

ECOLOGIA DA TELEVISÃO CONTEMPORÂNEA: O DESENVOLVIMENTO DO ECOSSISTEMA TELEVISIVO NO RIO GRANDE DO NORTE¹

ECOLOGY OF CONTEMPORARY TELEVISION: THE DEVELOPMENT OF THE TELEVISION ECOSYSTEM IN RIO GRANDE DO NORTE

Francisco das Chagas Sales Júnior

Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa)

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

DOI: 10.9771/contemporanea.v22i1.63542

RESUMO:

Este estudo buscou investigar e analisar as etapas de desenvolvimento do ecossistema televisivo do Rio Grande do Norte para compreender melhor o processo de regionalização da TV no Brasil. Para isso, foi realizado um estudo de caso da trajetória das emissoras de TV no estado e uma revisão bibliográfica sobre o conceito de ecologia das mídias e a reconfiguração das práticas sociais nas produções televisivas na contemporaneidade. A investigação contou com as contribuições de pesquisadores como Carlón (2014), Scolari (2015, 2014, 2010), Jenkins (2008), Strate, Braga e Levinson (2019), Postman (1994, 1979), Canavilhas (2011a, 2011b), entre outros. A pesquisa se justifica pela necessidade de identificar e entender os elementos que compõem o ambiente midiático brasileiro e contribuir com o desenvolvimento do conhecimento científico sobre a temática, que ainda carece de mais discussões e reflexões.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Regionalização; Ecologia das mídias; Rio Grande do Norte

ABSTRACT:

This study sought to investigate and analyze the stages of development of the television ecosystem in Rio Grande do Norte to better understand the process of TV regionalization in Brazil. To this end, a case study of the trajectory of TV stations in the state was carried out, as well as a bibliographic review on the concept of media ecology and the reconfiguration of social practices in contemporary television productions. The investigation was supported

by contributions from researchers such as Carlón (2014), Scolari (2015, 2014, 2010), Jenkins (2008), Strate, Braga and Levinson (2019), Postman (1994, 1979), Canavilhas (2011a, 2011b), among others. The research is justified by the need to identify and understand the elements that make up the Brazilian media environment and contribute to the development of scientific knowledge on this topic, which still requires further discussion and reflection.

KEYWORDS: Television; Regionalization; Media Ecologies; Rio Grande do Norte

INTRODUÇÃO

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

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

O surgimento de um ambiente caracterizado pela convergência das mídias, com a hibridização entre a TV e a internet, deu origem a uma terceira fase da televisão. Por ser um processo ainda em construção, esse período está sendo denominado de diversas formas: Pós-rede (Lotz, 2007), Pós-broadcasting (Buonanno, 2016), Era da abundância (Ellis, 2000), Fase que vem depois da TV (Spigel, 2004), Webcasting (Villanueva, 2011), Pós-TV (Carlón, 2014); Hipertelevisão (Scolari, 2014); entre outros. Todas essas expressões fazem referência a uma televisão construída com uma abordagem multiplataforma, podendo ser acessada por diferentes dispositivos e não apenas pelo tradicional televisor.

No Brasil, de acordo com Mattos (2010), é possível verificar sete fases de desenvolvimento desse veículo de comunicação no país. Uma trajetória que teve início em 1950, com a inauguração da TV Tupi de São Paulo, por iniciativa pioneira do jornalista e empresário Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Mello. Com o desenvolvimento tecnológico e produção de televisores em território nacional, a televisão brasileira foi sendo expandida para outros estados e regiões.

No Rio Grande do Norte, a televisão chega apenas em 1972, com finalidades educativas, por meio do Projeto Satélite Avançado de Comunicações Interdisciplinares (Saci), voltado para a transmissão de aulas. Anos depois, o canal passaria a ser a TV Universitária da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. As primeiras emissoras comerciais entraram no ar apenas em 1987, por meio de concessões dadas a grupos políticos locais diferentes, compostos por ex-governadores e ex-senadores do estado. Nesse período, também se observou o início de operação do primeiro canal de TV por assinatura potiguar em 1995, a Sidy's TV, e o primeiro canal legislativo em 2023, a TV Câmara Natal (Sales Júnior, 2023).

Ao analisar esse desenvolvimento ecológico da televisão no mundo, surgiu o questionamento: quais foram as etapas de desenvolvimento do ambiente televisivo no Rio Grande do Norte? A partir dessa pergunta-chave, surgiram outras inquietações: como está configurada a televisão potiguar na contemporaneidade? É possível identificar uma ecologia da TV no estado? A busca de respostas para essas questões partiu da hipótese de que o ecossistema televisivo potiguar se desenvolveu à medida que novas emissoras foram sendo implantadas no estado e as práticas sociais foram sendo reconfiguradas com a implementação de novas tecnologias.

Para investigar e analisar essas questões, foi realizado um estudo de caso (Yin, 2015), que teve como objeto de investigação a trajetória da televisão no Rio Grande do Norte. A investigação partiu de uma revisão bibliográfica (Stumpf, 2006) sobre o conceito de ecologia das mídias e as reconfigurações no ecossistema televisivo, contribuindo para a expansão de estudos anteriores realizados e publicados pelo autor deste trabalho sobre essas temáticas, como artigos, livros, dissertação de mestrado e tese de doutorado.

Nesse sentido, buscou-se analisar os seguintes contextos: histórico, econômico, político, cultural e social do estado e do desenvolvimento das emissoras de televisão potiguar e os elementos presentes nesse ambiente midiático, ao longo das últimas décadas.

A investigação se justifica pela necessidade de compreender melhor o processo de regionalização da televisão no Brasil e contribuir para o desenvolvimento de pesquisas que foquem nessa temática.

ECOSSISTEMA TELEVISIVO CONTEMPORÂNEO

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

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

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

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

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

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

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

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

Castells (2015, p. 70) concebe que estamos vivendo em uma sociedade conectada, que se constitui “em torno das redes ativadas pelas tecnologias de comunicação social e de informação processadas digitalmente e baseadas na microeletrônica”. O autor explica ainda que as estruturas sociais, construídas por essas redes, são caracterizadas como “arranjos organizacionais de seres humanos em relações de produção, consumo, reprodução, experiência e poder, expressos em comunicação significativa codificada pela cultura” (Castells, 2015, p. 70-71). Partindo desses pensamentos do autor, é possível

verificar uma nova ecologia midiática, configurada a partir das redes digitais, em que as pessoas se encontram cada vez mais conectadas, tanto do ponto de vista tecnológico quanto sociocultural.

Por isso, Castells (2015) identifica também a construção de uma nova esfera pública dessa sociedade interligada por redes. Nesse processo de contínuas transformações, a cultura é fragmentada e integrada a ações comunicacionais, construídas por meio de protocolos de comunicação. O pesquisador explica que esses protocolos são “as práticas e suas plataformas organizacionais de apoio que fazem com que o compartilhamento de sentido seja possível entre os campos culturais da sociedade global em rede (consumismo, individualismo em rede, cosmopolitismo e multiculturalismo)” (Castells, 2015, p. 179). A partir desse conceito, percebemos que tais procedimentos são baseados na cultura do compartilhamento e, segundo o autor, construídos nas mentes das pessoas por meio da interação entre múltiplos pontos de conexão no sistema em suas múltiplas tarefas comunicativas.

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

RECONFIGURAÇÃO DA TELEVISÃO E DOS CONTEÚDOS

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

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

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

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

Miller (2009, p. 18) acrescenta que, nessa nova organização, a TV perdeu lugar, tanto na disposição física quanto na ordem da vida cotidiana, e que “todos devemos dar boas-vindas ao mundo pós-televisão, onde os duplos monopólios foram rompidos - o objeto físico não domina mais, nem o seu modelo de produção unidirecional”. Bressan Junior (2019) também analisa essas mudanças no espaço físico ocupado pela televisão ao constatar que a TV:

[...] nasce com a adaptação de algumas formas já utilizadas no rádio e no cinema. Primeiro, modifica a estrutura interna de nossos lares. Os sofás são colocados à sua volta e mais tarde a levamos para outros cômodos. Não assistimos mais à programação somente na sala e em família (Bressan Junior, 2019, p. 38-39).

Na realidade atual, verificamos que as telas da TV se multiplicaram para fora das casas. Estão presentes em lojas, dentro dos ônibus, nos supermercados, nas estações de metrô

e nos aeroportos, além de praças e outros espaços públicos. O que confirma que os locais onde as telas podem ser visualizadas se expandiram. Diante dessa nova forma de experiência, Orozco (2014, p. 111) acredita que “haverá diversos tipos de TV, não apenas os conhecidos atualmente, mas haverá mais audiências que estarão mais tempo ao redor das telas”. O autor aposta que teremos, simultaneamente, muito mais opções de televisão e de audiências.

Diante disso, Miller (2009) acredita que pensar a internet e a televisão como opositoras não parece ser um caminho sensato, uma vez que a tecnologia digital se apresenta como mais uma forma de enviar e receber a TV. O que a torna mais, e não menos, popular. França (2009, p. 28) corrobora com esse pensamento ao explicar que “a experiência histórica vem mostrando que novos meios não vêm substituir formas anteriores, mas provocar modificações e adaptações, reconfigurando continuamente o ambiente midiático de uma sociedade”. Williams (2016) complementa essa ideia ao afirmar que os meios que vão surgindo se amparam no legado deixado por seus antecessores e, com isso, vão construindo aparatos com mais recursos. Esse pensamento parte da visão de que a tecnologia da televisão é uma evolução de outras formas de comunicação anteriores a ela.

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

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

Buscando compreender esse ecossistema midiático, fazendo um paralelo com a natureza, Canavilhas (2011b) destaca a existência de duas ordens de fatores.

Os factores abióticos estão relacionados com a forma como o ambiente afecta a comunidade e, simultaneamente, como este é afectado por ela. Já nos factores bióticos inclui-se tudo o que diz respeito às relações entre populações, ou seja, à dependência existente entre elementos de uma mesma população, e entre esta e as outras populações (Canavilhas, 2011b, p. 2).

A partir dessa comparação, considerando a formação de um ecossistema midiático, Canavilhas (2011b, p. 3) aponta a existência de três fatores que fazem parte da estrutura desse ambiente dos meios de comunicação: “mediáticos (estudo dos meios e das suas relações), contextuais (estudo do espaço e da forma como se processam os consumos mediáticos) e tecnoambientais (estudo dos interfaces e da acção dos consumidores no ecossistema)”. No caso do presente estudo, foram analisados os dois primeiros indicadores, tendo em vista que se buscou compreender a televisão no Rio Grande do Norte e a relação entre as emissoras e o público telespectador, além de entender os contextos em que se desenrolam essas relações.

POR UM CONCEITO DE ECOLOGIA DAS MÍDIAS

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

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

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

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

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

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

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

Portanto, a partir das reflexões sobre os ecossistemas midiáticos, podemos entender que cada tecnologia traz também consigo respostas a uma demanda social e, por meio

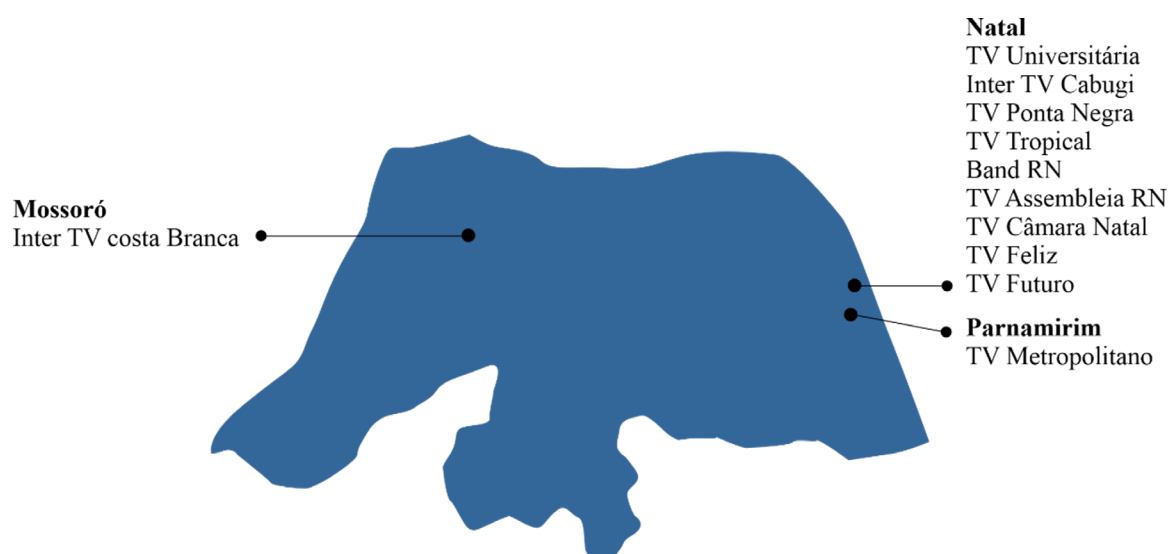
dos usos e apropriações, causam diferentes tipos e níveis de impacto na sociedade e na cultura. No caso do ambiente televisivo do Rio Grande do Norte, objeto deste estudo, os contextos (histórico, socioeconômico e políticos), as práticas sociais e os atores envolvidos no processo de expansão do sinal e de diversificação das emissoras de TV se constituem como elementos importantes para que possamos compreender a configuração de uma ecologia da TV potiguar.

DESENVOLVIMENTO DO ECOSISTEMA TELEVISIVO POTIGUAR

Ao longo de sua trajetória, a televisão do Rio Grande do Norte, que teve início com produções educativas por meio de um canal público, vivenciou o surgimento de novos elementos como os canais comerciais, legislativos e da TV por assinatura. O que representou momentos de ruptura, mudança e reconfiguração do ecossistema televisivo do estado. A partir disso, é possível verificar que a relação entre esses elementos contribuiu para configurar o que hoje podemos considerar como sendo uma ecologia da mídia televisiva potiguar (Sales Júnior, 2023).

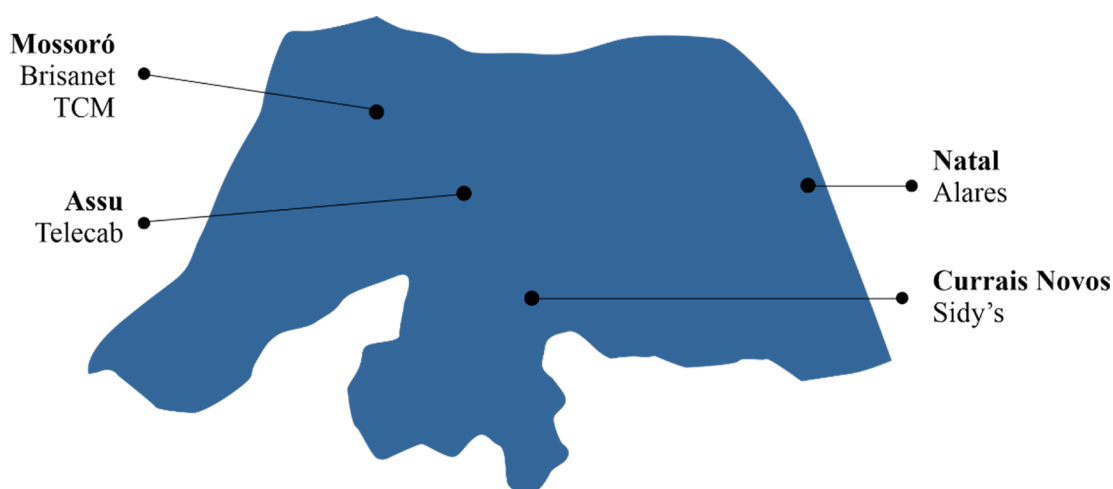
A partir das discussões sobre ecologia das mídias e análise da trajetória da TV do Rio Grande do Norte, foi possível identificar como se configura o ecossistema televisivo do estado. Um ambiente que passou por reconfigurações ao longo dos anos, apresentando pelo menos quatro momentos com características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

Na contemporaneidade, conforme o mapa na Figura 1, é possível identificar 11 emissoras produzindo e transmitindo conteúdo local/regional em sinal aberto no Rio Grande do Norte. Desse total, quatro são concessões dadas a instituições públicas, que operam canais que podem ser divididos entre legislativos e educativos. As sete concessões restantes são outorgadas a empresas privadas, que administram canais de caráter comercial (Sales Júnior, 2023).

Figura 1: Emissoras da TV aberta no Rio Grande do Norte

Fonte: Elaborado e atualizado pelo autor com base em Sales Júnior (2023).

Nesse mesmo ambiente, como observado no mapa na Figura 2, verifica-se ainda a presença de cinco operadoras da TV por assinatura, responsáveis pela operação de canais pagos locais, que podem ser divididos entre generalistas e segmentados, de acordo com os conteúdos produzidos e exibidos por eles (Sales Júnior, 2023).

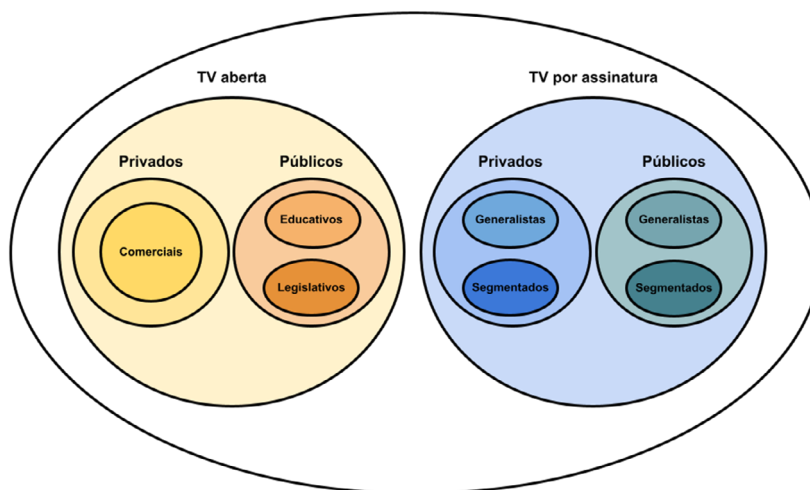
Figura 2: Operadoras da TV por assinatura no Rio Grande do Norte

Fonte: Elaborado e atualizado pelo autor com base em Sales Júnior (2020).

Partindo dessa análise geral dos elementos presentes no ambiente televisivo potiguar, com base nos estudos de Sales Júnior (2020, 2023), é possível identificar uma ecologia da televisão no Rio Grande do Norte, como observamos na Figura 3, em que as emissoras da TV aberta e os canais da TV por assinatura se relacionam entre si e com a sociedade na qual estão inseridas. Essa ecologia representa a configuração que pode ser verificada

ao analisar apenas as emissoras e os canais de TV, não considerando outros elementos como canais de webTV e outras formas de disseminação do conteúdo televisivo.

Figura 3: Ecossistema da televisão do Rio Grande do Norte



Fonte: Elaborado pelo autor com base em Sales Júnior (2023).

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

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

Com essa análise da ecologia da televisão potiguar, é possível comprovar que os ambientes midiáticos apresentam diferentes configurações e que vão sendo reconfigurados constantemente, graças aos elementos existentes e aos novos que vão surgindo, trazendo consigo outros fenômenos e promovendo novas práticas sociais. É o que temos observado

na atualidade com a televisão potiguar na contemporaneidade, e também na brasileira como um todo, que passou e continua passando por profundas transformações.

PERSPECTIVAS PARA O AMBIENTE TELEVISIVO POTIGUAR

A partir desta análise da trajetória da televisão do Rio Grande do Norte, percebemos que desde o estabelecimento da televisão como principal mídia da era massiva, o ecossistema televisivo potiguar se manteve relativamente equilibrado. No entanto, o paradigma mudou diante das transformações causadas pelas tecnologias digitais, como pontua Canavilhas (2011). Com o uso dos novos dispositivos, os ecossistemas midiáticos viram florescer novos ambientes marcados por lógicas diferentes daquelas estabelecidas pelos meios anteriores (Jenkins, 2008).

Por isso, diante dos resultados observados e analisados no Rio Grande do Norte, não podemos concluir que a televisão vai desaparecer ou se tornar obsoleta nessa nova ordem midiática. Para Carvalho e Barichello (2013), com as mudanças observadas até agora, ela passou a desempenhar um novo papel dentro do ecossistema comunicacional. “Ela não foi substituída pelo computador ou pelos smartphones, mas convive com eles por meio de relações complexas” (Carvalho; Barichello, 2013, p. 66)

A partir do referencial teórico estudado, podemos compreender que na era digital, caracterizada pelas tecnologias digitais e pela convergência das mídias, as organizações midiáticas tradicionais passaram a operar em conformação com a nova ambiência (Carvalho; Barichello, 2013). Foi o que pudemos observar nas práticas sociais da TV no Rio Grande do Norte e no desenvolvimento desse ecossistema televisivo regional. Nesse contexto de transformações, a televisão deixou de operar apenas com a lógica cultural e institucional dos sistemas de comunicação de massa, em que desempenhava um papel hegemônico. Jenkins (2008) destaca essas mudanças e adaptações observadas nos últimos anos. “Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformação dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital” (Jenkins, 2008, p. 39).

Scolari (2013) afirma que ecologia das mídias e evolução das mídias representam a mesma coisa. Por isso, os termos coevolução e hibridização também devem ser incluídos nos estudos dos ecossistemas midiáticos. Ele explica que a coevolução pode ser entendida

de duas maneiras: 1) entre os meios e os sujeitos; 2) entre os meios. Segundo o autor, no primeiro caso, o olhar deve focar na relação entre os meios e seus produtores/consumidores. No segundo, a perspectiva do estudo deve apontar as relações complexas que se estabelecem entre um ou mais meios de comunicação. A partir dessa conceituação, observamos que o crescimento e desenvolvimento da televisão do Rio Grande do Norte pode ser compreendida nessas duas perspectivas, tendo em vista que passou por ambos os processos.

Nesse sentido, não é possível se falar em tecnologia neutra. Afinal, o uso que fazem dela está condicionado à própria estrutura da tecnologia, que introduz uma ideologia própria e, conseqüentemente, muda significados de palavras e conceitos já estabelecidos pela sociedade na qual está inserida, como aponta Postman (1994). Assim, percebemos que toda tecnologia traz consigo um viés ideológico, que carrega uma ideia de mundo específica. Ela compete diretamente com as já existentes, buscando a predominância de sua visão de mundo e, conseqüente, hegemonia sobre os demais meios. É isso que contribui para alterações sociais, institucionais e intelectuais (Strate, Braga, Levinson, 2019).

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

Partindo dessa ideia, Cardoso (2010) destaca que a internet e as mídias digitais alargaram o ecossistema, potencializando ou promovendo as relações entre os meios e organizações midiáticas. O que foi possível através dos processos de convergência empresarial, profissional, de conteúdo e social, que passou a organizar o sistema no qual se desenvolve. Algo que não seria possível em outras épocas.

Sobre os impactos desses novos elementos no ecossistema midiático, as redes sociais e as mídias sociais fazem parte dessa revolução na televisão que tem se mostrado poderosa e se demonstrado influente na tomada de decisões. Gabriel (2010, p. 202) chama a

atenção para a diferenciação entre ambas e explica que “se por um lado, redes sociais relacionam-se a pessoas conectadas em função de um interesse comum, mídias sociais associam-se a conteúdos (texto, imagem, vídeo, etc.) gerados e compartilhados pelas pessoas nas redes sociais”. A autora reforça ainda que “tanto redes sociais como mídias sociais, em sua essência, não têm nada a ver com tecnologia, mas com pessoas e conexões humanas”, como propõe a ecologia das mídias.

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

A acelerada circulação de informação e a hibridização de linguagens e suportes, resultantes do desenvolvimento das tecnologias digitais, têm impactado a experiência de percepção da realidade. Por isso, a televisão deve ser compreendida como um fenômeno de cultura e prática social, que passa por constantes transformações. Partindo desse entendimento, Becker (2022) destaca que o uso desses dispositivos provocou transformações significativas nas maneiras de ver e entender o mundo à nossa volta. “A atual diversidade e difusão do saber em distintos suportes e linguagens é um dos desafios mais complexos que os processos de comunicação apresentam ao sistema educacional” (Becker, 2022, p. 132).

Com essa mesma visão social sobre a televisão, França (2009) explica que as mudanças observadas ao longo da trajetória da TV no Brasil seguem as transformações vivenciadas pela sociedade e época nas quais está inserida. Portanto, essas transformações fazem parte dos movimentos sociais inerentes ao ambiente midiático brasileiro. Para Orozco (2014) a televisão é um poderoso dispositivo audiovisual na reprodução de realidade, devido ao alto grau de fidelidade e verossimilhança que possui. “Diante dos olhos do público, o que se vê na TV aparece como o que está acontecendo, já que concebe como realidade aquilo que é captado pelas lentes das câmeras” (Orozco, 2014, p. 102-103).

Portanto, pela relevância social que sempre teve, a televisão deve continuar desempenhando um papel de destaque no ambiente midiático contemporâneo. Mesmo diante

da multiplicação das telas e disponibilização de conteúdo por demanda, Fechine (2014) acredita que a transmissão direta é um recurso que vai garantir à TV um papel como programadora da vida social. O que deve ocorrer por meio de sua programação. “Esse papel ganha relevo não apenas na cobertura de fatos jornalísticos impactantes e inesperados, mas também na transmissão de fatos planejados e massivos que hoje são impensáveis sem a TV, como eventos esportivos e políticos, cerimônias e espetáculos” (Fechine, 2014, 127).

Nessa mesma perspectiva, Machado (2014) atribui à transmissão ao vivo a principal característica da televisão, como uma experiência proveniente desse veículo de comunicação. “A televisão nasceu ao vivo, desenvolveu todo o seu repertório básico recursos expressivos num momento em que operava exclusivamente ao vivo, e esse continua sendo o seu traço distintivo mais importante dentro do universo audiovisual” (Machado, 2014, p. 125).

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

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

A partir dessa observação, é possível acreditar que a forma de ver televisão vai se modificar ainda mais. Muitas pessoas deixarão de parar em frente ao aparelho televisor tradicional para acompanhar a grade de programação das emissoras de TV. Diante do processo de convergência e de midiaticização observado nas últimas décadas, a televisão passou por significativas reconfigurações, e continua passando, tanto na forma de produção quanto na de distribuição de conteúdo. Essas mudanças estão diretamente ligadas ao desenvolvimento e uso intensivo das tecnologias digitais, que permitiram a criação de novos formatos e novas maneiras de relacionamento entre os produtores de TV e os telespectadores. Nesse contexto, surgiram novas práticas sociais e a atuação

de novos atores, que contribuíram de forma decisiva para as transformações verificadas no ecossistema televisivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o amadurecimento do ecossistema televisivo brasileiro, a regionalização da programação se tornou cada vez mais fundamental para manter a TV como um veículo ativo, atual e relevante entre os brasileiros. Nas últimas décadas, vimos as produções regionais ganharem cada vez mais destaque em rede nacional e as programações locais e regionais serem aumentadas gradativamente, comprovando a necessidade dos telespectadores se identificarem com o conteúdo apresentado por esse meio de comunicação e o potencial de prestador de serviços e promotor da educação, da cidadania e da cultura, por meio dos canais públicos. Ainda não é um processo concluído, tendo em vista que segue atuando e reconfigurando o que vemos ao acessarmos os conteúdos da televisão na atualidade.

A partir das discussões sobre o conceito de ecologia das mídias, foi possível compreender melhor a configuração atual do ecossistema televisivo do Rio Grande do Norte, bem como as principais transformações pelas quais passou esse ambiente midiático regional. A chegada de novos elementos proporcionou a ampliação das produções e das práticas inerentes a esse veículo de comunicação. O que foi importante para o desenvolvimento da televisão potiguar e para que ela adquirisse as características que possui na atualidade. Apesar de permeada por forte influência política e econômica, as emissoras potiguares têm conseguido, ao longo dos anos, desempenhar um papel social relevante para a população.

Durante esta pesquisa, foi possível identificar como se configura a ecologia da mídia televisiva potiguar na contemporaneidade. Um trabalho realizado a partir de levantamentos sobre os canais da TV aberta e da TV por assinatura, das discussões e reflexões teóricas sobre a temática, bem como a identificação e estudo das empresas ou grupos empresariais que as mantêm.

REFERÊNCIAS

BECKER, Beatriz. **Televisão e telejornalismo: transições**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

BECKER, Beatriz. **A construção audiovisual da realidade**: uma historiografia das narrativas jornalísticas em áudio e vídeo. Rio de Janeiro: Mauad X, 2022.

BRESSAN JUNIOR, Mario Abel. **Memória teleafetiva**. Florianópolis: Insular, 2019.

BUONANNO, Milly. Thematic Issue on The End of Television (Not Yet): Editor's Introduction. **Media and Communication**, v. 4, n. 3, p. 95-98, 2016.

CANAVILHAS, João. El nuevo ecosistema mediático. **Index Comunicación**, v. 1, p. 13-24, 2011a.

CANAVILHAS, João. O novo ecosistema mediático. **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação**, 2011b. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/canavilhas-joao-o-novo-ecossistema-mediatico.pdf>. Acesso em: 18 set. 2024.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital**: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

CARLÓN, Mario. Repensando os debates anglo-saxões e latino-americanos sobre o “fim da televisão”. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (orgs.). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 11-33.

CARDOSO, Gustavo. Da comunicação em massa à comunicação em rede: modelos comunicacionais e a sociedade da informação. In: MORAES, Denis (org.). **Mutações do visível**: da comunicação de massa à comunicação de rede. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010. p. 23-52.

CARVALHO, Luciana Menezes; BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha. Legitimação das organizações midiáticas no ecossistema digital. In: RUBLESCKI, Anelise; BARICHELO, Eugenia Mariano da Rocha (orgs.). **Ecologia da mídia**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2013.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CORRÊA, Elizabeth Saad; LIMA, Marcelo Oliveira Coutinho. Modus operandi digital: reflexões sobre o impacto das mídias sociais nas empresas informativas. In: Encontro Anual da COMPÓS, 18., 2009, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...**, Galoá: COMPÓS, 2009. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2009/trabalhos/modus-operandi-digital-reflexoes-sobre-o-impacto-das-midias-sociais-nas-empresas> Acesso em: 18 set. 2024.

ECO, Umberto. **Viagem na irre realidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ELLIS, John. **Seeing things**: Television in the Age of Uncertainty. Londres: IB. Tauris, 2000.

FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (orgs.). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 114-131.

FRANÇA, Vera V. A Televisão Porosa: Traços e Tendências. In: FREIRE FILHO, João (org.). **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 27-52.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. São Paulo: Novatec, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias?. **Matrizes**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 93-109, 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38294> Acesso em: 18 set. 2024.

LOTZ, Amanda. **The Television Will Be Revolutionized**. New York and London: New York University Press Books, 2007.

LOTZ, Amanda. The Paradigmatic Evolution of U.S: Television and the Emergence of Internet-Distributed Television. **Icono 14**, v. 14, n. 2, p. 112-142, 2016. Disponível em: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/993>. Acesso em: 18 set. 2024.

MACHADO, Arlindo; VÉLEZ, Marta Lúcia. Fim da televisão?. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (orgs.). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 54-76.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira: Uma visão econômica, social e política**. 5. ed. rev. e ampl. Petropolis: Editora Vozes, 2010.

MCLUHAN, Marshall. **The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man**. Toronto: University Toronto Press, 1962.

MCLUHAN, Marshall. **Understanding Media: the extensions of man**. New York: New American Library, 1964.

MILLER, Toby. A Televisão Acabou, a Televisão Virou Coisa do Passado, a Televisão Já Era. In: FREIRE FILHO, João (org.). **A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 9-25.

MILLER, Toby. O agora e o futuro da televisão. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (orgs.). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 77-95.

OROZCO, Guilherme. Televisão: causa e efeito de si mesma. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (orgs.). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 96-113.

POSTMAN, Neil. **Teaching as a Conserving Activity**. New York: Delacorte, 1979.

POSTMAN, Neil. **Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia**. São Paulo: Nobel, 1994.

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: 18 set. 2024.

SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas. **A televisão no Rio Grande do Norte: uma periodização da trajetória da mídia regional**. 2023. Tese (Doutorado em Estudos da Mídia) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/56781> Acesso em: 18 set. 2024.

SCOLARI, Carlos A. Ecología de los medios: Mapa de un nicho teórico. **Quaderns del CAC**, v. 13, n. 1, p. 17-25, jun. 2010.

SCOLARI, Carlos A. This is end: As intermináveis discussões sobre o fim da televisão. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (orgs.). **O Fim da Televisão**. Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 34-53

SCOLARI, Carlos A. Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (Y más allá). In: SCOLARI, Carlos A. (ed.). **Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2015.

SPIGEL, Lynn. Introduction. In: SPIGEL, Lynn; OLSSON, Jan (Orgs.). **Television After TV: Essays on a Medium in Transition**. Durham, NC: Duke University Press, 2004.

STRATE, Lance; BRAGA, Adriana. LEVINSON, Paul. **Introdução à ecologia das mídias**. Rio de Janeiro: Loyola, 2019.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

VILLANUEVA, Javier Lopez. Los grandes cambios. In: MONZONCILLO, J. M. A. (Coord.). **La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios**. Madrid: Editorial Ariel, 2011, pp. 9-31.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo, 2016.

WOLFF, Michael. **Televisão é a nova televisão**. São Paulo: Globo, 2015.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

NOTA

1. Este artigo foi produzido a partir de um recorte da pesquisa de doutorado do autor.

SOBRE O AUTOR:

FRANCISCO DAS CHAGAS SALES JÚNIOR Professor adjunto do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará (Unifesspa). Doutor e mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: jornalistafranciscojunior@gmail.com

Artigo recebido em: 19 de setembro de 2024.

Artigo aceito em: 08 de dezembro de 2024.