e regionais. Ou se essas emissoras são utilizadas apenas como uma extensão para a que a Rede Globo possa interiorizar o seu sinal e expandir a sua programação – uma questão a ser analisada em estudos futuros, a partir de uma análise da programação e do conteúdo produzido.

Concluimos, assim, que este estudo representa um caminho inicial com o mapeamento dessas emissoras apresentando as suas relações políticas e empresariais – como fatores que condicionam toda a estrutura da televisão e as relações com os grupos nacionais. Além disso, a pesquisa corrobora para preencher uma lacuna acerca dos estudos em história da televisão no interior nordestino. Um caminho amplo e que carece do olhar de outros pesquisadores para a ampliação do debate destes territórios silenciados e esquecidos pelo viés acadêmico.

Referências

AIRES, Janaine.; SANTOS, Suzy dos. **Sempre foi pela família: mídias e políticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2017.



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

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

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Comunicação e a crítica da economia política: perspectivas teóricas e epistemológicas**. São Cristóvão: UFS, 2008

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 [...] UFRJ: Rio de Janeiro, 2015.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Mercado brasileiro de televisão: uma abordagem dinâmica**. 1986. Mestrado (Dissertação), Instituto de Economia, Pós-Graduação em Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1986.

BORELLI, Silvia Helena Simões (2005). Telenovelas: padrão de produção e matrizes populares. In: BOLAÑO e BRITTOS (Org.). **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus.

BRITTOS, Valério Cruz; ROSA, Ana Maria Oliveira. Padrão tecno-estético: hegemonia e alternativas. In: XI Congresso de Comunicação da Região Sul (Intercom Sul 2010), 2010, Novo Hamburgo. **Anais do XI Congresso de Comunicação da Região Sul**. Novo Hamburgo: Feevale, 2010.

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

GERHARTD, Tatiane Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. (orgs.) Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

HERZ, Daniel. **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA, 2001.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. **Neo-coronelismo na mídia nordestina**. 2000. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2000.

LIMA, Venício Artur de. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**.

São Paulo: Paulus, 2011.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. 5. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.

MATTELART, Michèle e Armand. **O Carnaval das Imagens**. São Paulo, Brasiliense, 1987.

PIERANTI, Octavio Penna. A distribuição geográfica das estações locais de TV no Brasil. **Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-19, dezembro, 2018.

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

PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani C. de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

REDE GLOBO. **Cobertura**. Rio de Janeiro, 2023. Disponível em: <https://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Brasil.aspx>. Acesso em: 31 mar. 2023.

RIBEIRO, Ana Paulo Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. Trajetória da regionalização da televisão no Nordeste: A (re)configuração das redes nacionais na região. **Temática**, João Pessoa, v. 18, n. 8, p. 128-144, agosto, 2022.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas. A televisão no nordeste brasileiro: um estudo de caso da trajetória da Rede Globo nas capitais nordestinas. In: ENCONTRO NORDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 7., 2018, Recife. Anais [...] Recife: Universidade Católica de Pernambuco, 2018.

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.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman.2005.