



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

JOSÉ JULLIAN GOMES DE SOUZA

**TV PADRE CÍCERO: A TRAJETÓRIA DA TELEVISÃO EM JUAZEIRO DO NORTE-
CE**

FORTALEZA

2026

JOSÉ JULLIAN GOMES DE SOUZA

TV PADRE CÍCERO: A TRAJETÓRIA DA TELEVISÃO EM JUAZEIRO DO NORTE-CE

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito à obtenção do título de Doutor em Comunicação. Área de concentração: Comunicação Social.

Orientadora: Profª. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima

FORTALEZA

2026

JOSÉ JULLIAN GOMES DE SOUZA

TV PADRE CÍCERO: A TRAJETÓRIA DA TELEVISÃO EM JUAZEIRO DO NORTE-CE

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como requisito à obtenção do título de Doutor em Comunicação. Área de concentração: Comunicação Social.

Aprovada em: 19 / 06 / 2026

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

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

Profa. Dra. Ligia Coeli Silva Rodrigues (Membro externo)
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

Profa. Dra. Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho (Membro externo)
Universidade Federal do Piauí (UFPI)

Prof. Dr. Sérgio Augusto Soares Mattos (Membro externo)
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB)

À vovó Ana, vovô Cícero e vó Neuza que lá
do céu acompanham o meu caminhar.

AGRADECIMENTOS

Na epígrafe desta tese eu apresento uma frase do poema “Mar Português”, escrito por Fernando Pessoa: “Valeu a pena? Tudo a vale a pena se a alma não pequena”. Carrego esta frase desde a adolescência, quando conheci o poema na aula de literatura do Ensino Médio, e que, hoje, tenho tatuada em meu corpo. Ela diz muito sobre mim: minha alma nunca foi pequena e, por isso, retomo ela aqui nos agradecimentos: escrever uma tese requer fôlego, requer uma alma que não seja (tão) pequena. Sim, valeu muito a pena.

A escrita da tese é um trabalho quase solitário. Contudo, houveram as trocas com a minha orientadora, as conversas com os colegas de pesquisa, as discussões com os autores das leituras realizadas, os eventos aos quais participei e apresente os resultados, em processo, da pesquisa, as entrevistas realizadas, as discussões com os meus alunos em sala de aula e os documentos analisados. O que significa que esse processo ocorreu em duplo movimento: individual e coletivo.

Além disso, escrever essa tese também só foi possível por ter uma família que, mesmo nem sempre entendendo como funciona um curso de doutorado, sabia que era importante para mim. E, assim, demonstraram apoio. Agradeço aos meus pais, Lucimar e Juciêr, que me mostraram logo cedo que a Educação seria o único caminho de transformação da minha vida. Assim, como na vida da minha irmã, Ananda. Hoje, com a defesa desta tese, o percurso mostrou que a Educação é transformadora, ainda mais no Brasil.

Ao escrever essa tese não apenas registro a trajetória da televisão em Juazeiro do Norte, mas também registro a minha trajetória de aproximação com este território ao qual apenas fui conhecer, de fato, na fase adulta. E que me transformou completamente.

Agradeço aos meus avós maternos, Ana e Cícero. Sou o primeiro neto da família e pouco convivemos, pois não cresci ao lado deles. Mas, a convivência na fase adulta mostrou o quanto eles eram otimistas com os meus sonhos. Eu sei que de onde eles estiverem, devem estar felizes com o encerramento desse ciclo.

À Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima, agradeço de todo o meu coração e admiração por aceitar orientar a minha pesquisa de doutorado e mostrar que o processo pode ser mais humanizado e afetivo. É o maior ensinamento que carrego do nosso encontro (um encontro que levarei por toda a minha vida).

Aos professores Dra. Ligia Coeli, Dra. Valquíria Kneipp, Dra. Samantha Castelo Branco e Dr. Sérgio Mattos agradeço pela avaliação e contribuição que foram generosas para esta pesquisa.

À Rejane, pela amizade construída no mestrado e pela torcida durante o período de doutorado. À Dona Socorro e a Cris, pela acolhida durante a minha estadia em Fortaleza. Caminhar por esta trajetória, sabendo que posso contar com tais pessoas, deixo o mais caminho mais leve.

À Edi e ao João, pelas tardes de conversa sobre a vida, livros e filmes no Sebo Carrão, em São Paulo. É bom saber que a vida nos permite encontros generosos e afetuosos.

Ao Lucas, pela amizade, conversas e escutas durante a escrita desta pesquisa.

Ao Francisco, pela amizade e parceria que a vida acadêmica me proporcionou. São duas pessoas importantes para mim e que ao longo dessa jornada estiveram presentes em diferentes etapas e momentos.

Aos amigos Michelly, Arysa, Marcos, Leylianne, Livânio, Clayton, Lia e Welliton, Victor pelas amizades construídas, palavras de força e os laços afetivos.

Ao Prof. Dr. Renato Casimiro pela entrevista e material concedido para a realização desta pesquisa.

À equipe da TV Padre Cícero (Roberto Bulhões, Roberto Bulhões Júnior e Yório Bulhões, Carlos de Souza Bezerra, José Reginaldo Arraes de Sousa e Ana Luiza Domingos da Silva) pelas entrevistas e imagens de arquivo concedidas para uso nesta pesquisa. A participação deles foi fundamental para a existência desta tese.

Aos meus alunos e alunas, desde a minha passagem pela Univesidade Federal do Cariri, como estagiário de docência, até a Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como professor substituto, que proporcionam o exercício de uma docência humanizada, generosa e com grandes aprendizados.

À Educação Pública, gratuita e de qualidade, pois foi a partir dela que transformei a minha vida.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), pela bolsa de estudo concedida durante o curso de doutorado (código de financiamento 001), possibilitano a dedicação exclusiva e realização deste estudo.

“Valeu a pena? Tudo vale a pena se a alma não é pequena”. Fernando Pessoa

RESUMO

Esta tese é uma pesquisa sobre a história da televisão em Juazeiro do Norte, no sul cearense, que compreende como a religiosidade, a fé e o circuito de missas, procissões e festividades católicas caracterizam as experiências televisivas da regiãoa exemplo da TV Padre Cícero. Assim, como problema de pesquisa, temos a seguinte questão: como ocorreu o processo pioneiro de implantação e desenvolvimento da TV Padre Cícero no contexto da expansão e interiorização da televisão em Juazeiro do Norte-CE, entre 1999 e 2024? O objetivo geral é registrar a trajetória da TV Padre Cícero a partir do pioneirismo com a implantação da primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte, entre 1999 e 2024. Como objetivos específicos buscamos: a) apresentar a trajetória de expansão e interiorização da televisão no Brasil; b) compreender as transformações da televisão a partir do contexto das experiências televisivas em Juazeiro do Norte e; c) historiografar a trajetória de expansão e interiorização da TV Padre Cícero a partir de seu pioneirismo. O roteiro metodológico parte de uma abordagem qualitativa, pesquisa exploratória e procedimentos bibliográfico e documental, além do estudo de caso. Adotamos o uso da História Oral Temática (Meihy, 2002; Castelo Branco, 2020) mediante a realização de entrevistas em profundidade com a equipe da TV Padre Cícero. A partir desta tese foi possível concluir que a trajetória da TV Padre Cícero apresenta um caráter inovador para Juazeiro do Norte. Contudo, essa experiência televisiva se assemelha com o histórico de implantação e desenvolvimento da televisão no Brasil, desde 1950; a partir da sua relação com os políticos (a exemplo da prefeitura de Juazeiro do Norte), o viés econômico (com o uso da publicidade) e com o viés tecnológico (sobretudo os ambientes digitais e baratemanto dos equipamentos e dispositivos de produção). Ou seja, mesmo com as transformações da televisão, a partir das experiências televisivas (broadcast, webcast e produções audiovisuais nativas digitais), que possibilitaram a presença e a descentralização da televisão pelo território brasileiro, a exemplo de Juazeiro do Norte, Ceará, a TV Padre Cícero dá continuidade a um modelo televisivo ainda vigente no país. Porém, funcionando dentro de uma escala menor em comparação aos grandes conglomerados midiáticos.

Palavras-chave: televisão; descentralização; TV Padre Cícero; Juazeiro do Norte-Ceará; Cariri cearense.

ABSTRACT

This thesis is a study on the history of television in Juazeiro do Norte, in the south of Ceará; it examines how religiosity, faith, and the circuit of masses, processions, and Catholic festivities shape the region's television experiences—as exemplified by TV Padre Cícero. The research question is: How did the pioneering process of establishing and developing TV Padre Cícero occur within the context of the expansion and expansion of television in Juazeiro do Norte, Ceará, between 1999 and 2024? The overall objective is to document the trajectory of TV Padre Cícero, beginning with its pioneering implementation of the first television experience in Juazeiro do Norte, between 1999 and 2024. The specific objectives are: a) to present the trajectory of television expansion and expansion in Brazil; b) to understand the transformations of television within the context of television experiences in Juazeiro do Norte; and c) to historiographicalize the trajectory of TV Padre Cícero's expansion and expansion from its pioneering period. The methodological outline is based on a qualitative approach, exploratory research, bibliographical and documentary procedures, and a case study. Based on this thesis, it was possible to conclude that the trajectory of TV Padre Cícero presents an innovative character for Juazeiro do Norte. However, this television experience resembles the history of the implementation and development of television in Brazil since 1950; from its relationship with politicians (such as the Juazeiro do Norte city hall), the economic aspect (with the use of advertising), and the technological aspect (especially digital environments and the reduction in the cost of production equipment and devices). In other words, even with the transformations of television, based on television experiences (broadcast, webcast, and native digital audiovisual productions), which enabled the presence and decentralization of television throughout the Brazilian territory, as exemplified by Juazeiro do Norte, Ceará, TV Padre Cícero continues a television model still in effect in the country. However, it operates on a smaller scale compared to the large media conglomerates.

Keywords: television; decentralization; TV Padre Cícero; Juazeiro do Norte-Ceará; Cariri cearense.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa do estado do Ceará.....	18
Figura 2 – Evolução do número de aparelhos de TV.....	32
Figura 3 - Evolução da Audiência da TV por Canais na década de 1960.....	33
Figura 4 – Número de emissoras ligadas à Rede Globo por estado brasileiro.....	61
Figura 5 – Emissoras pioneiras da Rede Globo nas capitais brasileiras.....	62
Figura 6 - Grupos midiáticos regionais nordestinos.....	65
Figura 7 – Características do coronelismo e coronelismo eletrônico.....	96
Figura 8 - Linha do tempo da família Queiroz no ramo da comunicação.....	100
Figura 9 - Identidades visuais das experiências televisivas do Cariri cearense.....	135
Figura 10 - Mapeamento das experiências televisivas em Juazeiro do Norte.....	137
Figura 11 – Identidades visuais das experiências televisivas em Juazeiro do Norte.....	138
Figura 12 – Mapeamento das experiências televisivas na Região Metropolitana do Cariri cearense.....	148
Figura 13 – Equipe da TV Padre Cícero.....	149
Figura 14 – Roberto Bulhões.....	151
Figura 15 – Roberto Bulhões na escola em 1966.....	151
Figura 16 – Família de Roberto Bulhões.....	152
Figura 17 – Roberto Bulhões e a esposa Antônia Pequena Neta em 1985.....	153
Figura 18 – Cartaz de divulgação das linhas da Expresso Real Caririense.....	154
Figura 19 – Ônibus da Viação Expresso Real do Cariri.....	155
Figura 20 – Roberto Bulhões no jornal Diário do Nordeste no Ceará.....	158
Figura 21 – Coberturas jornalísticas para o Aqui Agora no SBT.....	160
Figura 22 – Roberto Bulhões no programa Aqui Agora no SBT.....	161
Figura 23 – Ivo Morganti e Christina Rocha no Aqui Agora do SBT em 1990.....	163
Figura 24 – Entrevista com a dupla Leandro & Leonardo em Juazeiro do Norte.....	164
Figura 25 – Reportagens feitas para o Aqui, Agora no Nordeste.....	164
Figura 26 – Reportagens feitas para o Aqui, Agora em Juazeiro do Norte.....	165
Figura 27 – Outras reportagens feitas para o Aqui Agora em Juazeiro do Norte.....	166
Figura 28 – Identidade visual da produtora.....	166
Figura 29 - Carlos Bezerra.....	168
Figura 30 – Reginaldo Arraes como cinegrafista da TV Padre Cícero.....	169

Figura 31 – Fachada da TV Padre Cícero.....	178
Figura 32 – Instalação da antena no Horto do Padre Cícero.....	179
Figura 33 – QR Code para vídeo da primeira transmissão da TV Padre Cícero.....	181
Figura 34 – Primeira identidade visual da TV Padre Cícero (1999).....	181
Figura 35 – Nova identidade visual da TV Padre Cícero.....	182
Figura 36 – QR Code de acesso ao vídeo do programa Notícias da Semana.....	188
Figura 37 – Programa Notícias da Semana.....	189
Figura 38 – Primeira unidade móvel da TV Padre Cícero.....	192
Figura 39 – Atual unidade móvel da TV Padre Cícero.....	193
Figura 40 - População em domicílios com acesso à internet.....	203
Figura 41 – Identidade visual do programa Leriado.....	213
Figura 42 – Edição do programa Leriado em Altaneira-CE.....	214
Figura 43 – Cenário do programa Leriado.....	214
Figura 44 – QR Code de acesso ao vídeo do programa Leriado.....	215
Figura 45 – Equipe da TV Padre Cícero no programa Leriado em Altaneira-CE.....	215
Figura 46 – Ana Luiza Domingos nos bastidores do Programa Leriado.....	216
Figura 47 – Identidade visual do programa Panorama Regional.....	217
Figura 48 – QR Code de acesso ao vídeo do programa Leriado na pandemia.....	217
Figura 49 – Primeiro cenário do programa Panorama Regional.....	218
Figura 50 – Visão geral do estúdio do programa Panorama Regional.....	218
Figura 51 – Mudanças no cenário do programa Panorama Regional.....	220
Figura 52 – Atual estúdio da TV Padre Cícero.....	220
Figura 53 – Atual sala do master da TV Padre Cícero.....	222
Figura 54 – Antiga sala do master da TV Padre Cícero.....	222
Figura 55 – Equipe da TV na sala do master da TV Padre Cícero.....	223
Figura 56 – Equipe da TV Padre Cícero nos 25 anos da empresa.....	226

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – História Oral e suas aplicações e implicações.....	22
Quadro 2 – Entrevistas realizadas com a equipe da TV Padre Cícero.....	23
Quadro 3 – Vertentes da lei de proximidade.....	35
Quadro 4 – Eixos de atuação midiática no Brasil.....	35
Quadro 5 – Características da televisão de proximidade e televisão do/no interior.....	46
Quadro 6 – Processos da expansão da televisão brasileira.....	49
Quadro 7– Primeiras emissoras da Tupi nas capitais brasileiras.....	52
Quadro 8 – Primeiras emissoras da Tupi no interior brasileiro.....	55
Quadro 9 – Emissoras próprias e afiliadas à Rede Globo.....	62
Quadro 10 – Grupo Spi.....	66
Quadro 11 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da região Norte.....	68
Quadro 12 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da região Nordeste.....	70
Quadro 13 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da região Centro-Oeste.....	73
Quadro 14 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da região Sudeste.....	74
Quadro 15 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da região Sul.....	77
Quadro 16 – As primeiras emissoras de televisão nas capitais nordestinas.....	92
Quadro 17 – Segmentos ligados ao Grupo Edson Queiroz.....	100
Quadro 18 – Investimentos em cidades nordestinas.....	120
Quadro 19 – Experiências televisivas no Ceará.....	133
Quadro 20 – Equipe da TV Padre Cícero.....	149
Quadro 21 – Fases do Webjornalismo Audiovisual.....	208
Quadro 22 – Fases do Webtelejornalismo.....	209
Quadro 23 – Primeiras experiências de WebTV no Brasil.....	210

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALCAR	Associação Brasileira de História da Mídia
BBC	British Broadcasting Corporation
BDTD	Biblioteca Digital de Teses e Dissertações
BNB	Banco do Nordeste do Brasil
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CE	Ceará
CELCA	Companhia de Eletricidade do Cariri
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
CONTEL	Conselho Nacional de Telecomunicações
EMBRATEL	Empresa Brasileira de Telecomunicações
ESG	Escola Superior de Guerra
FJN	Faculdade de Juazeiro do Norte
GLP	Gás Liquefeito de Petróleo
INTERCOM	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPECE	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
NGT	Nova Geração de Televisão
PB	Paraíba
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PIB	Produto Interno Bruto
PPGB	Programa de Pós-Graduação em Biblioteconomia
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PST	Partido Social Trabalhista
SOELCA	Sociedade de Eletricidade do Cariri
SUDENE	Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste
SVM	Sistema Verdes Mares

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
1.1	Roteiro metodológico.....	20
1.2	Estrutura da tese.....	24
2	A TRAJETÓRIA DA TELEVISÃO NO BRASIL.....	25
2.1	Podemos falar em uma história da televisão brasileira?.....	25
2.2	Televisão e território: compreendendo a TV Padre Cícero.....	37
2.2.1	<i>Território, territorialidade e multiterritorialidade.....</i>	<i>37</i>
2.2.2	<i>Televisão de proximidade.....</i>	<i>39</i>
2.2.3	<i>Televisão do/no interior.....</i>	<i>43</i>
2.3	A expansão e interiorização das emissoras de televisão.....	47
2.3.1	<i>A primeira fase: o caso da Rede Tupi.....</i>	<i>51</i>
2.3.2	<i>A segunda fase: o caso da Rede Globo.....</i>	<i>57</i>
2.3.3	<i>Grupos midiáticos regionais, afiliação e interiorização da Rede Globo.....</i>	<i>68</i>
2.4	Afinal, o que são as experiências televisivas?.....	78
3	DA CAPITAL AO INTERIOR: A TELEVISÃO NO CEARÁ.....	91
3.1	Primeiro a capital: a TV em Fortaleza.....	93
3.1.1	<i>Virgílio Távora, os coronéis e a modernização no Ceará.....</i>	<i>101</i>
3.1.2	<i>Os jovens empresários e o governo das mudanças.....</i>	<i>106</i>
3.2	Depois o interior: a TV em Juazeiro do Norte.....	113
3.2.1	<i>O Juazeiro do padre Cícero.....</i>	<i>123</i>
3.2.2	<i>Da emancipação de Juazeiro ao desenvolvimento nos anos 1950.....</i>	<i>116</i>
3.2.3	<i>A eletrificação no sul cearense.....</i>	<i>123</i>
3.2.4	<i>O turismo religioso em Juazeiro do Norte.....</i>	<i>127</i>
3.2.5	<i>Os primeiros caminhos da história da televisão em Juazeiro do Norte.....</i>	<i>129</i>
3.3	Mapeamento das experiências televisivas locais.....	133
3.3.1	<i>As experiências televisivas no Ceará.....</i>	<i>133</i>
3.3.2	<i>As experiências televisivas na Região Metropolitana do Cariri cearense.....</i>	<i>133</i>
3.3.3	<i>As experiências televisivas em Juazeiro do Norte.....</i>	<i>137</i>
3.3.3.1	<i>TV Padre Cícero.....</i>	<i>138</i>
3.3.3.2	<i>TV Verde Vale.....</i>	<i>139</i>
3.3.3.3	<i>TV Verdes Mares Cariri.....</i>	<i>140</i>
3.3.3.4	<i>TV Miséria.....</i>	<i>141</i>

3.3.3.5	<i>TV News Cariri</i>	142
3.3.3.6	<i>Cariri TV</i>	143
3.3.3.7	<i>TV Mãe das Dores</i>	143
3.3.3.8	<i>TV Juazeiro</i>	144
3.3.3.9	<i>TV Café com Leite</i>	145
4	A TRAJETÓRIA DA TV PADRE CÍCERO	149
4.1	Uma paixão chamada TV	150
4.1.1	<i>A trajetória de Roberto Bulhões: o fundador da TV Padre Cícero</i>	150
4.1.2	<i>De motorista a comunicador: os caminhos que o levaram até a TV</i>	156
4.1.3	<i>O telejornalismo “mundo cão” dos anos 1990: o Aqui Agora do SBT</i>	159
4.1.4	<i>A produtora audiovisual: a porta de entrada para a criação da TV</i>	166
4.2	TV Padre Cícero: a primeira experiência televisiva local	172
4.2.1	<i>TV Padre Cícero: a TV com o nome do “santo do povo” nordestino</i>	173
4.2.2	<i>De 1999 aos anos 2000: uma breve experiência na TV aberta</i>	180
4.2.3	<i>Mas, afinal, qual era a programação da TV Padre Cícero em 2000?</i>	184
4.2.3.1	<i>Notícias da Semana: o telejornal da TV Padre Cícero</i>	187
4.3	A TV em transformação: do broadcast ao webcast	196
4.3.1	<i>A terceira fase: expansão e interiorização da TV na internet</i>	197
4.3.2	<i>Uma nova forma de (re)existir: a TV Padre na era da internet</i>	201
4.3.3	<i>As problemáticas da transmissão da Missa do Padre Cícero para o Brasil</i>	205
4.3.4	<i>Do YouTube à TV a cabo: novos movimentos de expansão audiovisual</i>	207
4.3.5	<i>Um pedido ao político: nasce a TV Juazeiro, renasce a TV Padre Cícero</i>	209
4.3.6	<i>A criação dos programas “Leriado” e “Panorama Regional”</i>	212
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	228
	REFERÊNCIAS	238
	APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO ..	258
	APÊNDICE B – ENTREVISTA COM ROBERTO BULHÕES	259
	APÊNDICE C - ENTREVISTA COM ROBERTO BULHÕES JÚNIOR	260
	APÊNDICE D - ENTREVISTA COM CARLOS BEZERRA	261
	APÊNDICE E - ENTREVISTA COM ANA LUIZA DOMINGOS	262
	APÊNDICE F – ENTREVISTA COM REGINALDO ARRAES	263
	APÊNDICE G - ENTREVISTA COM YÓRIO BULHÕES	264

1 INTRODUÇÃO

A trajetória da televisão no Brasil ocorreu com a implantação da TV Tupi, na cidade de São Paulo, em 18 de setembro de 1950, a partir da iniciativa do empresário paraibano Assis Chateaubriand (1892-1968). Inicialmente, durante a primeira década, as emissoras de televisão foram difundidas somente para outras capitais brasileiras como as cidades do Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre, localizadas nas regiões Sudeste e Sul do país – demonstrando uma inicial concentração do modelo comercial de expansão da televisão. Já a partir da segunda década, em 1960, o movimento de difusão televisiva foi direcionado para outras regiões, a exemplo do Nordeste brasileiro. Assim, as primeiras cidades a implantar uma emissora televisiva na região foram Recife (PE), Salvador (BA) e Fortaleza (CE), ou seja, também o território das capitais nordestinas como uma ampliação monopolizada pelas Emissoras e Diários Associados.

Com a atenção direcionada para o estado cearense, apontamos que a primeira emissora de televisão implantada foi a TV Ceará, inaugurada em 26 de novembro de 1960, em Fortaleza (capital do estado). De acordo com o pesquisador Gilmar de Carvalho (2010, p. 7), “[...] íamos começar a fazer uma coisa que, na verdade, não conhecíamos, senão por meio de referências imprecisas. Poucos eram os que haviam visitado um estúdio de TV, e muitos nem sequer tinham estado diante de um televisor”. Desse modo, a chegada da televisão no Ceará, conforme o quadro histórico apresentado pelo autor, foi um reflexo do processo capitalista iniciado a partir dos anos 1930 e com uma grande importância nos anos 1950 (Caparelli, 1982).

Entretanto, enquanto a capital cearense implantou uma emissora de televisão em 1960, como parte de um projeto político que almejava a dominação de territórios mais desenvolvidos, o sul cearense, a exemplo de Juazeiro do Norte, cinco anos depois, em 1965, implantou uma antena retransmissora que captava não o sinal da TV Ceará, mas o sinal da TV Jornal do Commercio, em Recife. Além disso, a iniciativa não partiu de um grupo midiático, mas de um grupo de amigos (entusiastas da nova tecnologia). Esse feito, como veremos mais adiante, demonstra a proximidade do Cariri cearense com a cultura e os costumes pernambucanos do que com a própria capital. E, também, o desejo de colocar o interior cearense no caminho do progresso e desenvolvimento.

A presença de uma emissora de televisão no interior brasileiro já era uma realidade. Dias (2014) destaca o processo de interiorização mediante o pioneirismo das seguintes emissoras: TV Bauru (canal 2, Bauru-SP); TV Mariano Procópio (canal 7, Juiz de Fora-MG); TV Coroados (canal 3, Londrina-PR); TV Industrial (canal 10, Juiz de Fora-MG); e TV

Triângulo (canal 8, Uberlândia-MG). Assim, se nas regiões Sudeste e Sul do Brasil identificamos o processo de interiorização da televisão, no Nordeste, a realidade aconteceu com a implantação da TV Borborema, em 14 de março de 1966, em Campina Grande (PB).

Na busca por investigações acadêmicas sobre a trajetória das emissoras no interior brasileiro, citadas anteriormente, encontramos na literatura alguns vestígios que possibilitaram a compreensão do processo de implantação, tais como: Kneipp (2005) sobre a TV Bauru; Rodrigues (2016) sobre a TV Mariano Procópio; Costa (2009) sobre a TV Coroados; Belcavello (2010) sobre a TV Industrial; Vieira e Amaral (2023) sobre a TV Triângulo; e Azêvedo Filho (2016) sobre a TV Borborema. No entanto, essa mesma realidade não foi identificada quando iniciamos esta pesquisa de doutorado no ano de 2022, acerca da presença da televisão em Juazeiro do Norte. Os registros e estudos sobre a história da televisão no Cariri cearense e, especificamente, em Juazeiro do Norte, eram escassos (praticamente inexistentes, sobretudo, quando visamos uma pesquisa aprofundada).

Logo, compreendemos que a presença das primeiras emissoras de televisão ocorreu nos grandes centros urbanos, em territórios que apresentavam um processo mais acelerado de urbanização, desenvolvimento e industrialização, especialmente a partir dos anos 1930, sob o governo de Getúlio Vargas. Posteriormente, houve um processo de descentralização, marcado pela implantação de emissoras em territórios interioranos sob o viés desenvolvimentista. Foi dessa forma que a televisão chegou ao Nordeste. Com isso, verificamos uma disparidade cultural, social, histórica, econômica, política, tecnológica e acadêmica desde a presença da televisão (aparelho, sinal, linguagem) até os estudos sobre o meio televisivo no sul cearense.

A publicação organizada pela professora Valquíria Kneipp, “A trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica” (2017), foi a primeira inspiração para a realização desta pesquisa, contudo, direcionando o interesse para a realização de um estudo sobre a história da televisão em Juazeiro do Norte. Assim, como a pesquisa realizada pelo professor Gilmar de Carvalho, “A televisão no Ceará (1959/1966)” (2010), que é uma das poucas referências em pesquisa da história da mídia televisiva cearense. Porém, abrangendo somente a implantação da televisão na capital do estado.

Desse modo, surgiu o interesse em investigar como ocorreu a trajetória da expansão e interiorização da televisão em Juazeiro do Norte. A historiografia da televisão tanto no Ceará, em nível macro, quanto em Juazeiro do Norte, em nível micro, ainda é recente e apresenta grande escassez de registros. No âmbito cearense, mapeamos as contribuições de Quezado (2007), Sousa (2007, 2008), Barreto (2008), Cunha (2009) e Carvalho (2010). Já no que se refere ao Cariri cearense, os resultados são ainda mais escassos, pois a maioria dos estudos

coletados não tem a televisão como objeto central, mas apenas a mencionam, apresentando algumas informações iniciais. Entre esses estudos, destacam-se os de Casimiro (1985), Feitosa (2013), Gomes (2016) e Oliveira (2017).

O levantamento bibliográfico reforçou o nosso interesse em pesquisar sobre a história da televisão local em Juazeiro do Norte, ressaltando a importância que essa pesquisa de doutorado representa não apenas para os estudos na área da Comunicação, mas também como registro documental e científico sobre a trajetória da televisão na localidade analisada. Conforme os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2024), o município possui 286.120 habitantes, em uma área de 258.788 km², estando a 492,7 km de Fortaleza, capital do estado. Integrando a Região Metropolitana do Cariri (RMC), Juazeiro do Norte funciona como o núcleo central dessa região, sendo considerado uma espécie de “Capital do Cariri cearense”. Além do núcleo mais amplo, Juazeiro do Norte também faz parte da conurbação conhecida como Crajubar, formada pela triangulação dos municípios de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha.

Conforme dados do Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), de 2007, Juazeiro do Norte é classificada como uma das capitais regionais (C) do Ceará, funcionando como uma região intermediária de centralidade nível 3, em uma escala de 1 a 7. Nesse mesmo ano, seu Produto Interno Bruto (PIB) foi o terceiro maior do estado, superando municípios como Caucaia e Sobral. Esse crescimento econômico ocorreu, sobretudo, devido ao fortalecimento da Região Metropolitana do Cariri e do Crajubar, que vêm impulsionando a economia do interior. Já com dados atualizados, do ano de 2024, o PIB de Juazeiro do Norte se configura como o sexto maior do estado, atrás dos municípios de Fortaleza, Maracanaú, Caucaia, São Gonçalo do Amarante e Sobral.

Figura 1 – Mapa do estado do Ceará



Fonte: <https://acesse.one/O2rPm> (2026).

O território de Juazeiro do Norte, como apontado por Feitosa (2020, p. 8), é “[...] recorrentemente apresentado como local de fervorosas manifestações de fé. São, sobretudo, aquelas manifestações qualificadas por um caráter popular católico que têm sido associadas à cidade”. E que reforçam a compreensão da cidade ser conhecida como “A capital da fé”. Com isso, Meira e Lima (2022) destacam a religiosidade, a fé e o circuito de missas, procissões e festividades católicas como as principais características de Juazeiro do Norte, elementos que estão diretamente relacionados à TV Padre Cícero (que será analisada no capítulo 4).

É a partir dessas manifestações de fé e o seu caráter popular que a figura do padre Cícero se relaciona com a chegada e o desenvolvimento da primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte: a TV Padre Cícero, fundada pelo empresário Roberto Bulhões em 1999. A devoção ao padre Cícero esteve presente desde a chegada de Roberto Bulhões a Juazeiro do Norte e no início da história da TV Padre Cícero, a começar pelo nome escolhido. Assim, na noite de 23 de março de 1999, a emissora entrou no ar ao vivo, diretamente da Praça do Socorro, nas proximidades da região central, em Juazeiro do Norte, dentro das comemorações dos 155 anos de nascimento do padre Cícero Romão Batista. Na manhã seguinte, 24 de março, realizou a primeira transmissão ao vivo da Missa de Aniversário de Nascimento do sacerdote cearense, um marco histórico para a região.

Após essa contextualização, apresentamos os elementos fundamentais desta tese. Como problemática, temos a seguinte questão: como ocorreu o processo pioneiro de implantação e desenvolvimento da TV Padre Cícero no contexto da descentralização e interiorização da televisão em Juazeiro do Norte-CE, entre 1999 e 2024? Nossa hipótese é que a implantação da TV Padre Cícero está integrada a uma série de questões históricas, sociais,

culturais, econômicas, políticas e tecnológicas refletindo as transformações enfrentadas pela televisão brasileira ao longo de sua trajetória, seja como veículo, suporte ou linguagem. Além disso, a televisão funcionou (e funciona) como um símbolo de um capitalismo tardio, um cenário que pode ser observado nos processos de expansão e interiorização em Juazeiro do Norte. Por fim, destacamos que a existência e a sobrevivência da televisão se deram por meio das experiências televisivas locais, impulsionadas pela vocação para o desenvolvimento e pela busca por novos negócios no interior cearense.

Nosso objetivo geral é registrar a trajetória da TV Padre Cícero a partir do pioneirismo com a implantação da primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte, entre 1999 e 2024. Como objetivos específicos, buscamos: a) apresentar a trajetória de expansão e interiorização da televisão no Brasil; b) compreender as transformações da televisão a partir do contexto das experiências televisivas em Juazeiro do Norte; e c) historiografar a trajetória de expansão e interiorização da TV Padre Cícero a partir de seu pioneirismo.

A realização deste estudo se justifica pela necessidade de pesquisar, analisar e refletir sobre a historicidade da mídia televisiva local no sul cearense, representada aqui pelo território de Juazeiro do Norte. Para além das empresas televisivas situadas majoritariamente em Fortaleza, Juazeiro do Norte é a segunda localidade que mais apresenta experiências televisivas no Ceará. Ademais, esta tese também busca contribuir para a descentralização das pesquisas sobre a história da mídia televisiva local, especialmente ao abordar um território cujas culturas e saberes estão inseridos na região do Cariri cearense. É preciso destacar que a pesquisa sobre a história da televisão em Juazeiro do Norte é de interesse do pesquisador. Além de ser natural de Juazeiro do Norte, a trajetória acadêmica perpassou por diferentes estudos dentro do campo do audiovisual como os estudos sobre webséries, arquivos televisivos e, aqui, a pesquisa voltada para a historicidade da televisão.

Podemos destacar também a importância de registrar a história da mídia televisiva no contexto da interiorização no Ceará. Uma vez que observamos diversos e diferentes estudos sendo realizados sobre televisões presentes nos grandes centros urbanos. Além disso, mesmo possuindo um Curso de Jornalismo em uma instituição pública desde 2010 (inicialmente com a Universidade Federal do Ceará-Campus Cariri e, em seguida, com a Universidade Federal do Cariri), ainda não tínhamos uma pesquisa de fôlego sobre a trajetória da televisão em Juazeiro do Norte, ou mesmo pesquisas mais pontuais, o que aconteceu a partir de 2022. Apontando, assim, para a importância desta tese.

A escolha em realizar a pesquisa no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Ceará (UFC) também se justifica pelos

objetivos do programa, que incluem: (a) o fortalecimento local da pesquisa e do ensino na área da Comunicação e (b) o estímulo à formação para a pesquisa acadêmica e para o magistério superior, suprimindo um vácuo existente no Estado do Ceará e arredores (o PPGCOM-UFC é o único no estado). Ambos os objetivos dialogam diretamente com a proposta desta pesquisa, que trata do processo de interiorização da televisão cearense e fortalece o estímulo à pesquisa em um território onde ainda não há um programa de pós-graduação *stricto sensu* em Comunicação.

O caráter inédito desta tese está presente na própria temática e existência do estudo. A trajetória da televisão em Juazeiro do Norte, assim como o processo de interiorização, que ainda não havia sido investigada em profundidade no âmbito acadêmico/científico. Assim, esta tese se apresenta como uma pesquisa pioneira nos estudos sobre a história da mídia televisiva local cearense, especialmente no sul do estado. Dessa forma, entendemos que este estudo funciona como um ponto de partida para futuras investigações.

1.1 Roteiro metodológico

Neste tópico apresentamos a construção metodológica da tese, explicando os métodos, as técnicas, os procedimentos de coleta e análise de dados utilizados para compreender a trajetória de interiorização da TV Padre Cícero. Como campo de trabalho, esta tese se baseia na História do Tempo Presente, que, de acordo com Lohn (2019, p. 11), “[...] demarca temporalidades em construção, as quais correspondem ao vivido e aos vivos”. Assim, estabelecemos um diálogo com os acontecimentos do passado que ainda não tiveram um desfecho, atuando diretamente no tempo presente. Dessa forma, a História do Tempo Presente foi o caminho adotado para construir essa trajetória de interiorização da televisão em Juazeiro do Norte. Ainda conforme Lohn (2017, p. 61):

Sabe-se que, em pelo menos duas dimensões fundamentais para a escrita de uma História do tempo presente, as mídias apresentam-se como elementos de relevo. É preciso referir-se, em primeiro lugar, ao seu papel enquanto estruturadoras do tempo histórico [...] Como segunda dimensão a ser destacada, deve-se observar que, ao imporem imediatamente o vivido como História, os meios de comunicação de massa também atuam na elaboração de uma escrita própria da História, que antecede a elaboração historiográfica e lhe estabelece, inclusive, limites e possibilidades.

É assim que registramos a historicidade da TV Padre Cícero, bem como as suas transformações em diálogo com as mudanças da própria televisão e do território analisado. Assim, destacamos que a natureza da pesquisa é básica, caracterizada por uma abordagem qualitativa que, de acordo com Gerhardt e Silveira (2009) visa a compreensão dos significados, motivos e aspirações, correspondendo a uma análise mais profunda das relações dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Partimos também das pesquisas exploratória e descritiva. Conforme Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa exploratória tem como finalidade fornecer mais informações sobre o assunto ou fenômeno em análise, possibilitando sua definição e delineamento. Isso nos direciona para os diversos ângulos e aspectos desse objeto de pesquisa, como levantamento bibliográfico, pesquisa documental, entrevistas e análise de exemplos que possam estimular a compreensão. Já a pesquisa descritiva busca descrever as características de determinada população ou fenômeno (Prodanov; Freitas, 2013), ou seja, descrever, aqui, os fenômenos das transformações e experiências televisivas.

Como procedimentos de pesquisa, adotamos as pesquisas bibliográfica e documental, coletando informações sobre a presença da televisão em Juazeiro do Norte. Para a realização do levantamento bibliográfico, utilizamos canais de pesquisa como a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD), o portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), os anais de eventos promovidos pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e pela Associação Brasileira de História da Mídia (Alcar), além da busca por periódicos no Google Acadêmico. Esse procedimento foi realizado com a combinação de alguns descritores, como: “televisão” + “expansão” + “interiorização” + “regionalização” + “Ceará” + “Cariri” + “Juazeiro do Norte”.

Para a pesquisa documental, recorremos ao acervo da Biblioteca Memorial Padre Cícero, o acervo pessoal do memorialista Renato Casimiro e o acervo audiovisual da TV Padre Cícero disponibilizado na plataforma YouTube. Além disso, esta tese utiliza o estudo de caso que, de acordo com Yin (2005), representa um recorte da realidade que apresenta ao pesquisador um conjunto de características a serem analisadas. “Parte-se do princípio de que as lições que se aprendem desses casos fornecem muitas informações sobre as experiências da pessoa ou instituição usual” (Yin, 2005, p. 63).

Enquanto metodologia e método utilizamos a História Oral. A abordagem não se resume apenas à coleta de dados, mas também funciona como uma orientação para o percurso da pesquisa. Conforme Thompson (1992, p. 20), “[...] é uma abordagem muito ampla: é interpretação da história, das sociedades e das culturas por meio da escuta e do registro da história de vida das pessoas. E a habilidade fundamental na história oral é aprender a escutar”. Sendo assim, é, sobretudo, por meio do registro das vivências dos profissionais, bem como dos rastros documentais, que refletimos e analisamos a história da TV Padre Cícero.

Além disso, a adoção dessa estratégia está fundamentada em sua aplicação no campo da comunicação, que, ao longo dos anos, tem demonstrado crescente interesse por seu

uso. Conforme esclarecem Musse e Musse (2019, p. 197-198), “[...] os registros das fontes orais têm se revelado uma opção metodológica valiosa, em termos de reconstrução do passado recente, em especial, porque, para eles, as entrevistas têm o valor de documento”. Logo, as entrevistas aqui utilizadas têm esse caráter de colaborar com a documentação da história da televisão em Juazeiro do Norte.

O uso da História Oral compreende três possibilidades de aplicação: a história oral de vida (também conhecida por relato), a história oral temática (também chamada de depoimento) e a tradição oral (Meihy, 2002). Nosso estudo se baseia na segunda modalidade, a história oral temática, que, a partir de um assunto específico, busca obter “[...] a narrativa de um entrevistado sobre evento definido, preestabelecido. Os detalhes da vida do narrador e as experiências pessoais adquirem interesse à medida que revelam aspectos vinculados à temática central” (Castelo Branco, 2020, p. 12). Sobre a utilização da História Oral, Castelo Branco (2020, p. 9) destaca algumas vantagens:

[...] as principais vantagens dessa metodologia de pesquisa, está a possibilidade de incluir, no processo de produção de conhecimento, relatos de fontes normalmente esquecidas, ignoradas ou negligenciadas pela história oficial e por levantamentos tradicionais que se orientam a partir de registros escritos. Nesse sentido, trabalhos realizados a partir de fontes orais permitiram uma concepção ampliada acerca da definição de fontes, sendo, então, possível a reconstrução de acontecimentos e, também, a construção de narrativas a partir da memória de pessoas que presenciaram tais eventos.

Contudo, é necessário que o(a) pesquisador(a) esteja ciente das possibilidades de aplicação e das eventuais implicações decorrentes do uso da História Oral, considerando que testemunhos e depoimentos orais utilizam relatos de fontes não oficiais. Assim, encontramos em Castelo Branco (2020) as aplicações e implicações para aqueles que decidem utilizar a História Oral em suas pesquisas:

Quadro 1 - História Oral e suas aplicações e implicações

Aplicações	Implicações
Permite a compreensão das transformações ou mudanças que ocorrem na sociedade, em um grupo social ou mesmo no modo de vida das pessoas.	Lembranças dos indivíduos são permeadas por influências coletivas, passam por filtros, são ressignificadas ao ultrapassar a esfera do íntimo (privado) para o coletivo (público).
Possibilita a manifestação de fontes normalmente excluídas dos relatos oficiais.	O sujeito primordial é o depoente. O narrador é soberano para revelar ou ocultar casos, situações e pessoas em sua narrativa. No entanto, esse aspecto não afasta o emprego da metodologia, sendo, inclusive, uma característica expressiva na modalidade História Oral de Vida.
Pode ser utilizada em pesquisas de diferentes áreas do conhecimento.	Caráter seletivo da memória e a Interferência do pesquisador durante as fases de realização de entrevistas, decupação e interpretação. Vale ressaltar que a questão da

subjetividade não é considerada um entrave, na atualidade, para a aplicação da História Oral.

Fonte: Castelo Branco (2020).

As aplicações e implicações apontadas pela autora nos permitiram visualizar um quadro mais amplo do uso da História Oral, sobretudo porque lidamos com a memória, a lembrança, o esquecimento e os fragmentos recordados durante o ato de relatar, bem como as interferências que ocorrem com a presença do(a) investigador(a). Assim, para a realização da História Oral, adotamos a entrevista em profundidade, visto que “[...] é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer” (Duarte, 2005, p. 63).

Nesse tipo de entrevista, o pesquisador não se prende a perguntas fechadas. Ao contrário, realiza perguntas abertas visando deixar o(a) entrevistado(a) mais confortável para narrar os acontecimentos. Ao todo foram realizadas seis (6) entrevistas:

Quadro 2 – Entrevistas realizadas com a equipe da TV Padre Cícero

Entrevistado	Função na TV
Paulo Roberto Rodrigues Bulhões	Fundador, apresentador e repórter
Paulo Roberto Rodrigues Bulhões Júnior	Diretor de programação
José Yório Pequeno Bulhões	Repórter e editor de imagem
Luiz Carlos de Souza Bezerra (Carlinhos)	Cinegrafista e operador de corte
José Reginaldo Arraes de Sousa	Cinegrafista
Ana Luiza Domingos da Silva	Produtora, cinegrafista e designer

Fonte: elaborado pelo autor (2026).

Além disso, utilizamos arquivos de vídeos disponibilizados no canal do YouTube da TV Padre Cícero para análise e ilustrar a trajetória da televisão. As entrevistas foram gravadas em áudio e posteriormente transcritas. Com o objetivo de utilizar essas informações nesta tese e em outros formatos de publicação científica, cada entrevistado assinou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, concedendo a autorização para o uso das informações.

Para compreender o movimento de interiorização e espalhamento da TV, estabelecemos como recorte temporal o período entre 1999 e 2024. Esse recorte abrangeu a implantação e o desenvolvimento da TV Padre Cícero, considerando aspectos sociais, culturais, históricos, políticos, econômicos, estéticos e tecnológicos em diálogo com o território de Juazeiro do Norte.

Ademais, para o mapeamento das experiências televisivas em Juazeiro do Norte, como um recorte mais amplo desta pesquisa, destacamos a dificuldade em encontrar dados em um banco de dados específicos. Pois, é preciso considerar que não estamos tratando apenas de emissoras que funcionam com concessão pública e que possuem registros a exemplo do Ministério das Comunicações. Assim, utilizamos para o mapeamento o YouTube, o Instagram, e as indicações de colegas e pesquisadores de Juazeiro do Norte e do Cariri cearense de forma mais ampla, para coletar os dados. O que indica também a importância desta tese como catalogadora dessas experiências para os(as) demais pesquisadores(as) desse fenômeno.

1.2 Estrutura da tese

No capítulo 1, apresentamos a introdução por meio de uma contextualização e dos principais elementos da pesquisa: problemática, objetivos (geral e específicos), hipótese, justificativa, fator de ineditismo e roteiro metodológico. No capítulo 2, discutimos a trajetória da televisão no Brasil, abordando desde a crítica à “história da televisão brasileira” até os diferentes caminhos de expansão e interiorização da televisão.

No capítulo 3, tratamos da chegada da televisão ao Ceará e dos primeiros indícios da interiorização da televisão em Juazeiro do Norte. Além disso, refletimos sobre o processo de modernização e industrialização no estado, destacando três figuras políticas: Virgílio Távora, Tasso Jereissati e Ciro Gomes, a fim de compreender a importância da televisão como símbolo de desenvolvimento. Ainda nesse capítulo, mapeamos as experiências televisivas no Ceará.

No capítulo 4, analisamos e historicizamos a trajetória da TV Padre Cícero, a partir da revisão bibliográfica, pesquisa documental e entrevistas com a equipe da televisão. Por fim, no capítulo 5, apresentamos as considerações finais desta tese e as reflexões da pesquisa realizada. Em seguida, são apresentadas as referências e os apêndices com os roteiros de perguntas.

2 A TRAJETÓRIA DA TELEVISÃO NO BRASIL

Este capítulo discorre sobre a trajetória da televisão no Brasil, a partir de uma perspectiva local, ao invés de uma história tradicionalmente considerada (e escrita) como nacional. Além disso, analisamos como a TV Padre Cícero se relaciona com o território televisivo de Juazeiro do Norte, a partir dos conceitos de televisão de proximidade e televisão do/no interior. Essa perspectiva visa compreender como esse veículo se comporta especificamente na localidade selecionada para análise e de que forma tais definições podem fornecer subsídios para refletir sobre a atuação de uma empresa de televisão no contexto da descentralização e interiorização midiática.

Ainda neste capítulo, apresentamos a trajetória de expansão e interiorização da televisão, considerando as diferentes abordagens que explicam como esses pilares permitiram que capital e interior convivessem, experimentassem e compartilhassem as diversas formas que a televisão assumiu ao longo do tempo. Ademais, também discutimos o conceito de experiências televisivas, buscando compreender as transformações da televisão tanto como veículo, suporte, dispositivo, linguagem e gramática.

2.1 Podemos falar em uma história da televisão brasileira?

Entendemos ser necessário iniciar esta discussão com uma revisão da chamada “história da televisão brasileira”, desviando a atenção de uma perspectiva nacional para uma abordagem local. Apresentada sob uma visão nacional, integradora e unificadora por meio da imagem televisiva, as informações contidas nas obras de Mattos (1990, 2010), Jambeiro (2001), Reimão (2006), Amorim (2007), Leal (2009), Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010) e Ferraretto e Morgado (2019) não problematizam, de forma aprofundada, as particularidades de um país de dimensões continentais como o Brasil, desconsiderando as especificidades socioculturais, políticas, econômicas e tecnológicas com ênfase nos territórios locais para discutirem e registrarem uma denominada “história da televisão brasileira”.

Consideramos que os autores apresentados sistematizaram uma visão histórica da televisão a partir de uma perspectiva centrada no eixo Rio-São Paulo, e apresentada como nacional. Entretanto, apontamos que seria mais pertinente adotar uma perspectiva local, compreendendo o início da história da televisão não apenas a partir de um único marco, como foi a implantação da TV Tupi, mas reconhecendo também a existência de outras histórias para além do Sudeste do Brasil. Pois, como destacam Ricco e Vanucci (2017) e Néia (2023), a história da televisão brasileira apresenta múltiplos inícios, dada a vasta dimensão territorial do

país. Dessa forma, para além do caráter oficial representado pela inauguração da TV Tupi em São Paulo, no dia 18 de setembro de 1950, é necessário considerar outros inícios ocorridos em diferentes localidades ao longo do tempo.

Para reforçar essa abordagem, destacamos as perspectivas presentes em algumas das obras citadas anteriormente, como Mattos (2010, p. 7), que evidencia que seu livro “[...] descreve a televisão brasileira, resgatando sua trajetória histórica, registrando-se as influências socioculturais e políticas que interferiram direta e indiretamente no seu processo de desenvolvimento”. No entanto, essa perspectiva de desenvolvimento está intrinsecamente ligada à realidade do Sudeste, uma vez que a região sempre foi uma das mais desenvolvidas do Brasil.

Já na obra de Ribeiro, Sacramento e Roxo (2010), os autores até iniciam um certo questionamento acerca da existência de estudos históricos que oscilam entre duas perspectivas: uma “generalista” e outra voltada para o “particularismo”. Contudo, a obra não aprofunda essa discussão e segue apresentando uma visão nacional da história televisiva. Além disso, a “Biografia da Televisão Brasileira” (Ricco; Vanucci, 2017), citada anteriormente, também reforça uma perspectiva histórica nacional centrada na televisão do Sudeste.

Nesse contexto, Busetto (2023, p. 45) compreende que “As poucas pesquisas na área de História sobre a TV no Brasil, todas elaboradas em períodos mais recentes, tendem a privilegiar conteúdos televisivos como objetos de estudos produzidos e veiculados por redes nacionais de televisão”. Ademais, em trabalho anterior, o autor (2017, p. 117) questiona: “[...] ao realizar uma pesquisa acerca de tema relativo a tal história [brasileira] basta restringir o enfoque e a perspectiva à escala nacional?”. A resposta, obviamente, é não. Assim, a partir dessa visão, é que o autor compreende a importância dos estudos históricos desenvolvidos nos eixos locais, ainda que a produção dessas pesquisas seja em menor número – quando comparamos com as pesquisas em nível nacional (especialmente do Sudeste brasileiro).

Se, por um lado, identificamos obras que traçam um retrato nacional, também podemos apontar exemplos que buscam descentralizar os estudos sobre a história e a trajetória da televisão, como as pesquisas de Carvalho (2010), “A televisão no Ceará (1959/1966)”, e Kneipp (2017), “A trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica”. A primeira pesquisa analisa a chegada da TV Ceará, em Fortaleza, enquanto a segunda traz uma perspectiva local do Rio Grande do Norte, com ênfase para a capital potiguar, Natal. Dessa forma, tais pesquisas contribuem para o fortalecimento de estudos locais e regionais, situados no Nordeste brasileiro, e dialogam com nossa proposta de investigação sobre uma experiência televisiva no interior cearense.

Assim, como explicita Barbosa (2023, sem paginação), no prefácio do livro “A trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase digital”: “[...] considerar as territorialidades específicas, os contextos peculiares, é fundamental, já que é preciso fazer o esforço de contar uma história que não reproduza processos ocorridos, normalmente, nos grandes centros como análogos ao que acontece em outros territórios”. É exatamente o movimento que elaboramos com este estudo, que se debruça sobre o território de Juazeiro do Norte e suas singularidades com a trajetória da televisão.

Podemos exemplificar a existência de diferentes e diversas histórias das televisões brasileiras a partir da descentralização econômica apontada por Fadul (2006). Tal processo de descentralização parte das indústrias de São Paulo para as regiões do Centro-Oeste, Norte e Nordeste do país. O que, por sua vez, foi responsável pelo avanço da mídia em direção a outras regiões, a partir do deslocamento das agências de publicidade, dos anunciantes e dos veículos de comunicação que buscaram novas oportunidades de negócios fora do Sul e Sudeste brasileiro.

Assim, podemos exemplificar os estudos sobre a história da televisão local, a partir de investigações como as realizadas por: Cruz (1994) e Scardueli (1996) sobre a RBS em Santa Catarina e Rio Grande do Sul; José Martinuzzo (2012), que apresenta a trajetória da televisão no Espírito Santo, com a TV Gazeta; Spannenberg et al. (2012), acerca da trajetória da primeira década da televisão na Bahia, com a TV Itapoan e; Edvaldo Sotana (2013, 2020), que discorre sobre a história da televisão no Mato Grosso, com a TV Morena. Pesquisas que versam sobre a televisão local e descentralizam o registro histórico de emissoras de televisão pertencentes apenas aos grupos midiáticos nacionais e de determinadas regiões brasileiras.

Contribuindo com essa discussão, Bazi (2006, p. 77) explicita que:

É importante lembrar que a televisão brasileira nasceu local, com a inauguração da TV Tupi de São Paulo. As imagens somente eram vistas a partir das antenas de transmissão, num raio aproximado de 100 quilômetros em torno do transmissor que gerava as imagens. Não havia fitas de vídeo para copiar os programas e transportá-los para as regiões. Cada estação de TV tinha que promover sua própria programação. Somente em 1960, com a chegada do *video-tape*, essa situação se modificou e a televisão brasileira rompeu a esfera municipal com a nova tecnologia disponível.

Embora o autor aponte a necessidade de compreender o contexto local, ele próprio baseia seus estudos em emissoras de televisão afiliadas às redes nacionais (Globo, SBT, Record e Band). Esse aspecto não pode ser desconsiderado ao analisar a televisão local, uma vez que esse modelo de emissora está subordinado, de um lado, a um grupo regional, que pode estar localizado na capital (como é o caso das redes ligadas à EPTV, como nas emissoras

pesquisadas por Bazi) e, de outro, a um grupo midiático mais amplo, como as afiliadas das grandes redes nacionais (como a TV Globo). Nossa análise sobre essa relação de dependência considera diferentes aspectos, tais como controle editorial, modelo de negócio e padronização de formatos e conteúdos. Ou seja, são fatores que impactam diretamente na autonomia da emissora e/ou empresa televisiva. E, antes da televisão, tais estudos já aconteciam para refletir as práticas jornalísticas interioranas, como desenvolvido na década de 1990 por Dornelles (1999).

Uma das críticas sobre a integração e a visão nacional da televisão foi feita por Maria Rita Kehl (1986). Ao se referir à TV Globo e à sua proximidade com os militares, a autora destaca que a emissora desempenhou um “[...] importante papel, de fazer deste país fragmentado que é o Brasil alguma coisa parecida com uma nação civilizada” (Kehl, 1986, p. 169). No entanto, essa afirmação é, na verdade, uma crítica que aponta como a ideia de televisão e integração nacional ajudou a criar um território imaginário, no qual a TV Globo buscava uniformizar as diferentes culturas do país por meio de uma emissão centralizadora. Assim, “[...] enquanto um terço de sua população se integra de fato numa ordem capitalista dominante e tem condições de participar, bem ou mal, da distribuição de bens produzidos por essa ordem, dois terços se integram apenas ao nível do imaginário” (Kehl, 1986, p. 171).

Ainda na década de 1980, Simões (1986) destaca que, se inicialmente as emissoras de televisão apresentavam uma programação voltada para o público local, posteriormente esse cenário se transformou. A chegada de novas tecnologias, como o videoteipe e a formação das redes nacionais (no final dos anos 1960), proporcionou a unificação da audiência em nível nacional, em detrimento da televisão local e regional. Conforme Néia (2023, p. 104), “Forjasse, assim, as variáveis mercadológicas que nortearão a produção televisiva como um todo”, o que resultou na dependência de diversas emissoras de televisão em relação aos conteúdos do eixo Rio-São Paulo. Em consequência, as singularidades das culturas locais perderam espaço para produtos com as características predominantes do Sudeste brasileiro.

Ao abordar essa crítica, Priolli (2000, p. 14) também discute a questão da identidade nacional da televisão brasileira. Para o autor, “Se não há uma identidade nacional, e sim um conjunto de identidades, parte das quais ainda luta para se expressar, por vezes enfrentando a resistência do poder armado, pode-se falar de uma ‘televisão brasileira?’”. A partir desse questionamento, Priolli levanta uma série de fatores que nos ajudam a compreender a emergência de uma visão nacional e o apagamento das configurações locais da televisão.

Um dos primeiros pontos destacados é a centralização da produção no Sudeste do Brasil, onde a indústria televisiva é controlada por uma elite branca, influenciada pelos modelos

televisivos da Europa e dos Estados Unidos. Assim, “A sua televisão [sudestina] cria e impõe uma determinada noção de identidade nacional, enquanto impede o livre acesso à tela para a afirmação de outras identidades, contrastes e divergências” (Priolli, 2000, p. 15). Além da centralização da produção, o autor enfatiza o desenvolvimento técnico-industrial da televisão, que inclui desde a chegada do videoteipe, a criação da rede de micro-ondas até o uso do sistema via satélite. Com isso,

[...] o principal fator condicionante da centralização da produção do Sudeste e, consequentemente, de sua hegemonia cultural sobre o país. Em outras palavras, foi a lógica do modelo de econômico implantado na TV, de gestão comercial privada, sempre regulado pela necessidade de reduzir custos e ampliar lucros, que reduziu as estações regionais a meras repetidoras de programação ‘nacional’ vinda do Rio e de São Paulo (Priolli, 2000, p. 20).

Essa lógica foi amplificada com o sistema de afiliação das emissoras, esvaziando a produção televisiva local e regional, especialmente das empresas dependente dessas emissoras, conforme explicou Jambeiro (2001). Para Mota (2014), a presença massiva da televisão advinda do Sudeste para outras regiões brasileiras acarretou no denominado “Sudeste way of life”¹, sufocando a criatividade e a produção televisiva fora do eixo dominante (Mota, 2014). Ao relacionar tal crítica a partir do pensamento entre televisão e localidade, mediante a busca de uma visão mais próxima com um território específico (como é o caso de Juazeiro do Norte), Souza (2022, p. 82) reflete que:

A crítica tecida nesse aspecto, reside na operacionalização da ideia de ‘nacional’ da televisão. Diante da compreensão que não apenas a sua localização, mas a própria construção identitária de sua primeira década, inicialmente, deu-se em torno da região Sudeste e sobretudo no eixo Rio-São Paulo. Assim, acreditamos que o ideal seria compreender a chegada da televisão frente o aspecto do local – processo que vai ser expandido nas décadas de 1960 e 1970. Desse modo, vamos entender como nacional o processo tão somente de implantação da televisão enquanto objeto de transmissão das imagens audiovisuais. E, local por funcionar para um público específico (paulistas e cariocas) e sob condições socioculturais, políticas e econômicas ainda mais específicas.

Souza e Lima (2022b), ao se referirem sobre o surgimento das primeiras emissoras, destacam o fator de localidade como uma de suas principais características – reforçando a necessidade de revisitar e repensar a história da televisão brasileira, que foi construída ao longo de mais de 75 anos da presença da televisão no país. O fator local na produção televisiva entre as décadas de 1950 e 1960 também resultava da falta de infraestrutura tecnológica que

¹ Ao se referir sobre o “Sudeste way of life”, Mota (2014) reflete sobre a necessidade de obedecer às diretrizes da emissora cabeça de rede. Com isso, as afiliadas iniciam a consolidação de um novo modelo televisivo mais distante da realidade local e contribuindo para a elaboração de uma identidade nacional midiática, sobretudo a partir de um modelo de telejornalismo expandido do eixo Rio-São Paulo e disseminado pelo território brasileiro.

possibilitasse a integração entre as diferentes emissoras e regiões, especialmente no contexto de expansão dos televisores e das emissoras de televisão para além do eixo Rio-São Paulo.

Contribuindo com essa discussão, Carvalho (2010), em seu livro sobre a história da TV no Ceará, apresenta um capítulo intitulado “Primeiro o Sudeste, depois o Brasil”, reforçando a ideia de que não se trata de uma história da televisão brasileira como um todo, mas sim de uma história da televisão a partir do Sudeste do Brasil, especificamente no eixo Rio-São Paulo, onde surgiram as primeiras emissoras na década de 1950. Ainda de acordo com o autor (2010, p. 9-10):

Num primeiro estágio, a televisão confinou-se ao Sudeste. Rio, São Paulo e Minas Gerais constituíam realmente o pedaço mais atraente e significativo do mercado nacional. Mas o projeto político associado exigia uma expansão em nível nacional, o que teria acontecido, a partir de 1959, com a inauguração da *TV Piratini*, de Porto Alegre, e deslanchando em 1960, com a entrada em funcionamento das estações de Recife (*TV Rádio Clube*), Salvador (*TV Itapoan*) e de Fortaleza (*TV Ceará*). A televisão chegava ao Nordeste. Nesse mesmo ano, Brasília e Curitiba ganharam sinais de tevê, que demorariam ainda um ano para chegar a Belém. [...] É dentro desse contexto, ao embalo de governos populistas e num quadro em que se acentuava a dependência externa, que o Brasil se vê na tevê com a pluralidade de sotaques e enfoques de uma produção local.

A crítica sobre a construção da história da televisão brasileira, mediada por uma concepção nacional, torna-se cada vez mais necessária a partir de uma revisitação da ideia de nacionalidade para os contextos locais. Isso permite valorizar a diversidade dos territórios brasileiros e as singularidades na implantação e desenvolvimento dos veículos de comunicação, como a televisão. Logo, apresentar um cenário concebido como nacional, mas privilegiando o Sudeste brasileiro, reforça a centralidade política, econômica e cultural de determinados territórios em detrimento dos demais, dentro de uma perspectiva de dependência. Afinal, o Brasil é composto por diversas realidades, expressas nos 26 estados e no Distrito Federal, cada um com suas culturas, costumes e identidades locais.

Entendemos que essa discussão envolve a disputa pela construção e constituição da memória e do imaginário sobre a história da televisão no Brasil, além do poder. Esse “abrasileiramento” ou “brasilidade”, desenvolvido pelo eixo Rio-São Paulo, enfatiza um território que se desenvolveu mais do que os outros. Com isso, a televisão foi utilizada como um instrumento para reforçar a constituição dessa “identidade nacional”, alimentada também pelos registros históricos, em detrimento da invisibilidade das demais histórias da televisão brasileira nos territórios locais, além desse espaço geográfico.

Nesse sentido, como pondera Revel (1998, p. 251-252), é interessante repensar a historiografia a partir da micro-história. Segundo ele, “O ‘novo estilo’ encarnou-se na

proposição de uma escala de análise – ‘micro’, ou seja, muito ampliada – que, enquanto tal e de modo quase provocador, ratificava a dissolução da história-síntese [a história da televisão brasileira aos moldes sudestinos] [...]”, como identificamos em diferentes produções acadêmicas.

Diante desse contexto, a chegada do videoteipe foi fundamental para a desarticulação da produção televisiva local de 1960. No caso do Ceará, Cunha (2009, p. 1) destaca: “A chegada do videotape no Ceará em 1966 provocou o desmonte da produção local e um aumento considerável da exibição de produções das emissoras do Rio de Janeiro e São Paulo”. Essa realidade foi vivenciada em diversas localidades, sobretudo com a formação da televisão em rede no Brasil a partir de 1965, com a entrada da Rede Globo no mercado televisivo.

Gomes, Trotta e Lusvarghi (2010, p. 180) também destacam a importância da relação entre o regional e o local: “[...] o fato de as produções regionais necessitarem se viabilizar através de co-produções, com produtoras do Rio e São Paulo, e estrangeiras, acaba por afetar o processo de regionalização da produção e os próprios temas dos argumentos”. Ao discutir a construção de uma visão nacional dos meios de comunicação, como a televisão, Canclini (2006, p. 130) compreende que:

Os meios de comunicação de massa foram agentes das inovações tecnológicas, nos sensibilizaram para o uso de aparelhos eletrônicos na vida doméstica e liberalizaram os costumes com um horizonte mais cosmopolita; mas ao mesmo tempo unificaram os padrões de consumo com uma visão nacional. Como os meios eram predominantemente de capitais nacionais e aderiam à ideologia de desenvolvimentista, que confiava a modernização à substituição de importações e ao fortalecimento industrial de cada país, mesmo os atores mais internacionalizados naquele momento – como a TV e a publicidade – nos incitavam a comprar produtos nacionais e difundiam o conhecimento do próprio.

A afirmação de Canclini (2006) contribui para explicar a necessidade de reescrever a história da televisão no Brasil a partir de uma perspectiva descentralizadora, envolvendo aspectos como proximidade, pertencimento e construção das identidades. Conforme Camponez (2002), a proximidade está relacionada à realidade de uma determinada comunidade, não apenas no âmbito territorial, mas também abrangendo outras dimensões (socioculturais, políticas, econômicas e tecnológicas).

No contexto midiático, a proximidade é frequentemente associada ao rádio, uma vez que “[...] com sua trajetória e os serviços proporcionados, apresenta uma inter-relação incontestável. Há uma propensão natural para a regionalização e também para o localismo” (Lima & Lopes, 2016, p. 151). Isso se deve, sobretudo, à ampla inserção do rádio nos territórios

brasileiros, abrangendo desde as capitais até o interior, valorizando os aspectos locais e promovendo um diálogo mais próximo entre o veículo, o território e a audiência. Ao incorporar a informação de proximidade, o rádio consolidou-se na sociedade e, mesmo com a presença do jornalismo televisivo e sua descentralização para a internet, ainda preserva seu vínculo com o local, mantendo a proximidade e reforçando a regionalidade.

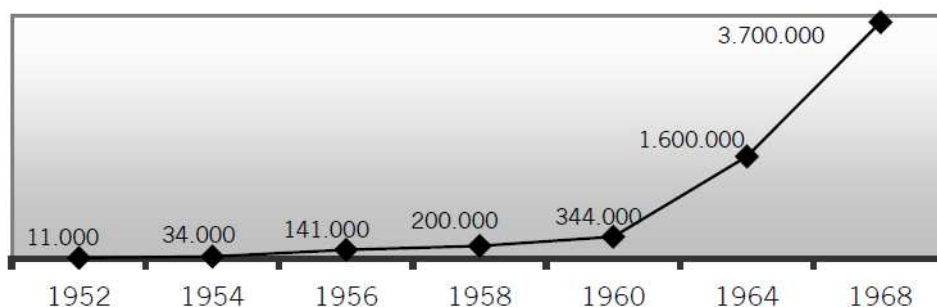
Camponez (2002, p. 108), ao abordar a proximidade, diferencia o regional do nacional, explicitando que:

Nesta linha de pensamento, o que parece distinguir a imprensa regional da nacional tem a ver com as suas formas de organização empresarial e a sua estratégia claramente vocacionada para uma abordagem dos temas tanto mais generalistas quanto generalista se pretende que seja o seu público num território mais ou menos vasto.

Ao relacionarmos esse pensamento com a televisão, podemos compreender com mais clareza as diferenças entre o regional e o nacional. Enquanto o primeiro pode apresentar uma organização empresarial, estrutural e de pessoal mais próxima do seu território, de seus sujeitos e demais características (sociais, culturais, políticas, econômicas e tecnológicas), o segundo tende a se estruturar a partir de uma perspectiva mais generalista, buscando a homogeneização e a ampliação da audiência – uma vez que um de seus objetivos é o alcance da grande massa (audiência), especialmente no caso da televisão aberta.

É necessário considerar que a homogeneização e a centralidade da televisão aberta sofreram transformações ao longo do tempo. Na Figura 2, a evolução do número de aparelhos de televisão no Brasil demonstra a predominância e a importância que a TV aberta adquiriu entre 1952 e 1968. Em consonância com as fases de desenvolvimento da TV no Brasil propostas por Mattos (2010), esse período corresponde às fases da TV elitista (1950-1964) e populista (1964-1975). Ou seja, trata-se de um contexto histórico em que os aparelhos e as emissoras de televisão se expandiram, integrando-se aos lares brasileiros e ampliando sua audiência.

Figura 2 – Evolução do número de aparelhos de TV

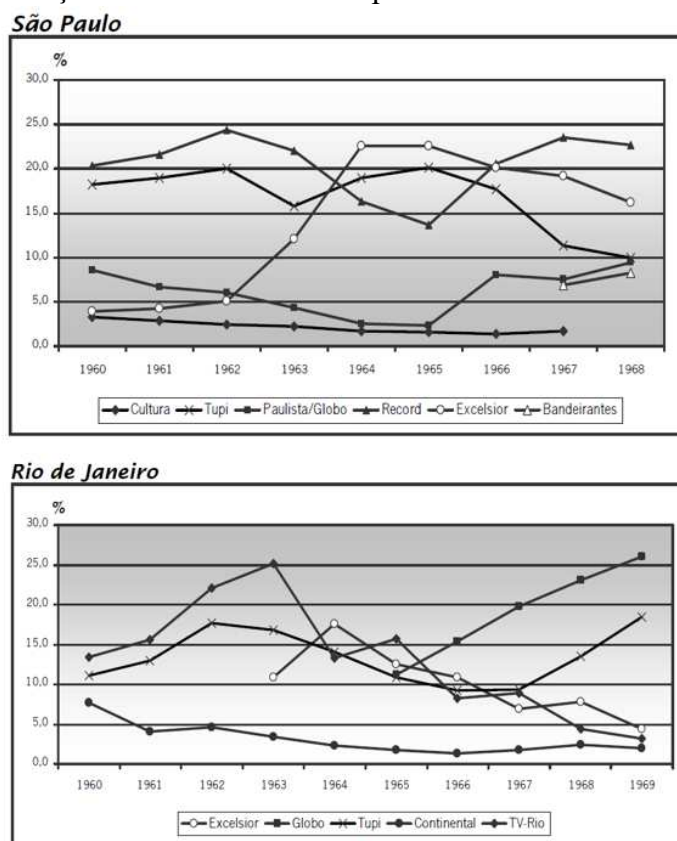


Fonte: Cesop (2008).

Além da evolução do número de aparelhos ao longo da década de 1960, os dados do Cesop (2008) contribuem para a compreensão da realidade da audiência nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, consideradas áreas comerciais centrais. Na Figura 3, é possível identificar a audiência das principais emissoras da década (TV Cultura, TV Tupi, TV Paulista/Globo, TV Record, TV Excelsior, TV Bandeirantes). Ao tomarmos como referência os números do Rio de Janeiro entre 1965 e 1969, podemos refletir sobre algumas questões relativas à relação entre televisão e audiência. O ano de 1965, por exemplo, marcou o início das transmissões da TV Globo, cuja entrada no mercado televisivo brasileiro, como veremos adiante, provocou mudanças e transformações significativas.

Em 1969, ocorreu a inauguração do Jornal Nacional, o telejornal mais longo da história do telejornalismo brasileiro, que permanece até hoje presente na grade de programação da TV Globo. Assim, ao analisarmos o gráfico referente ao Rio de Janeiro, constatamos o crescimento vertiginoso da emissora. De acordo com Ribeiro (2016), esse crescimento da audiência da TV Globo se manteve de forma exponencial entre as décadas de 1970 e 1990, impulsionado pela combinação entre telejornalismo, teledramaturgia e programas de entretenimento (Bolaño; Melo, 2015).

Figura 3 - Evolução da Audiência da TV por Canais na década de 1960



Fonte: Cesop (2008).

Contudo, a partir da década de 1990 surgiu uma nova forma/experiência de assistir televisão: a TV por assinatura ou TV a cabo. De acordo com Brittos (1999), é a fase de multiplicidade da oferta.

Sua ocorrência tem em vista a conjuntura mundial e a posição do Brasil frente a isso, onde inscreve-se a aceleração definitiva da globalização, a partir do fim dos anos 80, com a extinção da maioria das tentativas socialistas, simbolizadas na queda do Muro de Berlim. Os reflexos dessa realidade criam questões singulares do mercado televisivo, que dão visibilidade a este tempo (Brittos, 1999, p. 1).

Na fase da multiplicidade da oferta, o autor explica que os sistemas de televisão por assinatura ampliaram a quantidade de canais, um fenômeno relacionado à aceleração do processo de globalização, à formação e ampliação de conglomerados midiáticos, ao intercâmbio entre corporações transnacionais, à proliferação de formatos de programação mundializados e à transmissão em larga escala de bens desterritorializados (Brittos, 1999). De acordo com Ramos e Martins (1995), a primeira TV por assinatura no Brasil surgiu em 1990, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, no sistema MMDS (Multichannel Multipoint Distribution Service²). A empresa pioneira foi adquirida no ano seguinte, em 1991, pela Editora Abril, que a transformou em TVA.

Posteriormente à chegada da TV por assinatura, outras inovações tecnológicas e transformações mercadológicas impactaram a centralidade da TV aberta, como a massificação da internet, das redes sociais digitais e a emergência do vídeo sob demanda (plataformização). Entre o final do século XX e ao longo do século XXI, os altos índices de audiência da TV aberta sofreram mudanças. Conforme revela a reportagem do Nexo Jornal³:

A audiência da TV aberta seguiu em queda a partir dos anos 2000, quando a internet se expandiu e popularizou no país. De 2001 a 2020, todas as emissoras de sinal aberto, com exceção da Record, caíram em audiência e *share*. A Globo, que ainda lidera, perdeu 20% de seus telespectadores nessas duas décadas. O declínio é atribuído a uma mudança de comportamento dos espectadores quanto ao consumo de informação e entretenimento, motivada pelo surgimento de novas mídias e por um desgaste com relação à estrutura de programação da TV tradicional (Nexo Jornal, 2020, online).

São essas transformações que possibilitaram a existência dos mais variados tipos e modelos de televisão na internet, desde o formato das emissoras até a produção audiovisual com características intrínsecas à TV aberta e comercial. No próximo capítulo, exemplificaremos essa diversidade por meio do mapeamento das experiências televisivas em

² Na tradução para o português: Serviço de Distribuição Multicanal Multiponto.

³ Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/explicado/2020/09/17/tv-brasileira-da-hegemonia-a-disputa-com-novas-plataformas>. Acesso em: 26 abr. 2024.

Juazeiro do Norte. Assim, para refletir sobre a proximidade e sua relação com a televisão, partimos da proposição de Raimundo (1991), que apresenta as vertentes da lei de proximidade a partir de quatro eixos:

Quadro 3 – Vertentes da lei de proximidade

Vertentes do conceito de proximidade	Características
Geográfica	É iniciada na rua do bairro e vai sendo alargada para a região, pelo país a fora.
Temporal	Marca a distância do sujeito face ao momento em que se deram os acontecimentos (ontem, hoje, amanhã, na História).
Psicoafetiva	Integra valores como o sexo, a vida e a morte, a segurança, o dinheiro e o destino.
Social	Diz respeito a temáticas relacionadas com a família, a profissão, a classe social, a religião, a ideologia ou a política.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Raimundo (1991).

Para além das vertentes, também utilizamos a proposta de classificação na construção de um mapa jornalístico do Brasil, em que Santos (1959) delimitou quatro eixos de atuação da mídia. Ainda que o geógrafo disserte sobre o jornalismo, consideramos válido expandir a visão e aplicá-la aos estudos em televisão.

Quadro 4 – Eixos de atuação midiática no Brasil

Eixos	Descrição
Nacional	Circula na capital da República e em São Paulo, nas capitais estaduais e em camadas restritas das cidades servidas por linhas aéreas diárias.
Estadual	Cobre a superfície do estado respectivo. Sua função regional é, porém, tanto mais reduzida quanto mais desenvolvida a economia provincial e a sua rede de transportes.
Regional	Circula em sua área respectiva, sofrendo nas bordas a concorrência da região vizinha.
Local	Atende a interesses do lugar onde atua e não raro a problemas de natureza efêmera, animando-se ao sopro de paixões momentâneas, que marcam geralmente o seu tempo de vida ou renascimento

Fonte: elaborado pelo autor baseado em Santos (1959).

A partir dos dois quadros, podemos refletir sobre como a proximidade é alterada ao transitar de um quadro macro (como o nacional) para um quadro micro (como o local). Isso nos direciona a discutir a questão do pertencimento entre a televisão e a sociedade. De acordo com Gonçalves (2020), o discurso de pertencimento não se limita aos laços entre a mídia e seu público, mas também engloba o mercado, com seus interesses, necessidades e desejos. Ao abordar a realidade do telejornalismo, a autora explica que a proximidade também está presente na “[...] escolha dos personagens, imagens e enfoques dados a determinadas matérias”

(Gonçalves, 2020, p. 58). Dessa forma, é por meio da proximidade que se tornam visíveis os vínculos mais fortes de pertencimento, englobando a busca pelas diferentes identidades na TV.

Assim, debater a questão da visão nacional na história da televisão também nos leva a (re)pensar a construção das identidades. Sobre essa questão, a partir da ideia de unificação, Hall (2006, p. 7) explica que:

A questão da identidade está sendo extensamente discutida na teoria social. Em essência, o argumento é o seguinte: as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado.

Por “velhas identidades” compreendemos a maneira como a televisão, historicamente, apresentou seus programas e seu relacionamento com a audiência: uma massa homogênea que privilegiou a constituição de uma ideia de televisão nacional em detrimento das diferenças locais e regionais. Essa realidade se consolidou com a implantação do Jornal Nacional, em 1º de setembro de 1969, e com o projeto de criação da televisão em rede, visando à integração nacional.

Contribuindo com a discussão sobre identidades, Canclini (2006) enfatiza a importância dos movimentos de desterritorialização, reterritorialização e desmassificação, assim como a influência das formas locais na interação entre diferentes localidades e identidades com os ambientes midiáticos. Isso contribui para um deslocamento da visão nacional para uma visão local na televisão. No âmbito nacional, determinados territórios, como o Nordeste, são frequentemente representados nas telenovelas como um eterno sertão, associado ao “[...] mundo dos coronéis, do atraso [...], sotaques e reminiscências de um Nordeste que não existe [...] No Nordeste das telenovelas da Globo e da teledramaturgia em geral, não existem arranha-céus, nem informática ou telefonia celular” (Gomes; Trotta; Lusvardi, 2010, p. 182).

Diante do exposto, e como introdução à discussão sobre a necessidade de reescrever e repensar a história da televisão brasileira, destacamos a importância do vínculo local para a diversificação e ampliação das narrativas sobre as imagens locais no Brasil. Afinal, “[...] o local oferece uma resposta que privilegia a diversidade, as diferenças, a multiplicidade das escalas e das forças das pequenas unidades” (Bourdin, 2001, p. 28). No entanto, essa realidade ainda não é tão enfatizada quando comparada à centralidade da história da TV no Sudeste brasileiro.

Portanto, consideramos pertinente aprofundar a discussão para compreender a relação entre televisão e território. Compreender a presença da televisão em Juazeiro do Norte, a partir da trajetória da TV Padre Cícero, significa discutir seu papel e diálogo com o território

e seus sujeitos – bem como registrar uma história da televisão a partir do contexto local. Isso nos permite refletir, identificar e analisar os elementos, atravessamentos e implicações da presença da televisão em uma determinada realidade geográfica, histórica, social, cultural, política, econômica e tecnológica. Assim, passamos a discutir os conceitos de televisão de proximidade e televisão do/no interior.

2.2 Televisão e território: compreendendo a TV Padre Cícero

Nesta seção, discutimos a relação entre televisão e território, tendo como foco a TV Padre Cícero e Juazeiro do Norte. Dentre as cinco relações possíveis (TV comunitária, TV local, TV regional, TV de proximidade e TV do/no interior), buscamos explorar especificamente dois conceitos: televisão de proximidade e televisão do/no interior. A escolha desses conceitos territoriais decorre do entendimento de que ambos se destacam entre os demais para compreendermos as especificidades da presença da televisão no interior cearense, além de serem pouco explorados no âmbito acadêmico e científico brasileiro. Assim, iniciamos a discussão abordando conceitos fundamentais antes de adentrarmos no nosso objetivo central, tais como os conceitos de território, territorialidade e multiterritorialidade, que permitem diferentes modos de compreensão de um dado território. Em seguida, aprofundamos a discussão sobre os dois conceitos de televisão e território.

2.2.1 Território, territorialidade e multiterritorialidade

A etimologia da palavra território tem origem no latim *territorium* (Dicionário Online de Português, 2025), derivada do vocábulo terra, significando uma determinada parcela de terra apropriada e administrada politicamente. Todavia, o conceito de território não é concebido de forma consensual entre os pesquisadores, pois apresenta diferentes concepções conforme influências históricas. No campo geográfico, o conceito tem sido alvo de intensos debates ao longo do tempo. Souza (1995, p. 78) define território como um “[...] espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder”, estabelecendo processos de domínio e influência sobre o espaço. Essa perspectiva pode ser facilmente relacionada às interações entre território e meios de comunicação, por exemplo.

Haesbaert (1997), partindo da percepção de Souza (1995), compreende o território como um espaço dominado e controlado politicamente a partir das relações de poder. Contudo, ele acrescenta duas dimensões: a simbólica e a afetiva. Para Haesbaert, o território é um espaço apropriado tanto material quanto imaterialmente, repleto de significados e sentidos. “O território, assim, em qualquer acepção, tem a ver com poder, mas não apenas com o tradicional

‘poder político’. Ele diz respeito tanto ao poder no sentido mais concreto, de dominação, quanto ao poder no sentido mais simbólico, de apropriação” (Haesbaert, 2004, p. 16). É interessante observar como essas conceituações, tanto de Souza (1995) quanto de Haesbaert (1997, 2004), dialogam com a noção de território midiático, no sentido de apropriação simbólica, poder e dominação, podendo ser direcionadas para uma análise dos territórios televisivos.

Ao relacionarmos o conceito de território com o contexto televisivo, a ideia de poder apresentada pelos autores corrobora com a compreensão do processo de demarcação da produção televisiva por determinados grupos midiáticos (como exploraremos no próximo capítulo, ao analisarmos a TV Tupi e a TV Globo). Além disso, o território também opera como um elemento de pertencimento e construção de identidades. De acordo com Medeiros, Valduga e Lindner (2017, p. 99), “A identidade pode estar associada aos sujeitos e também aos objetos. São valores simbólicos ligados a uma identidade carregada de subjetividade e objetividade simultaneamente”. Dessa forma, a identidade, mais do que o próprio território, age como um elemento de significação e artificialização para a constituição territorial (Medeiros, 2009).

A diversidade dos territórios possibilita a construção de novas identidades, algumas vezes em oposição aos interesses de grupos historicamente hegemônicos, especialmente no âmbito das empresas televisivas. Os significados, sentidos e valores de um dado espaço geográfico e sociocultural não são inerentes à natureza, mas construtos sociais inventados e reinventados ao longo do tempo. Dessa maneira, torna-se necessário refletir sobre as concepções de territorialidade e multiterritorialidade. A territorialidade refere-se às dimensões políticas, econômicas e culturais e às formas de organização dos sujeitos no espaço (Haesbaert, 2010). Ou seja, diferentes territórios coexistem, formando uma territorialidade ampla. Assim, limitar-se a uma abordagem estritamente geográfica é insuficiente para a compreensão dessas dinâmicas.

O segundo conceito apresentado por Haesbaert (2010) é o de multiterritorialidade, que surge como uma alternativa conceitual, pois “[...] estamos, na maior parte das vezes, vivenciando a intensificação e complexificação de um processo de (re)territorialização muito mais múltiplo, ‘multiterritorial’” (Haesbaert, 2010, p. 19). A multiterritorialidade abrange a conexão digital, a expansão territorial e a noção de identidade e pertencimento que extrapola o domínio do espaço físico, interagindo com novas formas de comunicação e relações entre território e sujeitos. Mas como o conceito de território se relaciona com a televisão, e especificamente com a TV Padre Cícero? É o que discutiremos a seguir, a partir das noções de televisão de proximidade e televisão do/no interior.

2.2.2 *Televisão de proximidade*

De acordo com Coelho (2007), televisão de proximidade é aquela que emite conteúdos produzidos dentro de uma determinada comunidade e a ela relativos. Assim,

[...] entre a televisão e seus destinatários estabelece-se um pacto comunicacional, um acordo, que assenta a sua base na vontade comum do progresso e desenvolvimento da comunidade. O instrumento desse pacto é, de facto, os conteúdos emitidos por estes canais, definidos a partir de problemas comuns da comunidade e susceptíveis de promoverem a participação dos destinatários dos debates e discussões suscitados pela emissão desses conteúdos (Coelho, 2007, p. 321).

Contudo, ainda conforme o autor, esse conceito não é plenamente observado na prática. Por isso, ele buscou explorá-lo em termos de possibilidades de concretização. É importante destacar que o conceito de televisão de proximidade tem sido amplamente pesquisado no contexto da televisão portuguesa, aproximando-se do cenário de investigação brasileiro, especialmente no que os pesquisadores compreendem como televisão local e televisão regional. Tanto a televisão local quanto a regional são concebidas a partir de uma perspectiva de aproximação com o território e os sujeitos, considerando dimensões geográficas, históricas, sociais, culturais, políticas, econômicas e tecnológicas. Essa abordagem é amplamente discutida nos estudos de Bazi (2001), Peruzzo (2005), Fabbri Júnior (2006), Tourinho (2007), Meneses (2010), Deolindo (2013), Aguiar (2016), Carvalho (2019) e Fonseca (2021).

Todavia, entendemos que a discussão desses conceitos (local e regional) pode ser mais explorada a partir da ideia de televisão de proximidade. Além disso, com base no estudo de Coelho (2007), compreendemos que a televisão de proximidade apresenta uma característica particular: maior penetração nas regiões do interior, promovendo um consumo televisivo que funciona tanto como um instrumento de reforço da identidade quanto de coesão entre sujeitos pertencentes a uma mesma comunidade. Ou seja, essa abordagem nos permite um melhor diálogo com a TV Padre Cícero, não apenas devido à sua localização geográfica (no sul cearense), mas também pela forma como essa experiência televisiva em Juazeiro do Norte tem buscado reforçar a identidade local por meio de sua programação.

Outra característica defendida por Coelho (2007) é a ideia de que essas televisões atuam como uma forma de resistência ao poder das elites locais. No entanto, até que ponto isso realmente ocorre na prática? O caso da TV Padre Cícero é pertinente para refletirmos sobre esse questionamento, uma vez que, funcionando inicialmente de forma independente (como uma WebTV), a partir de 2019 passou a utilizar o sinal da TV Juazeiro (concessão da prefeitura de Juazeiro do Norte). Dessa forma, passou a integrar também os interesses da política e das elites

locais na manutenção de uma emissora local de televisão. Nesse caso, ainda podemos falar de uma televisão que resiste ao poder público?

No sentido atribuído por Coelho (2007), a televisão de proximidade tem a capacidade de transformar a comunicação em uma força produtiva e geradora de integração social, atuando como uma espécie de guardião da democracia. Isso porque os meios de comunicação, como um dos pilares da sociedade, têm entre suas funções o progresso do ser humano, a preservação dos valores e o fortalecimento do espaço público. Assim, a concepção atribuída à televisão de proximidade parte da “[...] obrigação de dar voz a todos os implicados no acontecimento, o que supõe a integração das opiniões marginais e de conflito” (Coelho, 2007, p. 321). Dessa forma, surge outro aspecto fundamental desse conceito de televisão: a sua função social.

Na busca pela democratização da comunicação, por uma participação mais ativa da população e pela integração das diversas opiniões, a televisão de proximidade:

O cumprimento dessa função social determina, igualmente, que, ao mesmo tempo que esses *media* dotam os cidadãos dos instrumentos que lhes permitem questionar a política e os políticos, favorecem a participação desses destinatários no processo de tomada de decisão, contribuindo para atenuar, por isso mesmo, o fosso que os separa da elite (Coelho, 2007, p. 322).

Cabe destacar mais uma observação: ao refletir sobre a televisão de proximidade, como no caso da TV Padre Cícero, Coelho (2007) ressalta esse modelo de televisão na produção jornalística, permitindo que os cidadãos participem, tenham voz e opinem sobre os acontecimentos, além de possibilitar a produção de pautas voltadas para os problemas da comunidade onde a emissora está inserida. Ou seja, é a partir desse recorte que se pode observar a função social da televisão de proximidade. Todavia, a TV Padre Cícero não apresenta programas jornalísticos ou informativos. Conforme entrevista concedida pelo fundador da TV para a construção desta pesquisa, a produção de conteúdo jornalístico exige um alto investimento financeiro (uma realidade distante do atual cenário da empresa) e, por isso, a TV Padre Cícero optou por não produzir jornalismo.

No entanto, seria esse o único motivo para a ausência de jornalismo na programação da TV Padre Cícero? Ou essa escolha também estaria relacionada ao fato de que essa experiência televisiva interage diretamente com o cenário político de Juazeiro do Norte, incluindo a prefeitura? Essa relação poderia gerar uma disputa de interesses entre os agentes políticos, que desejam manter a concessão da emissora, mas evitam investir em produção jornalística, alegando falta de recursos financeiros, conforme apontado pelo próprio fundador da TV Padre Cícero.

Embora não se refiram especificamente à televisão, os estudos de Camponez (2002) sobre a proximidade midiática oferecem subsídios para a compreensão desse conceito. De acordo com o autor, a proximidade é vista como um esforço para comunicar conteúdos pertinentes a um determinado público, funcionando como uma estratégia para fidelização da audiência, ao mesmo tempo em que descentraliza o exercício do poder midiático. Ademais, é fundamental considerar a existência de um pacto comunicacional entre emissor e receptor, visto que a televisão de proximidade contribui para o desenvolvimento do indivíduo, do espaço público e do território. Dessa forma, ela se configura como uma forma de resistência às grandes mídias e às consequências da globalização (Coelho, 2005), especialmente no contexto de experiências televisivas descentralizadas.

Refletindo sobre o território midiático de proximidade, Camponez (2012) apresenta algumas características, tais como: a proximidade enquanto valor-notícia e produto comercial; a necessidade de compreendê-la além do âmbito territorial e geográfico; a lógica de criação de interesses e fragmentação do público; e a possibilidade de produção de conteúdos mais intimistas. Com isso, a experiência de proximidade se torna um diferencial entre os territórios midiáticos distantes das grandes capitais.

Para Veríssimo (2012), a televisão de proximidade é um motor fundamental para o desenvolvimento político, cultural e econômico das comunidades, estando diretamente ligada ao fortalecimento das identidades. Esse fenômeno é resultado do processo de descentralização midiática, que reivindica o reconhecimento das especificidades culturais. A abordagem de Veríssimo nos leva a analisar o contexto de produção da TV Padre Cícero. Os seus dois programas principais (*Panorama Regional* e *Leriado*), além das transmissões das missas do padre Cícero, são exemplos da busca por uma televisão de proximidade, ao menos em termos de conteúdo. Como afirmam Spà, Garitaonandía e López (1999, p. 18-22), “[...] a televisão de proximidade designa as experiências de emissão em pequena e média escala dirigidas à comunidade, e cujos conteúdos sobre o território de referência se refletem nos níveis de audiência”.

No que diz respeito à televisão de proximidade nos contextos português e espanhol, Costa (2018, p. 4) explica que “[...] a televisão de proximidade procura espelhar e interpretar as circunstâncias de uma comunidade através da produção local”. Entretanto, assim como Coelho (2007), o autor enfatiza que “[...] poucos têm se debruçado sobre a televisão de proximidade, seja pelos anacronismos do mercado, pelo desinteresse dos agentes políticos e econômicos, ou pela visão nem sempre esclarecida dos próprios mídia, sociedade civil e demais entidades dinamizadoras” (Costa, 2018, p. 52). Durante esta investigação, observamos esse

desinteresse. Ao analisarmos os registros e trajetórias das emissoras de Juazeiro do Norte, constatamos que há pouquíssima documentação sobre o assunto.

Pensar a televisão de proximidade também significa refletir sobre a presença da televisão em territórios descentralizados, que, conforme Cádima (2006, p. 53), “[...] é um dispositivo partilhado, uma vida simbólica comum, o que, em última instância, pode ser visto como uma estratégia de agenciamento de conteúdos e de saberes”. A presença da televisão nesses territórios também se vincula ao processo de desenvolvimento local e regional, que depende da existência de um sistema comunicacional integrador, promovendo a expressão da cidadania e da sociedade civil. Nesse sentido, a televisão de proximidade é um dos pilares essenciais na revitalização dos espaços públicos locais e regionais (Coelho, 2005; Rebelo, 2011).

Entretanto, há questões que precisam ser consideradas para garantir um funcionamento eficiente dessas televisões, como os fatores endógenos (investimento tecnológico, viabilidade econômica e enquadramento legal) e os fatores exógenos (mercado publicitário, perspectiva política, mapa administrativo e grau de desenvolvimento econômico), conforme aponta Costa (2018). Caso contrário, as televisões localizadas fora das capitais (onde estão situadas as grandes empresas televisivas) podem apresentar uma estrutura organizacional frágil, além de uma clara deficiência em recursos humanos, o que impacta diretamente na confiança dos anunciantes e na preferência dos espectadores.

Ao analisar a implantação da TV Padre Cícero sob essa perspectiva, percebemos que não houve um planejamento mais detalhado para a inauguração dessa primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte. Em vez disso, o que se observa é que, com base nos recursos disponíveis – tanto em conhecimento sobre o funcionamento de uma emissora de televisão (desde os equipamentos até a gestão administrativa) –, seu surgimento esteve mais ligado a um desejo pessoal e a um sonho, quase como um impulso, do que a uma estratégia consolidada de negócio. Ademais, no caso da TV Padre Cícero, também identificamos um fator presente nessas televisões descentralizadas, apontado por Costa (2018, p. 29-30):

Enquanto que os canais tradicionais, do hertziano ao cabo, adotavam linguagens mais próximas do multimídia, transpunham para a rede parte da oferta ou criavam conteúdos e serviços adicionais, estes novos *media* [como nos casos das TVs descentralizadas], valendo-se da proximidade e da interatividade proporcionada pela plataforma, procuravam uma identidade própria por via dos mesmos formatos e gêneros.

Visando comparar o que foi explicitado pelo autor com o cenário televisivo de Juazeiro do Norte, Rodrigues e Souza (2023), em seu estudo sobre o funcionamento da WebTV

TV Mãe das Dores, destacam que a busca pela proximidade com o modelo clássico de televisão (broadcast) integra a estratégia desse modelo televisivo. Dessa forma, retomando o questionamento anterior (será a TV Padre Cícero uma televisão de proximidade?), conforme a proposta idealizada pelo autor desta tese, podemos respondê-lo parcialmente de maneira afirmativa.

Isso porque a TV Padre Cícero apresenta algumas características alinhadas ao conceito de televisão de proximidade, como a programação voltada para o território local, o sentimento de pertencimento e o reforço das identidades regionais. No entanto, a função social associada à comunicação democrática, à participação popular e à presença ativa do público não é identificada nessa emissora. Esse fator pode estar relacionado à ausência de uma programação jornalística, já que sua grade se aproxima mais do entretenimento.

Portanto, compreendemos que o conceito de televisão de proximidade se caracteriza pela busca de aproximação com as comunidades, expandindo a comunicação para além dos grandes centros urbanos e englobando aspectos sociais, culturais, históricos, políticos, econômicos e tecnológicos. Além disso, permite que os sujeitos locais passem a (re)conhecer seu território na televisão. Assim, ao contribuir para o campo televisivo, entendemos que a televisão de proximidade é aquela orientada por fatores territoriais, geográficos e culturais, cumprindo a missão de se aproximar do público e funcionando como uma forma de resistência para comunidades descentralizadas.

2.2.3 Televisão do/no interior

Para a construção de uma conceituação de televisão do/no interior, partimos dos estudos sobre mídia, imprensa e jornalismo nesse contexto. Diferentemente do conceito de televisão de proximidade, ainda não há pesquisas especificamente direcionadas à televisão do/no interior. Assim, os estudos de Dornelles (2004, 2010), Costa (2005), Rocha e Zauith (2011), Assis (2013) e Moreira e Deolindo (2013) sobre mídia e jornalismo serviram como base para a formulação do conceito proposto nesta pesquisa.

De acordo com o Dicionário Online de Português (2025), “interior” pode significar: (1) algo situado na parte de dentro, em oposição ao que está na parte de fora (interno); (2) espaço compreendido entre determinados limites (pátio interior); (3) algo relacionado à alma ou à natureza moral (sentimento interior); ou (4) um local cercado por terras ou distante do litoral (nascente interior). O primeiro significado se aproxima da forma como compreendemos a presença da televisão (das emissoras à linguagem) no território interiorano – ou seja, algo

oposto ao território da capital, como é o caso de Juazeiro do Norte. Essa mesma percepção é apontada por Assis (2013) ao estudar a imprensa do interior.

Quando tratamos da imprensa e da mídia no interior, os estudos de Dornelles (2004) são referências. A noção de uma imprensa existente nesse território dialoga com a ideia de comunicação comunitária, pois está voltada para a comunidade e busca atender seus anseios e reivindicações. A autora também compreende esse conceito como algo que não encontra respaldo na grande imprensa, funcionando mais a partir de um aspecto comportamental do que estrutural. Nesse sentido, a imprensa no interior se estabelece de acordo com uma política de vizinhança, na qual o bairrismo e a solidariedade entre os moradores se destacam.

O jornalismo [e a mídia] do interior é muito mais comportamental do que estrutural. Estabelece-se de acordo com a política de vizinhança, a solidariedade, o coletivismo, os valores, a moral, a fé e religiosidade, o respeito humano e a cultura de pequenas populações, sobressaindo-se, por exemplo, o bairrismo e a solidariedade entre os moradores (Dornelles, 2004, p. 3).

Ainda que a autora discorra sobre o jornalismo, podemos direcionar essa concepção para compreender o estabelecimento de uma televisão do/no interior. Identificamos que a TV Padre Cícero apresenta elementos que contribuem para a construção dessa conceituação, especialmente quando consideramos a cultura local de Juazeiro do Norte e seu caráter religioso, representado pela imagem do “Santo do Povo”, que nomeia a emissora.

Dois fatores se destacam nessa discussão: (1) o caráter comportamental desses veículos midiáticos situados no interior do país e (2) a relação de proximidade entre os meios de comunicação e os moradores da localidade. Esses aspectos nos permitiram analisar que a televisão do/no interior se estrutura a partir de um modelo televisivo fortemente influenciado por seu comportamento, impactando diretamente sua organização e funcionamento. No caso da TV Padre Cícero, especialmente após as visitas e entrevistas realizadas na emissora, constatamos que esse caráter comportamental está presente em diferentes dimensões da experiência televisiva local – desde seu modo de operação, sem grandes planejamentos estruturais, até sua própria trajetória de criação e desenvolvimento.

Como mencionado, ao tratar da mídia e da imprensa no interior, Dornelles (2004) enfatiza a perspectiva comunitária. No entanto, ao direcionarmos nossa análise para a construção de um conceito de televisão do/no interior, consideramos mais pertinente refletir sobre seu comportamento e sua proximidade com o território e os sujeitos que o compõem. Esse olhar abrange aspectos geográficos, culturais, políticos, econômicos e tecnológicos mais específicos e delimitados, indo além da proposta de televisão comunitária – campo já amplamente explorado no Brasil, com pesquisas de Peruzzo (2000, 2005, 2008), entre outros.

Além disso, veículos midiáticos situados no interior enfrentam dificuldades relacionadas à manutenção de suas atividades, especialmente no contexto publicitário. Segundo Costa (2005), as empresas midiáticas do interior, além de buscarem sobreviver no mercado, também visam o lucro. Para isso, estabelecem proximidade com órgãos públicos para obter recursos publicitários, sofrem influência do poder público em suas decisões editoriais e contam com uma baixa diversidade de profissionais. Essa análise revela um cenário preocupante para a mídia do/no interior, uma vez que seus principais desafios estão ligados a questões financeiras, estruturais e de sustentabilidade – uma realidade vivenciada no território do Cariri cearense e, possivelmente, em outros contextos interioranos brasileiros.

Ao analisarmos a perspectiva de Costa (2005), no contexto da TV Padre Cícero, constatamos que essa realidade tem sido vivenciada ao longo de seus primeiros vinte e cinco anos de existência (1999-2024). Esse cenário se deve, especialmente, à ausência de um olhar mais empreendedor e/ou mercadológico na gestão dessa experiência televisiva em Juazeiro do Norte – uma característica que também define essa televisão. Dessa forma, organizamos no Quadro 5 as características dos dois modelos de televisão, a fim de apresentar e diferenciar os conceitos analisados. Esse apontamento é essencial para distinguirmos a televisão de proximidade da televisão do/no interior.

Quadro 5 – Características da televisão de proximidade e televisão do/no interior

TV de proximidade	Tv do/no interior
Emite conteúdos produzidos dentro de uma determinada comunidade e a elas relativos	Funciona a partir de um aspecto mais comportamental do que estrutural
Como instrumento de reforço da identidade e um esforço de comunicar conteúdos pertinentes para um determinado público	Apresenta proximidade com o território e sujeitos dentro de um espaço geográfico, cultural, político, econômico e tecnológico
Produção de pautas voltadas para os problemas da comunidade	Enfrenta dificuldades referentes à manutenção das atividades a partir do contexto publicitário
Uma forma descentralizada de exercício do poder	Possui influência do poder público nas decisões editoriais e apresentam uma baixa variedade de profissionais
Fundamental para o desenvolvimento político, cultural e econômico das comunidades	Apresenta uma baixa variedade de profissionais

Fonte: elaborado pelo autor (2026).

A partir do quadro acima, entendemos que a televisão de proximidade sugere um nível maior de profissionalização, organização e estruturação para o funcionamento de uma empresa televisiva. Por outro lado, a televisão do/no interior tende a ser orientada por um viés mais amador, enfrentando problemas estruturais e apresentando comportamentos mais específicos.

Nos estudos de Dornelles (2010), identificamos que a presença da mídia no território interiorano é, em muitos casos, vista como “de segunda categoria” – sobretudo devido à sua estruturação. No entanto, o fato de uma televisão do/no interior ter uma atuação mais restrita, um público mais segmentado e uma infraestrutura mais limitada (tanto técnica quanto de pessoal) não a torna, necessariamente, uma mídia de menor valor. É verdade que essas características podem impor certos limites de produção, como a ausência de programas jornalísticos na TV Padre Cícero ou a falta de uma grade de programação diversificada. Entretanto, esses fatores não devem ser tomados como determinantes de sua relevância ou impacto.

Rocha e Zauith (2011) apontam que a mídia do interior é frequentemente marcada por iniciativas individuais e efêmeras, estando relacionada ao crescimento e desenvolvimento de determinadas localidades e regiões, impulsionadas pela modernização, industrialização e participação do poder público. Essa percepção também se aplica ao contexto da implantação e desenvolvimento da TV Padre Cícero. Desde a chegada do padre Cícero em Juazeiro do Norte, a forte presença da religiosidade, hibridizada com a cultura e o crescimento da cidade, tem contribuído para a descentralização e exploração econômica do território.

Uma das abordagens mais amplas sobre a questão territorial da mídia no interior é discutida por Assis (2013). O autor argumenta que a mídia interiorana se manifesta em territórios opostos aos das capitais, abrangendo tanto o interior das unidades federativas quanto áreas litorâneas ou fronteiriças entre estados. Esse apontamento amplia a compreensão do conceito de interior, que vai além da visão histórica de terras longínquas e distantes dos grandes centros urbanos. Nessas regiões, os veículos midiáticos operam segundo lógicas culturais e sociais próprias, influenciadas por fatores como geografia, economia e política.

Ao se referirem à mídia no interior, Moreira e Deolindo (2013) a entendem como representada por cidades-referência, que compartilham algumas características com as grandes metrópoles. As autoras baseiam-se nos estudos de Milton Santos (1959) e observam que, nas cidades que funcionam como centros regionais, “[...] as oportunidades que o lugar oferece a uma ação comunicativa midiática bem-sucedida também são determinantes para a criação e a manutenção de jornais, emissoras de TV e rádio, revistas, sites etc.” (Moreira; Deolindo, 2013, p. 20).

A partir desse apontamento, compreendemos Juazeiro do Norte como uma cidade-referência. Situada na Região Metropolitana do Cariri, Juazeiro do Norte pode ser vista como a “capital do Cariri” cearense, pois, apesar de ser uma das cidades mais novas, com pouco mais de cem anos de emancipação, seu desenvolvimento urbano, industrialização, polo educacional,

turístico e comercial são fatores fundamentais para destacar a importância que esse território adquiriu ao longo do tempo, tanto para o interior do sul cearense quanto para a economia do estado.

Nesse contexto, a presença dos veículos de comunicação, como a televisão, integra-se ao processo de crescimento exponencial da região. Podemos afirmar que o conceito de televisão do/no interior refere-se a uma televisão que está presente na parte interna do território, em oposição à capital, apresentando um viés comportamental que dialoga com a cultura, a história, a política, a economia e as tecnologias disponíveis. Sua estrutura, por sua vez, opera no sentido de manter a proximidade com seu território e seus sujeitos.

No caso da TV Padre Cícero, destacamos ainda outro fator determinante: a presença da família desde sua fundação até sua operacionalização nos dias atuais. Esse aspecto nos leva a entender que, embora apresente características de ambos os modelos (proximidade e interior), é mais pertinente considerá-la uma televisão do/no interior, especialmente por seu viés comportamental. Seu modo de funcionamento se aproxima mais do artesanal do que do comercial, reforçando sua identidade como uma televisão do/no interior. Assim, a partir dessa discussão, buscamos, a seguir, compreender o processo histórico de expansão e interiorização da televisão, desde as emissoras e grandes conglomerados midiáticos até as transformações decorrentes das experiências televisivas.

2.3 A expansão e interiorização das emissoras de televisão

Compreender a implantação e o desenvolvimento da TV Padre Cícero em Juazeiro do Norte significa abordar, especialmente, dois processos: a expansão e a interiorização da televisão no Brasil. No entanto, esses fenômenos ainda são pouco explorados em estudos acadêmicos, o que dificulta a construção de um referencial teórico consolidado para refletir sobre seus significados e conceitos. Diante disso, buscamos explicitar o que estamos denominando de expansão e interiorização neste estudo.

De acordo com o Dicionário Online de Português (2025), expansão significa: (1) qualidade do que se alarga, amplia e cresce e/ou (2) ato de expandir-se. Ambas as definições dialogam com nosso estudo, pois a expansão da televisão, ao longo do tempo, resultou na ampliação da presença desse aparelho, linguagem e veículo midiático em todo o território brasileiro. Esse processo teve início na década de 1950, com a fundação da primeira emissora do país – a TV Tupi, em São Paulo – e se estendeu até o cenário televisivo atual, caracterizado por uma multiplicidade de ofertas.

Ao tratar da ampliação televisiva, Caparelli (1982) aponta a existência de duas fases: a primeira, marcada pelo oligopólio da Rede Tupi (1950-1960), e a segunda, pelo domínio da Rede Globo (a partir de 1964). Ou seja, uma fase inicial de expansão associada à presença das emissoras e às concessões públicas. Entretanto, essa visão de descentralização apresentada pelo autor hoje se mostra limitada, pois retrata um cenário específico, centrado na presença das emissoras de televisão, nas concessões e nas famílias detentoras do poder midiático (como os Chateaubriand e os Marinho). Esse recorte não contempla o cenário contemporâneo, caracterizado pela diversificação e pelas novas possibilidades de compreensão do que é televisão, especialmente no contexto da internet e dos ambientes digitais (como a plataformização).

Em nossa perspectiva, o fenômeno da expansão da televisão engloba múltiplas formas de existência (e sobrevivência) desse meio, abrangendo desde o aparelho (dispositivo), a linguagem (gramática), a estrutura organizacional e os conteúdos (modo de produção). Além disso, esse espalhamento não ocorreu de maneira uniforme, considerando que a inserção da televisão se deu de diferentes formas e em distintos períodos, tanto no cenário global quanto nos diversos territórios brasileiros. Dessa forma, é essencial considerar os aspectos geográficos, culturais, históricos, econômicos, políticos, tecnológicos e estéticos para analisar o fenômeno televisivo em suas singularidades.

Assim, compreendemos a expansão da televisão como um processo que reflete os interesses e as necessidades de existência e continuidade do veículo, incorporando desde as emissoras, linguagens e conteúdos até os anúncios publicitários e o controle da informação. Ademais, esse fenômeno dialoga, particularmente, com as transformações tecnológicas, como: a ampliação das redes sociais, o uso massivo dos smartphones, a popularização de equipamentos de captação e produção audiovisual, a diversificação das telas e a circulação de conteúdos em novas plataformas.

A expansão televisiva também acompanha as mudanças de cada época. Se, nas primeiras décadas, a televisão era definida pelo aparelho e pelas concessões públicas (radiodifusão), ao longo do tempo, seu conteúdo e formato foram adaptados para dialogar com a miniaturização das telas, o consumo audiovisual em mobilidade, a ascensão das redes sociais digitais e, mais recentemente, a plataformização, abrangendo desde o YouTube até os serviços de streaming. Dessa maneira, fazer televisão atualmente transcende a obtenção de uma concessão pública ou a transmissão via televisão aberta. No entanto, entendemos que o movimento de alargamento continua seguindo a lógica do modelo broadcast.

Diante desse panorama, propomos a construção de diferentes fases da expansão televisiva no Brasil. Nossa proposta de periodização baseia-se nos estudos de Mattos (2010), mas buscamos definir fases mais específicas do que as sugeridas pelo autor:

Quadro 6 – Processos da expansão da televisão brasileira

Processos/Fases	Período	Descrição
Televisor e das emissoras ⁴	1950-1960	Expansão dos aparelhos e das emissoras de televisão pelo território brasileiro (a exemplo da TV Tupi).
Primeiras inovações tecnológicas, popularização da linguagem e da programação oriunda do eixo Rio-São Paulo	1960-1970	Introdução do videoteipe, do sistema micro-ondas e transmissão via satélite. Chegada da Rede Globo, em 1965, de uma popularização da linguagem televisiva e de um modelo de programação em construção.
Afiliação de emissoras, padronização de conteúdo e implantação das antenas parabólicas	1970-1980	Expansão das emissoras a partir da afiliação, visando a presença nos territórios locais brasileiros, a partir da padronização do conteúdo e implantação de antenas parabólicas nos territórios mais afastados.
TV por assinatura e a segmentação da televisão	1990	Início da segmentação de conteúdos, a partir da criação do canal de notícias GloboNews, em 1996.
WebTVs no Brasil	1997	Criação das primeiras experiências com televisão na internet, as chamadas WebTVs, a exemplo da TV UOL, em 1997.
You Tube	A partir de 2005	Início da plataforma televisiva/audiovisual. A plataforma é utilizada tanto por amadores, quanto por profissionais para expandir a presença do conteúdo audiovisual na internet. Além disso, observamos a emergência de produções próprias, os chamados “Canais”, que produzem conteúdos com linguagem e gramática oriundos da televisão broadcast.
Implantação da TV digital	A partir de 2007	Busca pela melhoria da qualidade televisiva, processo de convergência e adoção do sistema de televisão digital.
A televisão nas redes sociais	A partir de 2010	Processo de fragmentação do conteúdo em sites de redes sociais como Facebook, X (antigo Twitter), Instagram e Tik Tok.
TV no streaming	A partir de 2015	Disponibilização do conteúdo televisivo sob demanda em plataformas de streaming, iniciado com o Grupo Globo com o Globoplay, em 2015.

Fonte: elaborado pelo autor (2026).

A periodização de cada fase não tem o objetivo de restringir sua ocorrência ao período indicado, mas sim destacar que, a partir de determinado momento, houve uma maior identificação com a adoção dessas práticas televisivas. Além disso, é importante ressaltar que,

⁴ Neste estudo, adotamos a ideia de emissora, no sentido de uma organização, companhia ou empresa que transmite através da televisão aberta, ou seja, que funciona a partir de uma concessão pública de radiodifusão. Assim, não consideramos as TVs que funcionam na internet como emissoras, mas, sim, como canais de distribuição audiovisual com características, em muitos casos, oriundas do modelo clássico de TV.

em Juazeiro do Norte, nem todas as fases apresentadas necessariamente ocorreram (ou ocorrem), o que reforça a necessidade de uma crítica à história da televisão considerada “brasileira”. Pois, conforme Caparelli (1997, p. 14), “[...] os recortes propostos pelo pesquisador dependem dos objetivos da pesquisa e só têm consistência, em termos acadêmicos, dentro de um contexto de determinados princípios explicativos”. Ademais, partilhamos da visão de Schudson (1993) que de que as transformações na comunicação, e nos meios, influenciam e são influenciadas pelos aspectos culturais, políticos, econômicos e tecnológicos. Com isso, não pretendemos superar, por exemplo, a periodização de Mattos (2010), mas apresentar outros pontos de vista sobre as fases.

Já o fenômeno da interiorização está diretamente relacionado à descentralização da televisão para territórios situados além dos grandes centros urbanos, que, no Brasil, são representados majoritariamente pelas capitais – locais onde a televisão se desenvolveu inicialmente. No caso de Juazeiro do Norte, esse processo de interiorização abrange desde a instalação da primeira antena retransmissora, em 1965, até o surgimento de produções com linguagem televisiva em plataformas digitais, a partir da primeira década dos anos 2000, como no YouTube, utilizado para compartilhamento e acesso a conteúdos audiovisuais.

Assim, seja por meio da implantação de emissoras (próprias ou afiliadas), da criação de WebTVs ou da produção de conteúdo audiovisual nativo digital, o fenômeno da interiorização da televisão está atrelado ao desenvolvimento local, à exploração cultural, política e econômica do território e às mesmas dimensões que possibilitaram a expansão da televisão. O domínio da técnica e da linguagem televisiva extrapola o monopólio das grandes corporações midiáticas (Globo, SBT, Record e Band), abrindo espaço para novas possibilidades de construção de uma televisão que se caracteriza pela proximidade com o público e por marcas e peculiaridades próprias. Essas experiências se diferenciam – sobretudo em qualidade técnica – do padrão tradicional das grandes emissoras, mas ainda seguem a lógica do modelo broadcast, aberto e linear, que estruturou as demais iniciativas televisivas no país.

Dessa forma, compreendemos que a interiorização da televisão é um processo voltado para a inserção do meio televisivo em localidades interioranas do Brasil, valorizando as diferentes realidades e condições de produção a partir de um determinado contexto geográfico, social, cultural, histórico, econômico, político, tecnológico e estético. O objetivo é estabelecer um diálogo mais próximo com a realidade local, considerando a infraestrutura disponível, os sujeitos envolvidos e os elementos que promovem a proximidade, o pertencimento e a construção de identidades.

No caso específico da interiorização da televisão em Juazeiro do Norte, podemos identificar que esse fenômeno ocorreu em diferentes momentos e formatos. Inicialmente, manifestou-se com a implantação da antena retransmissora na década de 1960, que permitiu a captação do sinal da TV Jornal do Commercio, de Recife. Posteriormente, ainda no final dessa mesma década, foi introduzido o sinal da TV Ceará, seguido, em 1970, pela chegada do sinal da TV Verdes Mares, ambas de Fortaleza. No entanto, quando se trata da interiorização da televisão como uma experiência televisiva própria, esse processo só se concretizou no final da década de 1990, com a criação da TV Padre Cícero.

A partir de 2006, surgem as primeiras emissoras com concessão na região, como a TV Verde Vale (2006) e a TV Verdes Mares Cariri (2009). Nos anos seguintes, o cenário de expansão e interiorização da televisão no sul do Ceará passou a contar com novas experiências televisivas, conforme apresentamos em nosso mapeamento no capítulo 3. Diante do exposto sobre o contexto da expansão e interiorização da televisão, destacamos inicialmente as emissoras que foram fundamentais para a ocupação do território brasileiro pela TV, como a Rede Tupi e a Rede Globo. A partir dessas experiências pioneiras, traçamos a trajetória da televisão, desde sua consolidação nas capitais até sua interiorização no Brasil.

Esse panorama nos permite analisar outras formas de espalhamento do meio televisivo, incluindo a digitalização, a chegada da internet e das novas tecnologias, o desenvolvimento de ferramentas e dispositivos digitais e, mais recentemente, sua disponibilização no streaming, impulsionada pelo fenômeno da plataforma televisiva.

2.3.1 A primeira fase: o caso da Rede Tupi

A implantação da televisão no Brasil teve início com a TV Tupi. O primeiro canal televisivo do país, PRF-3 TV Tupi Difusora, foi inaugurado em 18 de setembro de 1950, na cidade de São Paulo. A escolha por São Paulo não foi aleatória. Segundo Reimão (2006), enquanto o Rio de Janeiro era a sede política e cultural do país, São Paulo se consolidava como um grande mercado consumidor, reunindo os principais membros da burguesia e sendo impulsionada pelo desenvolvimento econômico e industrial.

O eixo Rio-São Paulo, na década de 1950, representava o potencial de crescimento econômico, industrial e cultural do Brasil, além de concentrar uma elite social, econômica e intelectual. Nesse contexto, é importante destacar que, nos primeiros anos da televisão no Brasil, os aparelhos televisores eram escassos e possuíam preços inacessíveis para grande parte da população. Assim, a televisão não surgiu como um meio massificado; ao contrário, sua expansão para diferentes públicos ocorreu gradativamente, com o objetivo de ampliar seu

alcance, consolidar prestígio, fortalecer sua presença nos lares brasileiros e viabilizar a arrecadação publicitária.

Na primeira década da TV brasileira (1950-1960), o predomínio do setor esteve nas mãos das Emissoras e Diários Associados, de propriedade de Assis Chateaubriand. A abertura e descentralização das emissoras sob a marca da TV Tupi representou o primeiro grande controle midiático e a construção de um oligopólio, no qual as relações políticas, econômicas e culturais historicamente ligadas aos meios de comunicação desempenharam um papel central. Sobre esse projeto inicial de expansão das emissoras da TV Tupi, Barbosa (2010, p. 21) explica que “[...] os anos 50 seriam marcados pela expansão da televisão como uma rede de imagens nas principais cidades do país: de 1955 a 1961 são inauguradas 21 novas emissoras”. Dessas 21 emissoras, 14 estavam localizadas nas principais capitais brasileiras, conforme apresentamos no quadro abaixo.

Quadro 7– Primeiras emissoras da Tupi nas capitais brasileiras

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

Fonte: Souza e Lima (2022b) baseado em Barbosa (2010).

Na fase de expansão das emissoras, o Nordeste foi contemplado com três canais de televisão nos estados de Pernambuco, Bahia e Ceará. No caso cearense, a TV Ceará, inaugurada em 1960, atendia exclusivamente à cidade de Fortaleza, capital do estado. É importante destacar que, nesse período de crescimento da televisão, as emissoras apresentavam particularidades e singularidades em sua produção televisiva, sempre alinhadas à realidade local. Entretanto, ao contrário das emissoras principais localizadas no Sudeste, essas contavam com uma estrutura mais rudimentar, recursos limitados e uma grade de programação reduzida. Isso nos leva a refletir que Assis Chateaubriand, mais do que popularizar a televisão, buscou expandir a marca da TV Tupi e das Emissoras e Diários Associados pelo país, sem, necessariamente, focar no planejamento, funcionamento e estruturação dessas emissoras.

Esse primeiro movimento de expansão ainda não incorporava todas as novas tecnologias, como o videoteipe e a criação de uma rede de emissoras interligadas, o que só ocorreu na década de 1960. No entanto, não se pode ignorar a relevância das Emissoras e Diários Associados no processo inicial de difusão da televisão pelo território brasileiro. Um marco desse período ocorreu quando a emissora de São Paulo decidiu ampliar suas transmissões para além do público local, ainda nos anos 1950. Ou seja, o processo de expansão começou com a transmissão de conteúdo para além da sede da emissora.

De acordo com Francfort e Viel (2020), buscando desenvolver uma linguagem televisiva própria e utilizar os recursos tecnológicos disponíveis na época, a TV Tupi de São Paulo realizou, em 1955, a primeira transmissão intermunicipal de uma partida de futebol. O evento ocorreu em São Caetano do Sul (SP), no confronto entre São Bento e Palmeiras (de Taubaté). Para essa transmissão, foram utilizados os equipamentos mais modernos e portáteis disponíveis, incluindo uma unidade móvel. Como a distância entre São Paulo e São Caetano do Sul não era tão extensa, foi possível captar o sinal e transmiti-lo ao público (Francfort; Viel, 2020).

O projeto de ampliação das transmissões televisivas da Tupi também tinha como objetivo a integração entre suas emissoras, como as TVs Tupi de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Em 18 de dezembro de 1955, a Região Metropolitana de São Paulo e algumas cidades vizinhas acompanharam, ao vivo, uma partida de futebol diretamente de Santos. Já em 1956, a emissora pretendia realizar a primeira transmissão interestadual entre as TVs Tupi de São Paulo e Rio de Janeiro e, posteriormente, estender a transmissão até a TV Itacolomi, em Belo Horizonte (Francfort; Viel, 2020). Para viabilizar essa iniciativa, foi proposta a criação de uma rede provisória de links via micro-ondas com aproximadamente 500 km de extensão.

É importante lembrar que, nesse período, ainda não havia infraestrutura para transmissão por satélite, tecnologia que só seria desenvolvida na década de 1960 e que possibilitou a formação das redes de televisão como as conhecemos hoje. Assim, com a instalação do link, as emissoras envolvidas puderam transmitir simultaneamente o mesmo programa para seus públicos locais. Para viabilizar essa conexão, foram instalados postos de retransmissão de sinal em dois pontos estratégicos: o Pico do Itapeva, localizado em Pindamonhangaba, no interior de São Paulo, a 2.030 metros de altitude, e o Pico das Agulhas Negras, em Itatiaia, no interior do Rio de Janeiro, a 2.791 metros de altitude.

Graças ao esforço e coragem das equipes 'Associadas' paulista e carioca, o ciclo de transmissões experimentais da cadeia das Emissoras Associadas de Televisão foi iniciado no sábado, dia 7 de julho de 1956, às 17h, quando o escritor Guilherme

Figueiredo, diretor-artístico da Televisão Tupi do Rio de Janeiro, dirigiu uma saudação aos seus companheiros paulistas, diretores, técnicos e artistas, que tanto se empenharam para o êxito da iniciativa. Em seguida, foi apresentado o programa ‘Tarde Esportiva Gillete’, com Rui Viotti. Às 21h30, as duas emissoras se conectaram novamente para a Tupi carioca transmitir para São Paulo o ‘Encontro Entre Amigos’, um programa de entrevistas que contava com uma versão carioca e outra paulista. Para aquela ocasião especial, a apresentadora paulista Lia de Aguiar foi ao Rio de Janeiro para apresentar o programa ao lado da colega Lídia Matos (Francfort; Viel, 2020, p. 412).

A partir dos primeiros movimentos de expansão e deslocamento da televisão, é possível identificar a importância e a centralidade que esse veículo assumiu na sociedade brasileira, especialmente após a popularização e o barateamento dos aparelhos. Inicialmente, a televisão ocupou majoritariamente os territórios mais desenvolvidos, como as capitais. No entanto, em um segundo momento, as emissoras da TV Tupi passaram a se expandir também para o interior, como uma estratégia para ampliar a presença do primeiro grupo midiático brasileiro.

O primeiro processo de descentralização da TV Tupi ocorreu no interior de São Paulo, na cidade de Ribeirão Preto. Conforme destacam Francfort e Viel (2020), em 2 de dezembro de 1959, foi realizada uma transmissão experimental da TV Tupi Ribeirão Preto, Canal 3.

A montagem da TV Ribeirão Preto, a primeira emissora de uma cidade do interior do Brasil, foi realizada pelos próprios diretores e técnicos da TV Tupi de São Paulo. Seu transmissor tinha 500 watts de potência e ficava localizado na cidade vizinha de Cravinhos, de onde alcançava diversas cidades vizinhas (Francfort; Viel, 2020, p. 414).

A escolha do município para a implantação da primeira emissora no interior paulista esteve alinhada ao processo de desenvolvimento da região, impulsionado pela exportação de café e que “[...] fomentava a riqueza do interior, que se destacava economicamente no país” (Hamid; Campi, 2015, p. 33). Dessa forma, compreende-se que os processos de desenvolvimento e modernização dos territórios locais influenciaram diretamente a escolha das localidades para a instalação de uma emissora de televisão. Afinal, quando uma região já é desenvolvida ou está em vias de desenvolvimento, isso indica uma movimentação na esfera do capital econômico, seja por meio de investimentos internos ou externos. E, como a televisão depende de investimentos publicitários, implantar uma emissora em um território em crescimento representa uma oportunidade de explorar e integrar-se a esse processo.

Contudo, se algumas das emissoras dos Diários Associados localizadas nas capitais já enfrentavam dificuldades para seu funcionamento, em Ribeirão Preto a realidade não foi

diferente. Hamid e Campi (2015, p. 36), ao discorrerem sobre a implantação e o funcionamento da TV Tupi de Ribeirão Preto, explicitam que:

No início dos testes da implantação da emissora, existia muita dificuldade técnica na realização das transmissões pelo fato de não haver satélites e outros meios que facilitassem a distância. Então, foram instaladas pela equipe técnica da Tupi de São Paulo, subestações, começando da capital, de quilômetro em quilômetro para que as micro-ondas que retransmitiam a imagem pudessem ser captadas em lugares altos, até chegarem a Ribeirão Preto.

Após a iniciativa pioneira no interior paulista, a Tupi investiu na implantação de outras emissoras de televisão no território interiorano, ainda na década de 1960:

Quadro 8 – Primeiras emissoras da Tupi no interior brasileiro

Emissora de TV	Ano	Cidade	Estado	Região
TV Tupi-Difusora	1960	São José do Rio Preto	SP	Sudeste
TV Mariano Procópio	1961	Juiz de Fora	MG	Sudeste
TV Uberaba	1961	Uberaba	MG	Sudeste
TV Corumbá	1961	Corumbá	MS	Centro-Oeste
TV Coroados	1963	Londrina	PR	Sul
TV Borborema	1966	Campina Grande	PB	Nordeste

Fonte: Souza e Lima (2022b) baseado em Barbosa (2010).

A partir do quadro acima, identificamos que a região Sudeste ainda concentra o maior número de emissoras no interior dos estados. No entanto, nosso foco recai sobre a TV Borborema, inaugurada em 14 de março de 1966, em Campina Grande (PB), mais de uma década antes da chegada de uma emissora à capital do estado, João Pessoa, que recebeu a TV Cabo Branco apenas em 1986.

A expansão da televisão para o Nordeste tinha como objetivo inserir a população no mercado de consumo de bens. Além disso, também contribuiu para a demarcação territorial e a ampliação do poder econômico e político das Emissoras e Diários Associados no interior nordestino. Esse processo foi particularmente relevante em Campina Grande, cidade que, desde os anos 1950, já apresentava um desenvolvimento regional significativo (Azêvedo Filho, 2016). Assim,

[...] a TV Borborema emergia como poder institucional de veicular a mensagem de desenvolvimento econômico e social promovido pela via da industrialização [...] o papel da emissora era simbolizar a cidade, ser o seu veículo de comunicação; comunicação da ousadia, da coragem, do arrojo, do pioneirismo da terra de Campina Grande, de suas elites políticas e econômicas, e de seu povo (Barroso, 1996, p. 35).

Os processos de expansão e interiorização das emissoras, com destaque para a TV Tupi, integram o cenário da primeira fase de existência e crescimento da televisão no Brasil, conforme apresentado no quadro acima, durante a primeira década de sua existência. O foco desse período estava na abertura de novas emissoras e na disseminação de aparelhos televisores,

elementos essenciais para que a população pudesse se familiarizar tanto com o dispositivo quanto com a linguagem televisiva, que ainda estava em construção.

Além disso, a TV Tupi foi responsável pelos primeiros passos na integração da televisão, com a criação da Rede de Televisão Associada no Interior e da Rede Brasileira de Televisão Associada. A Rede de Televisão Associada no Interior teve início a partir da interligação entre a TV Tupi de São Paulo e a TV Tupi de Ribeirão Preto, entre os anos de 1959 e 1960. Essa iniciativa surgiu da experiência realizada entre as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, utilizando a tecnologia de link por micro-ondas, posteriormente aplicada também no interior paulista (Francfort; Viel, 2020).

Em fevereiro de 1960, foram montados os transmissores e receptores de micro-ondas no alto do novíssimo edifício-sede das Emissoras Associadas no Sumaré, para iniciar a formação da rede. O Posto 1 de retransmissão foi instalado no ponto mais alto da Serra do Japi, na cidade de Cabreúva, onde ergueu-se uma torre autossustentada de 20 m. Este posto recebia imagem e som diretamente do Canal 4 do Sumaré, os amplificava e enviava para as cidades de Limeira e Campinas, por meio de um transmissor VHF (*Very High Frequency*) com 250 watts de potência. Em geral, além de enviar o sinal para outras regiões do estado, cada posto de retransmissão da rede também contava com uma estação na faixa de VHF para transmissão local dos sinais da Televisão Tupi de São Paulo. Os enlaces entre as retransmissoras eram feitos ou por transmissores de VHF ou de UHF (Francfort; Viel, 2020, p. 415).

A implementação do projeto ocorreu de forma totalmente manual e embrionária. Os pontos de ligação eram estabelecidos um a um pelos técnicos da emissora. Com base nos estudos realizados, eram indicados os locais com maior probabilidade de recepção do sinal, viabilizando assim a interligação televisiva. A interiorização da TV Tupi também acarretou mudanças estruturais na cidade (Francfort; Viel, 2020), fenômeno semelhante ao que ocorreu com a instalação da primeira antena de televisão em Juazeiro do Norte, nos anos 1960.

Com a criação da Rede Brasileira de Televisão Associada, a ambição da Tupi tornou-se ainda maior: colocar em prática um plano de cobertura nacional de televisão por meio de uma rede de transmissão terrestre. Como destacam Francfort e Viel (2020, p. 416), “As transmissões em rede eram sugestivas, rendiam qualidade técnica e bom retorno financeiro, além de serem grandes veículos para divulgação de mensagens culturais e intercâmbio entre populações de grandes cidades”. Dessa forma, a Rede Tupi não apenas ampliou seu domínio como oligopólio da comunicação, mas também expandiu sua presença pelo território brasileiro, aumentando a receita publicitária e estreitando relações com políticos e empresários locais.

A formação da Rede Brasileira de Televisão Associada ocorreu por meio da interligação entre: Brasília e Ribeirão Preto com 28 postos de retransmissão; Belo Horizonte e Rio de Janeiro com 8 postos retransmissores; Rio de Janeiro e São Paulo com 2 postos de

retransmissão; São Paulo e Ribeirão Preto com 5 postos retransmissores e; Brasília e Belo Horizonte com 12 postos retransmissores. Conforme Francfort e Viel (2020, p. 417):

É importante ressaltar que diversas outras pequenas emissoras da ‘cadeia associada’, que operavam em cidades interioranas, retransmitiam os sinais que captavam das TVs Itacolomi, Tupi do Rio, Tupi de São Paulo ou Ribeirão Preto, a exemplo das importantes retransmissoras de Juiz de Fora (MG) – a TV Mariano Procópio – e de Campinas (SP). Ou seja, a abrangência dos sinais das Emissoras Associadas realmente seria muito abrangente.

Se a Rede Tupi deu o passo inicial para a consolidação de uma televisão em rede, sua concretização ocorreu com a chegada de uma nova emissora: a Rede Globo. A implantação da emissora da família Marinho aconteceu em um contexto sociocultural, político, econômico e tecnológico mais avançado para a televisão no Brasil. Além disso, foi com a criação da Rede Globo que o projeto de integração nacional, orquestrado durante a ditadura militar, tornou-se realidade. Dessa forma, a televisão foi utilizada como um instrumento de dominação política, beneficiando o regime militar, enquanto as tecnologias desenvolvidas nesse período possibilitaram a expansão da Rede Globo.

2.3.2 A segunda fase: o caso da Rede Globo

Um segundo movimento de expansão e interiorização das emissoras ocorreu a partir da implantação da Rede Globo, em 1965, durante a fase de popularização da televisão (Mattos, 2010). Sua entrada no mercado televisivo brasileiro aconteceu em meio ao cenário político da ditadura militar (1964-1985), cujo um dos objetivos era o projeto de integração nacional. Nesse contexto, a televisão foi utilizada como instrumento ideológico e se beneficiou da infraestrutura técnica e tecnológica militarista.

Além disso, a Rede Globo ingressou no mercado televisivo adotando novos padrões administrativos e promovendo uma modernização no formato das empresas midiáticas. Dessa forma, a partir da ascensão da Rede Globo, houve uma movimentação e transformação no setor, que já estava em expansão com a criação de novas emissoras, como a TV Excelsior (julho de 1960), TV Cultura (setembro de 1960) e TV Bandeirantes (maio de 1967).

Se nos anos 1950 as emissoras de televisão buscavam a construção de um modelo televisivo, a definição de uma linguagem e uma presença mais marcante na vida dos brasileiros, a partir dos anos 1960, identificamos um cenário mais consolidado, com a televisão assumindo um caráter mais industrial. A Rede Globo inaugurou um novo patamar técnico, tecnológico e de modernização no fazer televisivo – um legado que permanece até os dias atuais. Esse processo foi impulsionado por dois fatores principais: de um lado, o interesse da ditadura militar

na busca pela integração nacional e, de outro, a parceria com o grupo norte-americano Time-Life (1962-1968).

É importante destacar que a legislação brasileira não permitia que empresas estrangeiras fossem proprietárias de meios de comunicação no país. Para contornar essa restrição, foi firmado um contrato denominado “assistência técnica”. No entanto, esse contrato serviu apenas para mascarar os verdadeiros proprietários e interesses, além de burlar a legislação vigente. Esse acordo possibilitou: apoio na implantação de uma moderna estrutura administrativa, novos métodos e habilidades de programação; maior controle financeiro e orçamentário; desenvolvimento de equipamentos e engenharia; treinamento especializado da equipe e a operacionalização de uma estação de televisão (Jambeiro, 2001). Dessa forma,

Crescendo à sombra da ditadura militar instalada no Brasil de 1964 a 1985, seu desenvolvimento ocorreu em paralelo com a expansão do capital internacional na economia brasileira e a introdução, bem-sucedida, de alta tecnologia e modernos padrões de gerenciamento no processo de industrialização do País (Jambeiro, 2001, p. 93).

Por meio da combinação entre apelo de massa, caráter artístico e sofisticação técnica, a Rede Globo conquistou o público e o mercado, elevando o nível de competitividade com as demais emissoras, especialmente a partir da década de 1970. Além disso, Caparelli (1982) e Herz (1987) destacam que a organização administrativa, tecnológica e financeira, assim como os mecanismos de controle social e político, desempenharam um papel fundamental na legitimação da televisão.

À medida que os veículos de comunicação se expandiam no país, foram criadas algumas instituições com o objetivo de regulamentar a radiodifusão (rádio e televisão), tais como o Ministério das Comunicações, o Departamento Nacional de Telecomunicações (Embratel) e o Conselho Nacional de Comunicação (Jambeiro, 2001; Leal, 2009; Mattos, 2010). Assim, os militares foram:

Criando condições operacionais para as telecomunicações brasileiras (facilitando o acesso à rede de micro-ondas, cabo coaxial, satélite, televisão a cor etc.), principalmente para o sistema telefônico, o regime militar contribuiu para o desenvolvimento técnico da televisão, a qual também foi usada para promover as ideias do regime autoritário (Mattos, 2010, p. 40).

A expansão da televisão, tanto em relação aos aparelhos quanto às emissoras e à programação, também foi impulsionada pelo surgimento da tecnologia do videoteipe. Essa inovação possibilitou “[...] a integração entre as diferentes emissoras do grupo e a diluição dos custos de produção entre diferentes localidades, permitindo importantes economias de escala”

(Bolaño, 1986, p. 77). Além disso, contribuiu para a construção de um imaginário televisivo sob a ótica do eixo Rio-São Paulo.

Com a criação do Jornal Nacional, em 1969, a conexão entre emissoras de diferentes localidades fortaleceu a integração territorial por meio da imagem televisiva, inicialmente via rede de micro-ondas e, posteriormente, via satélite, consolidando um modelo de televisão em rede – como conhecemos atualmente. O projeto de integração da Rede Globo também se baseou no sistema de afiliação de emissoras, uma vez que, segundo a legislação, um mesmo fundador não poderia deter mais de cinco concessões. Como a família Marinho já possuía o limite permitido por lei, a afiliação tornou-se a estratégia para expandir a presença da emissora pelo território brasileiro.

Em conjunto com esse sistema, Bolaño e Melo (2015) destacam que a consolidação da Rede Globo também se deve a uma programação estruturada na combinação de telejornalismo + programas de variedades + teledramaturgia, elementos essenciais para conquistar o público e consolidar um padrão tecnoestético reconhecido, o chamado Padrão de Qualidade Globo. A partir da formação e estruturação dessa rede televisiva, Ortiz (2001) compreende que a presença massiva da Rede Globo resultou na superação de seu maior concorrente, as Emissoras e Diários Associados (Rede Tupi). Seu sucesso foi impulsionado pelas transformações econômicas e estruturais do país, com a consolidação do capitalismo monopolista, que garantiu um ambiente favorável para a modernização do setor e consolidou a Globo como líder absoluta.

Após essa breve contextualização sobre a entrada da Rede Globo no mercado e suas condições diferenciadas em relação às demais emissoras, destacamos como o processo de afiliação e as transformações no cenário televisivo inseriram a emissora nos processos de expansão e interiorização pelo Brasil. Essa trajetória se inicia com a expansão das emissoras até a presença atual do conteúdo televisivo no contexto da plataformização, com o serviço de streaming Globoplay.

Com a instalação de emissoras próprias nas primeiras capitais (Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Recife) e no Distrito Federal, a Rede Globo demonstrou seu projeto inicial de expansão e interligação entre diferentes cidades e regiões. Entretanto, para viabilizar uma ampla rede de televisão no Brasil, apenas cinco emissoras eram insuficientes.

Assim, teve início o projeto de afiliação de emissoras, tendo como ponto de partida a instalação de um modelo de telejornalismo local. Segundo Fernandes (1996), a Rede Globo buscava regionalizar sua programação, e esse objetivo foi concretizado com a criação da Central Globo de Afiliadas e Expansão (CGAE), responsável por oferecer suporte às emissoras locais

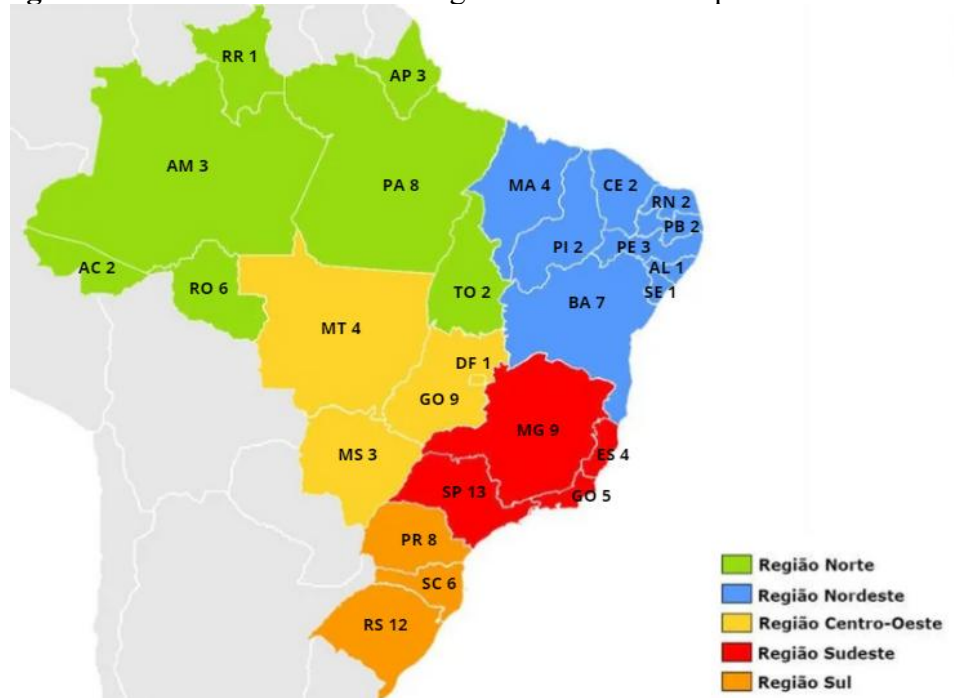
em áreas como programação, engenharia e jornalismo. De acordo com Bazi (2001, p. 24), “Utilizando-se do sistema de afiliadas e filiadas, a Rede montou uma sólida estrutura de emissoras regionais em todo o país”. Com isso,

A partir de 1969, concentrando-se a produção de programas no Rio de Janeiro (uma linha carioca para todo o país) e ampliando-se a rede de operações em bases norte-americanas (isto é, ligações contratuais com emissoras independentes, ditas ‘afiliadas’, nos demais estados), começou a impor-se a Rede Globo de Televisão. A ‘rede’ é um tipo de organização empresarial monopolística, que possibilita uma concentração técnica e burocrática e diminui riscos para os seus elevados investimentos. A rede também é especialmente vantajosa para os investimentos publicitários (Sodré, 2010, p. 102).

Podemos compreender o processo de regionalização, em consonância com o projeto de afiliação, a partir de alguns aspectos: (a) redução dos custos de produção local, uma vez que grande parte da programação é apenas retransmitida da emissora cabeça de rede e enviada para as afiliadas; (b) benefício para as emissoras cabeças de rede, que conseguem disseminar um estilo e formato de programação em todas as cinco regiões do Brasil e; (c) facilidade para emissoras locais com poucos recursos, que conseguem preencher a grade com a programação da emissora cabeça de rede. Entretanto, é importante destacar que as grandes corporações televisivas nacionais também utilizam essas afiliadas para ampliar sua arrecadação publicitária.

Com base no exposto, apresentamos um mapeamento quantitativo das emissoras ligadas à Rede Globo no Brasil (Figura 4). No total, são 123 emissoras de televisão, sendo 5 próprias e 118 afiliadas. Conforme mostrado na figura, a distribuição regional dessas emissoras é a seguinte: Sudeste, com 31 emissoras; Sul com 26 emissoras; Norte com 25 emissoras; Nordeste com 24 emissoras e; Centro-Oeste com 17 emissoras. A concentração do maior número de emissoras no Sudeste reforça o cenário da concentração midiática, uma vez que é nessa região que estão localizadas as principais emissoras cabeças de rede – TV Globo, SBT, Record TV, RedeTV!, Band, TV Brasil e TV Cultura. Assim, na maioria dos casos, são essas emissoras que determinam o conteúdo que será transmitido para o restante do país.

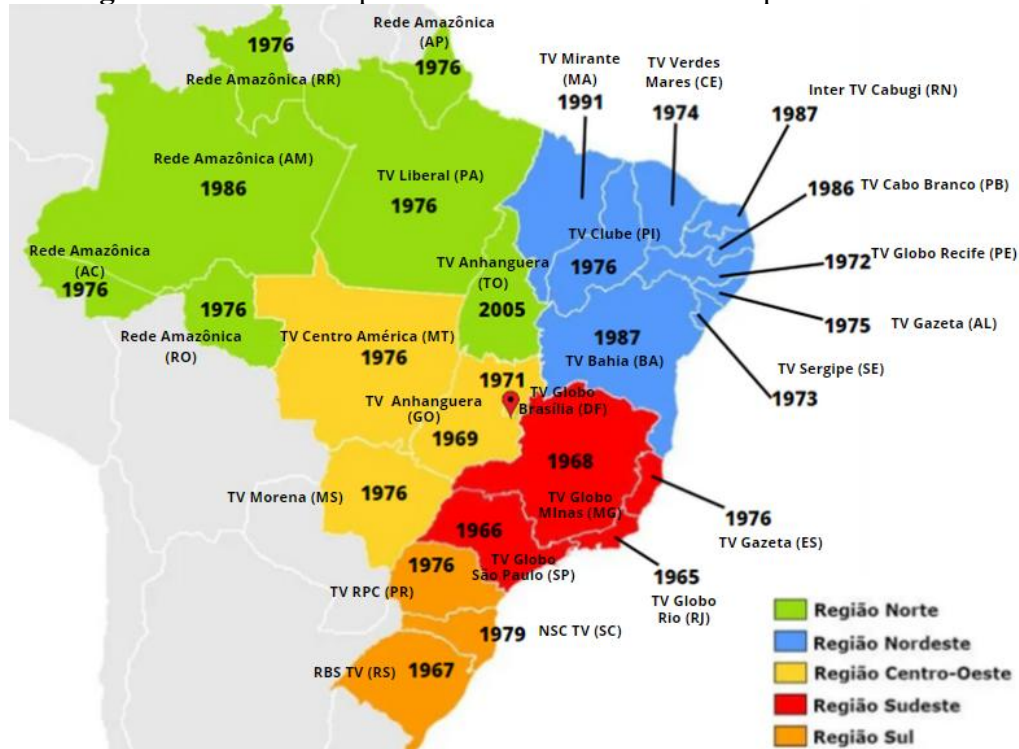
Figura 4 – Número de emissoras ligadas à Rede Globo por estado brasileiro



Fonte: elaborado pelo autor com base no Atlas de Cobertura Rede Globo (2026).

Na Figura 5, mapeamos o surgimento das emissoras pioneiras ligadas à Rede Globo no Distrito Federal e nas capitais dos estados brasileiros. A análise do mapa revela que, ao final da década de 1960, o projeto de expansão da emissora foi direcionado para a Região Sul e, ao longo da década de 1970, estendeu-se para as demais regiões do país (Norte, Nordeste e Centro-Oeste). Os dados indicam que, entre os anos 1960 e o início dos anos 2000, a Rede Globo consolidou sua presença no território brasileiro, desenvolvendo uma programação que, em certa medida, dialogava com temáticas regionais, contribuindo para a construção de um imaginário televisivo nacional.

Figura 5 – Emissoras pioneiras da Rede Globo nas capitais brasileiras



Fonte: elaborado pelo autor com base no Atlas de Cobertura Rede Globo (2026).

Em consonância com o mapa acima, no Quadro 9, inserimos mais informações sobre as emissoras próprias filiadas e afiliadas à Rede Globo (fundador, atual proprietário e ano de fundação).

Quadro 9 – Emissoras próprias e afiliadas à Rede Globo

Emissora	Cidade	Região	Fundador	Proprietário atual	Ano de operação
TV Globo Rio	Rio de Janeiro	Sudeste	Roberto Marinho	José Roberto Marinho	1965
TV Globo São Paulo	São Paulo	Sudeste	Oswaldo Ortiz Monteiro	José Roberto Marinho	1966
RBS TV	Porto Alegre	Sul	Maurício Sirotsky Sobrinho/ Jayme Sirotsky/ Nelson Sirotsky	Eduardo Sirotsky Melzer	1967
TV Globo Minas	Belo Horizonte	Sudeste	Roberto Marinho	José Roberto Marinho	1968
TV Anhanguera	Goiânia	Centro-Oeste	Jaime Câmara	Jaime Câmara Júnior	1969
TV Globo Brasília	Brasília	Centro-Oeste	Roberto Marinho	José Roberto Marinho	1971
TV Globo Pernambuco ⁵	Recife	Nordeste	Roberto Marinho	José Roberto Marinho	1972

⁵ Até o ano de 2021 a emissora TV Globo instalada em Pernambuco era conhecida como TV Globo Nordeste, tendo sua sede na cidade de Recife (PE). Contudo, houve uma mudança de nomenclatura de TV Globo Nordeste para TV Globo Pernambuco, conforme o portal TV História (2017), deve-se ao fato de a cobertura dessa emissora abranger mais o território pernambucano do que a região Nordeste como um todo. Informação disponível em:

TV Sergipe	Aracaju	Nordeste	Nairson Menezes/Francisco Pimentel Franco/Josias Passos	Lourdes Franco	1973
TV Verdes Mares	Fortaleza	Nordeste	Edson Queiroz	Edson Queiroz Neto	1974
TV Gazeta ⁶	Maceió	Nordeste	Arnon de Mello	Fernando Collor de Mello	1975
TV Liberal Belém	Belém	Norte	Romulo Maiorana	Lucidéia Maiorana	1976
TV Clube	Teresina	Nordeste	Valter Alencar	Segisnando Alencar	1976
Rede Amazônica	Porto Velho	Norte	Phelippe Dhaou	Phelippe Dhaou Júnior	1976
Rede Amazônica	Rio Branco	Norte	Phelippe Dhaou	Phelippe Dhaou Júnior	1976
Rede Amazônica	Macapá	Norte	Phelippe Dhaou	Phelippe Dhaou Júnior	1976
Rede Amazônica	Boa Vista	Norte	Phelippe Dhaou	Phelippe Dhaou Júnior	1976
Rede Amazônica	Manaus	Norte	Phelippe Dhaou	Phelippe Dhaou Júnior	1986
TV Centro América	Cuiabá	Centro-Oeste	Eduardo Elias Zahran	Zilmar Melatte	1976
TV Morena	Campo Grande	Centro-Oeste	Eduardo Elias Zahran	Caio Turqueto	1976
TV Gazeta	Vitória	Sudeste	Cariê Lindenberg	Café Lindenberg	1976
RPC	Curitiba	Sul	Nagib Chede	Guilherme Cunha Pereira/Ana Amélia Filizola/Mariano Lemanski	1976
NSC TV	Florianópolis	Sul	Maurício Sirotsky Sobrinho	Carlos Sanchez	1979
TV Cabo Branco	João Pessoa	Nordeste	Milton Bezerra Cabral/Antônio Bezerra Cabral	Ricardo Carlos/ Eduardo Carlos/ Eliane Freire	1986
TV Bahia	Salvador	Nordeste	Antônio Carlos Magalhães	Antônio Carlos Magalhães Júnior	1987
Inter TV Cabugi	Natal	Nordeste	Aluizio Alves	Fernando Aboudib Camargo/ Henrique Eduardo Alves	1987

<https://tvhistoria.com.br/discretamente-globo-deixa-de-usar-nomenclatura-globo-nordeste-em-recife/>. Acesso em: 27 jan. 2025.

⁶ A partir de 28 de setembro de 2025, com a decisão do Supremo Tribunal Federal, a TV Gazeta, deixou de ser afiliada da TV Globo e de retransmitir o sinal para o estado de Alagoas. Segundo as informações do portal G1 Caruaru, o estado de Maceió passará a receber a programação da TV Asa Branca (Caruaru-PE). Informação disponível em: <https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/noticia/2025/09/27/globo-inicia-transmissao-em-alagoas-pela-tv-asa-branca.ghtml>. Acesso em: 29 set. 2025.

TV Mirante	São Luís	Nordeste	Fernando Sarney	Fernando Sarney	1991
TV Anhanguera	Palmas	Norte	Jaime Câmara	Jaime Câmara Júnior	2005

Fonte: elaborado pelo autor com base no Atlas de Cobertura Rede Globo (2026).

No quadro acima, também destacamos a relação de proximidade entre políticos e empresários locais/regionais, muitos dos quais fundaram emissoras ou são seus atuais proprietários. Esse cenário nos leva a refletir sobre a relação histórica entre regionalização e concessões, marcada pelas famílias e sobrenomes que dominaram – e ainda dominam – o setor televisivo no Brasil. Além disso, essa proximidade entre televisão e política não se restringiu às emissoras individuais, mas também se expandiu para grupos e conglomerados regionais. Como aponta Cabral (2016, p. 78), a regionalização da televisão funciona como uma estratégia de expansão e consolidação de poder em determinados territórios, pois:

Os conglomerados de radiodifusão e de telecomunicações no Brasil se organizam na expectativa de legitimar algumas de suas demandas e expandir seus negócios a despeito de limitações legais, perpetuando sua credibilidade junto à população e estabelecendo fluxos e contra-fluxos, ao expandir suas fronteiras e novos negócios.

Marques (2016, p. 34) também destaca que a regionalização parte do cenário da desconcentração econômica, pois:

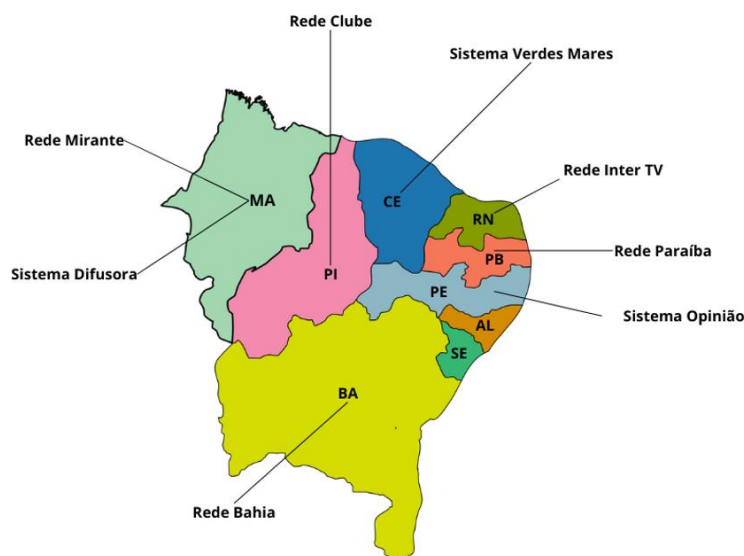
As mudanças que têm ocorrido em função da regionalização do mercado de comunicação brasileiro tem relação com a desconcentração da indústria, o deslocamento de empresas dos mais variados setores de serviços, o desenvolvimento da agropecuária em novas regiões, entre outros, num processo de migração de mercados produtores e consumidores principalmente do Sudeste para outras regiões do Brasil.

Contudo, conforme Cabral (2023, p. 59), é necessário observarmos:

[...] que a realidade brasileira proporciona uma especificidade na compreensão do desenvolvimento do sistema de comunicação no e para o país, especialmente no que diz respeito ao setor privado [...] Dada a concentração do setor, com sua ampla expansão em dimensões territoriais, incluindo as ramificações regionais e locais, os grupos de mídia exercem uma influência determinante.

No contexto midiático nordestino, a regionalização ocorreu em todos os nove estados, alguns com mais de uma emissora e outros possuindo apenas uma emissora de televisão afiliada à Rede Globo. Apenas no caso de Recife (PE) é que a empresa possui uma emissora própria (atual TV Globo Pernambuco, antiga TV Globo Nordeste) desde a década de 1970. Na Figura 6, representamos os grupos midiáticos da região Nordeste:

Figura 6 - Grupos midiáticos regionais nordestinos



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

Averiguamos, assim, que a expansão das emissoras da Rede Globo ocorreu de forma diferenciada em relação à Rede Tupi. A proximidade com a ditadura militar, as inovações tecnológicas e o próprio avanço do mercado televisivo brasileiro foram fatores determinantes para que a empresa da família Marinho consolidasse seu domínio no território televisivo além do eixo Rio-São Paulo. Com as tecnologias estabelecidas nos anos 1960 – introdução do videoteipe, do sistema micro-ondas e da transmissão via satélite – aliadas ao modelo de afiliação e ao apoio gerencial do grupo norte-americano Time-Life, a Rede Globo se preparou para assumir a liderança no cenário televisivo brasileiro.

Dessa forma, a integração da Rede Globo, baseada tanto nas emissoras afiliadas quanto na construção de um imaginário televisivo nacional, está diretamente ligada à produção de determinadas representações sobre o Brasil. Sobre esse projeto, Bucci (2000, p. 47) aponta que: “A TV tem fabricado para o Brasil um Brasil luminoso, eufórico, pacífico, unido demais – exatamente para esconder o Brasil diverso, esquecido, esgarçado”. Assim, a Rede Globo construiu um imaginário de unidade nacional, no qual os indivíduos se identificam como parte de um todo homogêneo.

Como vimos, a expansão inicial da Rede Globo ocorreu pelas capitais, acompanhando o ritmo mais acelerado de desenvolvimento nessas regiões, assim como aconteceu com a Rede Tupi. No entanto, para consolidar sua presença no território nacional, não bastava apenas retransmitir o sinal televisivo: era necessário estabelecer parcerias locais e fortalecer laços regionais. A expansão da afiliação de emissoras para o interior brasileiro tornou-se um caminho estratégico, possibilitado pela colaboração com grupos regionais. Esse

processo viabilizou o surgimento de emissoras afiliadas à Rede Globo em diversas cidades do interior.

Vale destacar que o processo de interiorização da televisão caminhou paralelamente à regionalização e ao modelo de afiliação, promovendo a difusão da TV para diferentes territórios. O primeiro movimento significativo nesse sentido ocorreu no interior paulista, em 1960. Segundo Gonçalves (2020, p. 34): “Foi então com a Rede Globo Oeste Paulista [na cidade de Bauru] que a rede deu início ao processo de interiorização e regionalização, podendo assim cobrir quase a totalidade do estado de São Paulo e se aproximando cada vez mais do seu objetivo final: captar mais anunciantes”.

A Rede Globo Oeste Paulista foi renomeada como TV Modelo, em 1998, e, além de Bauru, outras cidades como Marília, Presidente Prudente, São José do Rio Preto e Araçatuba também receberam emissoras afiliadas (Gonçalves, 2020). Na sequência, destaca-se a criação do grupo Emissoras Pioneiras de Televisão (EPTV), em Campinas, inaugurado pelo empresário José Bonifácio Coutinho Nogueira, em 1979. A expansão do sinal televisivo abrangeu as cidades de Ribeirão Preto (1980), São José do Rio Preto (1986), Varginha (1988), São José dos Campos (1988) e São Carlos (1989). Durante a década de 1990, novas afiliadas foram estabelecidas em Sorocaba e Santos (1992) e Presidente Prudente (1997). Já nos anos 2000, Mogi das Cruzes completou o quadro de cidades do interior paulista que passaram a contar com emissoras próprias.

Dessa forma, a expansão da Rede Globo para o interior paulista resultou na formação do Grupo SPi (São Paulo Interior), consolidando a presença da emissora na região – mais informações disponíveis no Quadro 10.

Quadro 10 – Grupo Spi

Antiga emissora	Emissora atual	Cidade	Ano de fundação
TV Modelo	TV TEM	Bauru	1960
EPTV	EPTV	Campinas	1979
EPTV	EPTV	Ribeirão Preto	1980
TV Progresso	TV TEM	São José do Rio Preto	1986
EPTV Central	EPTV	São Carlos	1989
TV aliança	TV TEM	Sorocaba	1990
TV Vanguarda Paulista	TV Vanguarda	São José dos Campos	1990
TV Tribuna	TV Tribuna	Santos	1992
TV Fronteira ⁷	TV Fronteira	Presidente Prudente	1997
TV Diário	TV Diário	Mogi das Cruzes	2000

⁷ O contrato de afiliação entre a TV Globo e a TV Fronteira foi encerrado em 30 de agosto de 2025. A partir do dia 31 de agosto a TV Tem Bauru passou a retransmitir o sinal da TV Globo para Presidente Prudente e mais 54 cidades no interior paulista. Informação disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2024/12/13/globo-e-tv-fronteira-encerram-contrato-de-afiliacao.ghtml>. Acesso em: 29 set. 2025.

TV Itapetininga	TV TEM	Itapetininga	2003
TV Vanguarda	TV Vanguarda	Taubaté	2003

Fonte: elaborado pelo autor baseado em Rett (2009) e Atlas de Cobertura Rede Globo (2026).

Atualmente, as emissoras do interior paulista estão organizadas em grupos midiáticos (TEM, Vanguarda e EPTV) e emissoras independentes (TV Tribuna, TV Fronteira e TV Diário). O grupo Vanguarda pertence ao ex-diretor da Rede Globo, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni. Já a TV Tribuna integra o Grupo Tribuna de Comunicação, de propriedade do empresário Roberto Clemente Santini. A TV Diário, pertencente ao Grupo Diário de Mogi, cobre 10 municípios no Alto Tietê. Foi fundada pelo jornalista e empresário Tirreno da San Biagio, e atualmente é dirigida por seu filho, Túlio San Biagio. Por fim, a TV Fronteira, sediada em Presidente Prudente e atuante em mais 10 municípios da região, tem como proprietário o empresário Paulo César de Oliveira Lima.

O processo de expansão e interiorização das emissoras reflete o poder político e econômico que se consolidou entre as emissoras cabeças de rede e os grupos midiáticos locais e regionais no Brasil. Esse fenômeno fortaleceu a presença da Rede Globo, expandindo sua influência das capitais para o interior do país. Como mencionado anteriormente, essa consolidação ocorreu, sobretudo, por meio do telejornalismo, da teledramaturgia e dos programas de entretenimento (um tripé fundamental para compreender como os diferentes Brasis passaram a enxergar na televisão apenas um único Brasil: um Brasil ditado pelo Sudeste, mais especificamente pelo eixo da Rede Globo). A partir dessa relação política e econômica, a Rede Globo se espalhou pelo interior do país, um processo que pode ser analisado regionalmente.

Nesse contexto, observamos que a transição do oligopólio da Rede Tupi para a Rede Globo representou uma mudança substancial na forma como a população brasileira se relaciona com a televisão. Lopes e Moura (2024), ao discutirem a ficção televisiva, apresentam a metáfora do “Brasil Profundo”. No entanto, ao aproximarmos essa ideia do tema desta tese, destacamos que, no universo televisivo, essa metáfora pode mascarar a construção de um imaginário televisivo dominado pelo Sudeste brasileiro. Esse processo histórico é fortemente influenciado por duas localidades centrais: São Paulo e Rio de Janeiro, polos políticos, econômicos e culturais do país. Essa dimensão é essencial para compreendermos a trajetória da televisão no Brasil.

2.3.3 Grupos midiáticos regionais, afiliação e interiorização da Rede Globo

A descentralização da Rede Globo ocorreu no contexto da afiliação de emissoras, com a participação de grupos midiáticos locais e regionais – um período que, segundo Caparelli (1982), corresponde à segunda fase de expansão da televisão no Brasil (pós-1964). A aproximação entre esses grupos e as emissoras cabeças de rede não objetivava apenas a implantação de estações televisivas nas capitais dos estados brasileiros, mas também a interiorização. Nesse sentido, a regionalização estabeleceu um modelo próprio de fazer televisão, sobretudo por meio de uma programação que buscava unificar o Brasil através de um imaginário visual homogêneo.

Desse modo, identificamos e apresentamos o processo de interiorização das emissoras afiliadas à Rede Globo em cada uma das cinco regiões do Brasil. Esse mapeamento é fundamental para uma melhor compreensão do domínio dos grupos midiáticos locais e regionais na implantação de emissoras, bem como do histórico de descentralização e da difusão da programação da Rede Globo pelos territórios brasileiros.

Na região Norte, as emissoras do interior (Quadro 10) estão localizadas nos estados do Acre (1), Amazonas (2), Pará (5), Rondônia (3) e Tocantins (1). Constatamos que a expansão e interiorização das afiliadas da Rede Globo ocorreram por meio de diferentes grupos midiáticos, como a Rede Amazônica, a Rede Liberal (das Organizações Rômulo Maiorana) e a Rede Anhanguera (do Grupo Jaime Câmara). Além disso, identificamos também a TV Tapajós, no Pará, pertencente ao Sistema Tapajós de Comunicação.

Os fundadores dessas emissoras locais e regionais estão diretamente ligados aos setores da comunicação (jornalistas), econômico (empresários) e político, muitas vezes exercendo cargos como prefeitos, deputados ou senadores. Essa realidade se mantém desde a implantação da TV Tupi até os dias atuais, em um contexto no qual empresários e políticos detêm concessões públicas – ainda que nem sempre seus nomes constem oficialmente nos documentos. No entanto, são eles que controlam o que se vê e, sobretudo, o que não se vê na televisão.

Quadro 11 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da região Norte

Emissora	Cidade	Estado	Fundador	Proprietário atual	Ano de fundação	Ano de afiliação
Rede Amazônica	Cruzeiro do Sul	AC	Phelippe Daou	Phelippe Daou Júnior/ Cláudia Maria Daou	1980	1985
Rede Amazônica	Parintins	AM	Phelippe Daou	Phelippe Daou Júnior	1976	1986

Rede Amazônica	Itacoatiara	AM	Phelippe Daou	Phelippe Daou Júnior/ Cláudia Maria Daou	1976	1986
TV Liberal	Marabá	PA	Romulo Maiorana	Lucidéia Maiorana	1976	1988
TV Liberal	Parauapebas	PA	Romulo Maiorana	Lucidéia Maiorana	1996	1996
TV Liberal	Redenção	PA	Romulo Maiorana	Lucidéia Maiorana	1976	2006
TV Liberal	Castanhal	PA	Romulo Maiorana	Lucidéia Maiorana	1989	-
TV Liberal	Altamira	PA	Armindo Denardin	Ronaldo Maiorana/Rosângela Maiorana	1993	1993
TV Liberal	Paragominas	PA	Romulo Maiorana	Lucidéia Maiorana	-	-
TV Tapajós	Santarém	PA	Joaquim da Costa Pereira	Vania Pereira Maia	1979	1979
Rede Amazônica	Ariquemes	RO	Phelippe Daou	Phelippe Daou Júnior/ Cláudia Maria Daou	1979	1983
Rede Amazônica	Cacoal	RO	Phelippe Daou	Phelippe Daou Júnior/ Cláudia Maria Daou	1981	1983
Rede Amazônica	Guajará-Mirim	RO	Phelippe Daou	Phelippe Daou Júnior/ Cláudia Maria Daou	1974	1983
Rede Amazônica	Vilhena	RO	Phelippe Daou	Phelippe Daou Júnior/ Cláudia Maria Daou	1977	1983
TV Anhanguera	Gurupi	TO	Jaime Câmara	Jaime Câmara Júnior	1976	1982

Fonte: elaborado pelo autor com base no Atlas de Cobertura Rede Globo (2026).

Ao se referir ao processo de desenvolvimento da região Norte, Cabral (2013, p. 2) explica que “[...] a criação de rodovias, bancos, superintendências e instituições acadêmicas tinha como meta, também, fazer com que a Amazônia fosse vista como um grande polo de investimentos empresariais”. Com esse impulso desenvolvimentista, empresas midiáticas, especialmente as televisivas, passaram a demonstrar interesse em ocupar e explorar esse território a partir da década de 1970. Segundo a autora, foi nesse período que ocorreu a implantação do Sistema Nacional de Telecomunicações, que previa a instalação de pelo menos um canal em cada capital ou grande cidade, visando à integração do país. Esse movimento coincidiu com a expansão da Rede Globo pelo território brasileiro por meio da afiliação de emissoras.

Dessa forma, destacamos a importância da proximidade entre os grupos locais e regionais na dominação midiática, assim como a inserção de empresas oriundas, principalmente, do Sudeste brasileiro. Além disso, é fundamental considerar as oportunidades de negócios e a arrecadação publicitária local como elementos essenciais para o fortalecimento

dos grupos midiáticos nacionais. Com a chegada da Rede Globo, a concentração e a centralização de um imaginário televisivo tornaram-se ainda mais marcantes na televisão amazônica, resultando na supressão na grade de programação.

Para Cabral (2013), os grupos midiáticos vêm se transformando em conglomerados e conquistando o local. “No caso da região Norte, o maior exemplo é a Rede Amazônica de Televisão que, a partir da regionalização, [...] desenvolveu oportunidades interessantes de negócio, como o investimento comercial dos anunciantes nas regiões” (Cabral, 2013, p. 11). Dessa forma, a Rede Amazônica consolidou sua presença na região ao se estabelecer como um grupo midiático de relevância nacional, estreitando laços e negócios com a Rede Globo.

No Nordeste, as emissoras afiliadas do interior (Quadro 12) estão localizadas nos seguintes estados: Bahia (3), Ceará (1), Maranhão (2), Paraíba (1), Pernambuco (2) e Rio Grande do Norte (1). Na Bahia, o processo de interiorização ocorreu por meio da Rede Bahia, o maior grupo midiático regional do Nordeste, fundado pelo ex-governador Antônio Carlos Magalhães (ACM). Além da emissora em Salvador (TV Bahia), a rede conta com outras afiliadas em diferentes cidades do estado: TV Oeste (Barreiras), TV Santa Cruz (Itabuna), TV São Francisco (Juazeiro), TV Subaé (Feira de Santana) e TV Sudoeste (Vitória da Conquista). Esse projeto de expansão e interiorização foi continuado por seu filho, Antônio Carlos Magalhães Júnior, garantindo a manutenção do poder político e econômico que se perpetua de geração em geração, de sobrenome para sobrenome.

Quadro 12 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da região Nordeste⁸

Emissora	Cidade	Estado	Fundador	Proprietário atual	Ano de fundação	Ano de afiliação
TV São Francisco	Juazeiro	BA	Antônio Carlos Magalhães Júnior	Antônio Carlos Magalhães Júnior	1990	1991
TV Oeste	Barreiras	BA	Antônio Carlos Magalhães Júnior	Antônio Carlos Magalhães Júnior	1991	1991
TV Santa Cruz	Itabuna	BA	Antônio Carlos Magalhães Júnior	Antônio Carlos Magalhães Júnior	1988	1988
TV Verdes Mares Cariri	Juazeiro do Norte	CE	Edson Queiroz Neto	Edson Queiroz Neto	2009	2009

⁸ Para além dessas emissoras, acrescentamos a TV Golfinho, localizada em Fernando de Noronha (PE), pertencente ao Sistema Golfinho de Comunicação com propriedade do Estado do Pernambuco. Entre 1985 e 2019, a TV Golfinho era uma emissora afiliada à TV Globo. É importante destacar que a implantação da TV Golfinho ocorreu em 6 de agosto de 1982, ainda no cenário da ditadura militar. Entre 1982 a 1985, era a TV Nacional, emissora governamental sediada em Brasília, que transmitia a sua programação para o arquipélago. Em seguida, a TV Globo, depois a TV Brasil (2010-2013) e atualmente a TV Cultura.

TV Mirante Cacaís	Caxias/Codó	MA	Nagib Haickel	Fernando Sarney	1988	1988
TV Mirante Balsas	Balsas	MA	Francisco Coelho	Fernando Sarney	1979	1982
TV Paraíba	Campina Grande	PB	José Carlos da Silva Júnior	Ricardo Carlos/ Eduardo Carlor/ Eliane Freire	1984	1987
TV Asa Branca	Caruaru	PE	Vicente Jorge Espindola	Inocência de Oliveira	1991	1991
TV Grande Rio	Petrolina	PE	Oswaldo Coelho	Patrícia Coelho	1991	1991
TV Alvorada	Floriano	PI	João Calisto Lobo	Segisnando Alencar	1997	1997
Inter TV Costa Branca	Mossoró	RN	Agnelo Alves	Fernando Aboudib Camargo/ Henrique Eduardo Alves	2015	2015

Fonte: elaborado pelo autor com base no Atlas de Cobertura Rede Globo (2026).

No Ceará, a inserção da Rede Globo no interior do estado ocorreu em Juazeiro do Norte, com a TV Verdes Mares Cariri, pertencente ao Sistema Verdes Mares de Comunicação, fundada pelo empresário Edson Queiroz. A implantação da TV Verdes Mares Cariri simboliza dois movimentos simultâneos: a expansão do grupo midiático regional para o sul do estado, com uma emissora própria, e a afiliação à Rede Globo. Como explicitam Souza e Sales Júnior (2023), o caso de Juazeiro do Norte é peculiar, pois, além da capital Fortaleza, é o único município interiorano cearense onde o Sistema Verdes Mares, em parceria com a Rede Globo, investiu na implantação de uma nova emissora afiliada.

A escolha de Juazeiro do Norte não foi aleatória. Como explicam Souza e Lima (2022a, p. 1), a cidade passou por um expressivo processo de desenvolvimento regional ao longo das últimas décadas, apresentando “[...] um forte crescimento econômico que se mantém, em diferentes níveis, até o contexto atual. Logo, uma emissora de televisão poderia angariar audiência e publicidade com a sua presença para além do território das capitais federais”. Integrando a região do Cariri cearense, Juazeiro do Norte se destaca como um dos principais destinos de turismo religioso do país, sendo uma das rotas da fé. Uma vez que o seu comércio é fortemente influenciado pelo fluxo de romeiros que visitam a cidade.

No Maranhão, a interiorização ocorreu por meio da expansão da Rede Mirante, pertencente ao político Fernando Sarney, irmão de Roseana Sarney e José Sarney Filho. Esse é mais um exemplo de como a perpetuação familiar nos negócios televisivos é uma realidade no processo de expansão e interiorização da televisão no cenário da mídia local e regional. De acordo com Souza e Sales Júnior (2023, p. 9), no Maranhão, as cidades mais desenvolvidas

“[...] funcionam como uma espécie de ‘moeda de troca’ para empresários e políticos investirem na instalação de um veículo televisivo, objetivando tanto a arrecadação publicitária quanto o controle e poder sobre esse território”.

Na Paraíba, a interiorização da Rede Globo ocorreu com a implantação da TV Paraíba, da Rede Paraíba de Comunicação, em Campina Grande. De propriedade de José Carlos da Silva Júnior, empresário e ex-governador do estado, essa emissora é mais um exemplo da relação direta entre os meios de comunicação e o poder político no Brasil. Em Pernambuco, Caruaru e Petrolina são as cidades que abrigam emissoras afiliadas à Rede Globo no interior do estado. A TV Asa Branca, sediada em Caruaru, pertence ao grupo Nordeste de Comunicação, tendo como um de seus acionistas o político Inocêncio de Oliveira. Já em Petrolina, a TV Grande Rio integra o Sistema Grande Rio de Comunicação, fundado pelo deputado Osvaldo Coelho.

Inocêncio de Oliveira, médico e político, exerceu dez mandatos consecutivos como deputado federal e foi presidente da Câmara dos Deputados entre 1993 e 1995. Isso significa que a implantação da TV no interior pernambucano ocorreu enquanto ele ocupava um cargo de grande influência política. Já Osvaldo Coelho, que também exerceu nove mandatos consecutivos como deputado federal, pertence a uma família com forte e histórica presença na política pernambucana. Em Petrolina, por exemplo, diversos membros da família Coelho ocuparam o cargo de prefeito, incluindo Miguel Coelho (2017-2022). No estado do Piauí, a interiorização ocorreu com a TV Alvorada, em Floriano, pertencente ao Sistema Clube de Comunicação, idealizado pelo senador João Calisto Lobo em parceria com a família Alencar. Já no Rio Grande do Norte, a expansão da televisão para o interior aconteceu na cidade de Mossoró, com a Inter TV Costa Branca, integrante da Rede Inter TV, de propriedade do empresário e político Henrique Eduardo Alves.

A interiorização da televisão no Centro-Oeste brasileiro é caracterizada pela forte presença do Grupo Anhanguera, que domina a região com as emissoras afiliadas à Rede Globo no interior de Goiás. Essas emissoras pertencem às Organizações Jaime Câmara, fundadas na década de 1960. A TV Anhanguera está presente em sete municípios, sendo o maior grupo midiático da região central do Brasil (Quadro 12).

No Mato Grosso, a Rede Globo expandiu sua presença por meio da afiliação com a TV Centro América Norte, em Sinop, e a TV Centro América, em Tangará da Serra, ambas pertencentes ao grupo midiático do empresário Ueze Zahran. Já no Mato Grosso do Sul, a programação nacional da Rede Globo é transmitida pelas emissoras TV Morena, nas cidades de Corumbá e Ponta Porã. Essas emissoras fazem parte da Rede Matogrossense de

Comunicação, que, por sua vez, integra o Grupo Zahran⁹. No quadro abaixo, apresentamos as emissoras do grupo localizadas no interior:

Quadro 13 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da na região Centro-Oeste

Emissora	Cidade	Estado	Fundador	Proprietário atual	Ano de fundação	Ano de afiliação
TV Anhanguera	Anápolis	GO	Jaime Câmara	Cristiano Roriz Câmara	1980	1980
TV Anhanguera	Catalão	GO	Guliver Augusto Leão/Jaime Câmara Júnior	Cristiano Roriz Câmara/ Guliver Augusto Leão/ Jaime Câmara Júnior	1995	1995
TV Anhanguera	Itumbiara	GO	Jaime Câmara	Cristiano Roriz Câmara	1997	1997
TV Anhanguera	Jataí	GO	Jaime Câmara	Cristiano Roriz Câmara	2005	2005
TV Anhanguera	Luziânia	GO	Jaime Câmara	Cristiano Roriz Câmara	1995	1995
TV Anhanguera	Porangatu	GO	Jaime Câmara	Cristiano Roriz Câmara	2004	2004
TV Anhanguera	Rio Verde	GO	Jaime Câmara	Jaime Câmara Júnior	1990	1990
TV Centro América Norte	Sinop	MT	Ueze Zahran	Zilmar Melatte	1994	1994
TV Centro América	Tangará da Serra	MT	Ueze Zahran	Nicomendes Silva Filho	1991	1997
TV Morena	Corumbá	MS	Ueze Zahran	Caio Turqueto	1970	1976
TV Morena	Ponta Porã	MS	Ueze Zahran	Caio Turqueto	1989	1989

Fonte: elaborado pelo autor com base no Atlas de Cobertura Rede Globo (2026).

Para demonstrar a importância do desenvolvimento regional na implantação de emissoras de televisão, Soares (2016, p. 1) destaca que “O processo televisivo iniciou-se antes mesmo da criação do estado, em 11 de outubro de 1977 [com a implantação da TV Morena em 1965]”. O Estado de Mato Grosso do Sul, que conta com 55 municípios, possuía uma economia

⁹ Em 21 de maio de 2026, o Grupo Zahran adquiriu o controle da Rede Anhanguera, que era pertencente ao Grupo Jaime Câmara. Disponível em: <https://g1.globo.com/ms/mato-grosso-do-sul/noticia/2026/05/21/grupo-zahran-adquire-controle-acionario-da-rede-anhaguera.ghtml>. Acesso em: 23 maio 2026.

baseada na agricultura (produção de soja) e na pecuária de corte. Além disso, segundo o autor, a TV Morena surgiu em um contexto de expansão das televisões regionais, incluindo aquelas fora das capitais. Esse movimento evidencia a importância dos meios de comunicação, como a televisão, enquanto instrumentos de integração e desenvolvimento (do regional ao nacional).

Aires e Santos (2017, p. 27) ressaltam que a presença de famílias nos meios de comunicação é uma prática que merece investigação contínua. Segundo as autoras, “Apesar das naturais mudanças de mentalidade entre gerações, no Brasil, a família continua sendo elemento central na vida privada e pública”. Ao analisarmos o contexto das emissoras de televisão locais e regionais, observamos, como apresentado, a perpetuação do poder familiar ao longo das gerações, passando de pais para filhos, entre irmãos, cunhados/as, genros, noras, netos e sobrinhos/as.

No Sudeste brasileiro (Quadro 14), a interiorização da Rede Globo ocorreu em todos os estados da região: Espírito Santo (3), Minas Gerais (8), Rio de Janeiro (4) e São Paulo (12). No Espírito Santo, a atuação midiática está concentrada na Rede Gazeta de Comunicações, fundada pelo empresário Cariê Lindenberg. Atualmente, o grupo é comandado por seu filho, Carlos Fernando (Café) Lindenberg – mais um exemplo da forte ligação entre famílias e negócios midiáticos (e políticos) no Brasil.

Quadro 14 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da região Sudeste

Emissora	Cidade	Estado	Fundador	Proprietário atual	Ano de fundação	Ano de afiliação
TV Gazeta Norte	Linhares	ES	Cariê Lindenberg	Café Lindenberg	1997	1997
TV Gazeta Sul	Cacheira do Itapemirim	ES	Cariê Lindenberg	Café Lindenberg	1988	1988
TV Gazeta Noroeste	Colatina	ES	Cariê Lindenberg	Café Lindenberg	2006	2006
TV Integração	Uberlândia	MG	Edson Garcia Nunes	Tubal Siqueira Silva	1964	1971
TV Integração	Ituiutaba	MG	Tubal Siqueira Silva	Tubal Siqueira Silva	1988	1988
TV Integração	Divinópolis/Ara xá	MG	Tubal Siqueira Silva	Tubal Siqueira Silva	1991	1991
TV Integração	Juiz de Fora	MG	Roberto Marinho	Tubal Siqueira Silva	1980	1980
TV Integração	Uberaba	MG	Tubal Siqueira Silva	Tubal Siqueira Silva	2016	2016
EPTV Sul de Minas	Varginha	MG	José Bonifácio Coutinho Nogueira	José Bonifácio Coutinho Filho/ Antônio	1988	1988

				Carlos Coutinho		
Inter TV Grande Minas	Montes Claros	MG	Elias Siufi	Fernando Aboudib Camargo	1980	1987
Inter TV dos Vales	Governador Valadares/Coronel Fabriciano	MG	Carlos Wagner Hercílio Diniz	Fernando Aboudib Camargo	2007	2008
Inter TV Alto Litoral	Cabo Frio	RJ	Cleófas Uchoa	Fernando Aboudib Camargo	1989	1989
Inter TV Serra+Mar	Nova Friburgo	RJ	Claúdio Chagas Freitas	Fernando Aboudib Camargo	1990	1990
Inter TV Planície	Campos dos Goytacazes	RJ	Carlos Tinoco	Fernando Aboudib Camargo	1989	1996
TV Rio Sul	Resende	RJ	Arnaldo Cezar Coelho	Arnaldo Cezar Coelho	1990	1990
TV Diário	Mogi das Cruzes	SP	Tirreno da San Biagio	Túlio da San Biagio	2000	2000
EPTV	Campinas	SP	José Bonifácio Coutinho Nogueira	José Bonifácio Coutinho Filho/Antônio Carlos Coutinho	1979	1979
EPTV Central	São Carlos	SP	José Bonifácio Coutinho Nogueira	José Bonifácio Coutinho Filho/Antônio Carlos Coutinho	1991	1991
EPTV	Ribeirão Preto	SP	José Bonifácio Coutinho Nogueira	José Bonifácio Coutinho Filho/Antônio Carlos Coutinho	1980	1980
TV Fronteira Paulista	Presidente Prudente	SP	Paulo César de Oliveira Lima	Paulo César de Oliveira Lima	1994	1994
TV TEM	Bauru	SP	João Simonetti	Stefano Hawilla	1960	1966
TV TEM	Itapetininga	SP	José Hawilla	Stefano Hawilla	2003	2003
TV TEM	São José do Rio Preto	SP	Roberto Marinho	Stefano Hawilla	1986	1986
TV TEM	Sorocaba	SP	Roberto Marinho	Stefano Hawilla	1990	1990
TV Tribuna	Santos	SP	Roberto Mário Santini	Roberto Clemente Santini	1992	1992
TV Vanguarda	São José dos Campos	SP	Roberto Marinho	José Bonifácio de Oliveira Sobrinho	1988	1988

TV Vanguarda	Taubaté	SP	José Bonifácio de Oliveira	José Bonifácio de Oliveira Sobrinho	2003	2003
--------------	---------	----	----------------------------	-------------------------------------	------	------

Fonte: elaborado pelo autor com base no Atlas de Cobertura Globo (2026).

Em Minas Gerais, a interiorização da Rede Globo teve início com a atuação da Rede Integração, da Rede EPTV e da Rede Inter TV. A TV Integração, sediada em Uberlândia, pertence à Rede Integração, que conta com diversas emissoras espalhadas pelo estado mineiro. Idealizada pelo mineiro de origem libanesa Adib Chueire, a primeira emissora do grupo, a TV Triângulo, foi vendida ao empresário Edson Garcia Nunes em 1962, dando origem à Rede e ao projeto de expansão. No entanto, foi somente a partir da década de 1970 que essa rede regional se afiliou à Rede Globo, passando a retransmitir seu sinal para diversas localidades mineiras.

A EPTV, além da sede em Campinas, no interior de São Paulo, também possui presença no interior mineiro, com uma emissora em Varginha. Já a Inter TV dos Vales cobre as cidades de Governador Valadares e Coronel Fabriciano, sendo fundada pelo político Hercílio Diniz. Vale destacar que a Inter TV tem sua sede em Cabo Frio, no Rio de Janeiro, funcionando como uma emissora local/regional afiliada à Rede Globo. Essa emissora integra o Grupo Incospal, pertencente ao empresário Fernando Aboudib Camargo. No estado de São Paulo, a interiorização da Rede Globo ocorreu por meio da afiliação com grupos regionais como a EPTV, a TV Tem e a TV Vanguarda, desde o final da década de 1970.

De acordo com Martinuzzo (2012, p. 23), “A inserção tardia do Espírito Santo nos processos de desenvolvimento socioeconômico e político nacionais coloca-se também na questão comunicacional”. Somente a partir dos anos 1960 a Rede Globo passou a operar no estado capixaba. Além disso, esse período foi marcado pela presença dos militares no poder. Assim, a TV Gazeta, pertencente à família Monteiro Lindenberg – integrante da elite capixaba desde o final do século XIX –, contribuiu para a instalação de uma emissora local afiliada à Rede Globo no estado.

No Sul do Brasil, a interiorização da televisão ocorreu nos três estados da região: Paraná (2), Santa Catarina (3) e Rio Grande do Sul (8), sendo este último o estado com o maior número de emissoras afiliadas à Rede Globo (Quadro 15).

Quadro 15 – Emissoras de televisão afiliadas à Rede Globo no interior da região Sul¹⁰

Emissora	Cidade	Estado	Fundador	Proprietário atual	Ano de fundação	Ano de afiliação
RPC Guarapuava	Guarapuava	PR	Guilherme Cunha Pereira	Guilherme Cunha Pereira	1989	2000
RPC Paranavaí	Paranavaí	PR	Guilherme Cunha Pereira	Guilherme Cunha Pereira	1992	2000
NSC TV Central	Joaçaba	SC	Saul Brandalise Júnior	Carlos Sanchez	1988	2005
NSC TV Chapecó	Chapecó	SC	Mário Petrelli	Carlos Sanchez	1982	1982
NSC TV Criciúma	Criciúma	SC	Diomício Freitas	Carlos Sanchez	1978	1995
RBS TV Bagé	Bagé	RS	Maurício Sirotsky Sobrinho	Eduardo Sirotsky Melzer	1977	1977
RBS TV Caxias do Sul	Caxias do Sul	RS	Maurício Sirotsky Sobrinho	Eduardo Sirotsky Melzer	1969	1969
RBS TV Cruz Alta	Cruz Alta	RS	Maurício Sirotsky Sobrinho	Eduardo Sirotsky Melzer	1979	1979
RBS TV Erechim	Erechim	RS	Maurício Sirotsky Sobrinho	Eduardo Sirotsky Melzer	1972	1972
RBS TV Passo Fundo	Passo Fundo	RS	Maurício Sirotsky Sobrinho	Eduardo Sirotsky Melzer	1980	1980
RBS TV dos Vales	Santa Cruz do Sul	RS	Jayme Sirotsky	Eduardo Sirotsky Melzer	1988	1988
RBS TV Santa Rosa	Santa Rosa	RS	Nelson Sirotsky	Eduardo Sirotsky Melzer	1992	1992
RBS TV Uruguaiana	Uruguaiana	RS	Maurício Sirotsky Sobrinho	Eduardo Sirotsky Melzer	1974	1974

Fonte: elaborado pelo autor com base no Atlas de Cobertura Globo (2026).

Nesta região, operam três grandes grupos de comunicação: RPC (Paraná), NSC (Santa Catarina) e RBS (Rio Grande do Sul). A Rede Paranaense de Comunicação (RPC) foi

¹⁰ A região Sul é uma das pioneiras no processo de expansão da televisão, com a implantação da TV Piratini, em Porto Alegre, no dia 20 de dezembro de 1959. Uma iniciativa de Assis Chateaubriand e fazia parte do conglomerado Diários Associados (Porcello; Ihitz; Peixoto, 2015). Além disso, uma das pesquisas mais relevantes sobre a regionalização da TV na região Sul foi realizada por Paulo Scardueli: “RBS: a network de bombacha ou a teoria do bolo fatiado”, na década de 1990.

fundada pelos empresários Francisco Cunha Pereira Filho e Edmundo Lemanski no ano de 2000. Já o Nossa Santa Catarina (NSC), de propriedade do empresário Carlos Sanchez, surgiu a partir da venda de algumas emissoras da Rede Brasil Sul (RBS) em 2016. No entanto, a presença da Rede Globo no estado já era uma realidade desde os anos 1980.

Ao analisarmos os proprietários das emissoras da Rede RBS, identificamos que o empresário Eduardo Sirotsky Melzer possui a concessão de oito emissoras no Rio Grande do Sul. Entretanto, a legislação brasileira permite apenas cinco concessões por pessoa, o que levou a Rede Globo a utilizar o sistema de afiliação para expandir sua presença. Como aponta Cabral (2023, p. 87), “[...] mesmo com as proibições, percebe-se que os grupos ignoram as restrições e vão se firmando no mercado com o maior número possível de emissoras de rádio e televisão”.

De acordo com Lima (2011, p. 81), as “[...] concessões se transformaram em *locus* privilegiado [...] disfarçados de interesse público”. Assim, essas concessões foram negociadas e estabelecidas com base nos interesses do Estado e de instituições privadas. Dessa forma, é, no mínimo, curioso observar que um mesmo empresário possua a concessão de oito emissoras.

Diante do exposto sobre a expansão e interiorização das emissoras de televisão, seja com a Rede Tupi ou com a Rede Globo, compreendemos que esse primeiro movimento de descentralização da televisão foi essencial para levar o meio televisivo (tanto em termos de aparelhos quanto de linguagem) aos mais distantes e remotos territórios brasileiros. Se, com a chegada da Rede Tupi, a população passou a conhecer o que era a televisão – sobretudo como linguagem e formato –, foi com a introdução da Rede Globo que o Brasil passou a enxergar a televisão para além de um item doméstico, sendo moldado por uma visão única e centralizada, fabricada pela família Marinho.

Contudo, se a expansão da televisão teve início com as emissoras e os aparelhos televisores, as transformações socioculturais, políticas, econômicas e, sobretudo, tecnológicas impulsionaram outras formas de expansão e interiorização no atual ecossistema midiático audiovisual. No contexto da interiorização e das empresas que não estão ligadas a grandes grupos midiáticos, como é o caso da TV Padre Cícero, a chegada da internet, do YouTube, o barateamento da produção audiovisual e a facilidade de distribuição tornaram-se motores fundamentais para a implantação e o funcionamento de novos modelos televisivos, os quais podemos compreender como experiências televisivas.

2.4 Afinal, o que são as experiências televisivas?

Após a apresentação da trajetória de expansão e interiorização das emissoras de televisão (Rede Tupi e Rede Globo), investigamos como a gramática, a linguagem e os formatos

televisivos se integraram ao ambiente digital por meio do que estamos conceituando de experiências televisivas. Nossa proposta de conceituação parte do diálogo estabelecido entre a lógica de funcionamento da TV Padre Cícero e a presença das diferentes formas da televisão nos territórios descentralizados, uma vez que é a partir deste território e das possibilidades televisivas de proximidade que parte o nosso olhar. Assim, compreendemos as experiências televisivas a partir de três diferentes possibilidades: a televisão broadcast, a WebTV e produções audiovisuais nativas digitais.

As novas possibilidades televisivas surgem em meio ao expressivo crescimento e à ampliação de produção, distribuição e consumo audiovisual na contemporaneidade. Não se trata somente dos modelos tradicionais de emissoras sob a égide de uma concessão pública, mas também da proposição de experiências televisivas que promovem maior abertura e descentralização da produção audiovisual e televisiva em diálogo com as mídias e plataformas digitais. Com o avanço da internet, das mídias digitais e o surgimento de novas ferramentas e dispositivos, outras formas de produção televisiva passaram a se consolidar, como os canais disponíveis em plataformas como o YouTube e redes sociais digitais.

A escolha pelo uso do termo experiência e não experimentação, parte da própria etimologia. Uma vez que a etimologia da palavra experiência, que tem a sua origem no latim *experientia*, designa o sentido de tentativa. Já a etimologia da palavra experimentação, que deriva da junção do verbo experimentar, pelo latim *experimentare*, tem o sentido de provar por meio da experiência. Assim, para discorrer sobre essas novas possibilidades televisivas, o termo experiência se aproxima com o nosso objeto de investigação. Pois, sinalizamos para a ideia de tentativas de produção televisiva em suportes para além do televisor (como é o caso do YouTube e Instagram).

Sobre as mudanças e adaptações da televisão, em consonância com o universo digital, Tourinho (2015, p. 16) destaca o papel das inovações da microeletrônica, que impulsionaram a configuração informacional desde o final do século XX. Assim, “[...] o caminho evolutivo resultou em uma transformação dos processos de produção, distribuição e recepção das mensagens mediáticas”, ocasionando, segundo o autor, na fragmentação da atenção e das audiências. O que também pode ser estendido para refletir a fragmentação dos ambientes televisivos. Como consequência, o tradicional sistema de televisão broadcast passou a coexistir com um novo ambiente midiático (o digital), desde a introdução dos canais por

assinatura até, mais recentemente, a plataformização¹¹ do audiovisual por meio dos serviços de streaming.

Esse movimento é visto por Jesus Martín-Barbero e Germán Rey (2004) como o movimento de fragmentação do espaço televisivo. Para os autores essa fragmentação vem ocorrendo há anos e as formas de televisão aberta foram unificadas com a televisão a cabo, a internet e os canais locais. E é importante compreender que não se trata somente de modificações tecnológicas. Nesse movimento também estão presentes: os ordenamentos jurídicos, as relações estabelecidas com a audiência e as variações dos gostos, as transformações dos gêneros televisivos. Além das próprias mudanças sociais e culturais da sociedade com os atos de assistir e consumir televisão.

Se os espectadores de televisão recebem atualmente mais mensagens televisivas, também variam as formas pelas quais se relacionam com elas, desde as maneiras como as selecionam até os modos como compõem autonomamente suas próprias fichas de programação ou desenham seus ritmos pessoais de recepção televisiva, agora muito mais impactados pelas possibilidades de *zapping* (Martín-Barbero; Rey, 2004, p. 67).

As novas possibilidades de *zapping*¹², mencionadas pelos autores, no contexto das experiências televisivas descentralizadas, partem do desenvolvimento de uma ideia e construção de uma televisão na internet. Assim, se inicialmente tivemos a expansão da televisão aberta para a televisão fechada, ainda sob a égide do sistema broadcast, com a chegada da internet observamos um movimento de expansão da televisão mais amplo (e ainda em processo de análise do fenômeno). Agora não se trata somente de grandes empresas e grupos de comunicação produzindo, mas também de diversos e diferentes profissionais (amadores, independentes e empresas menores) produzindo conteúdo com características televisivas na internet com a utilização da sigla “TV”.

Assim, surge a questão central: afinal, o que são as experiências televisivas? Para responder à questão partimos das contribuições de Martín-Barbero e Rey (2004), Finger e Souza (2012), Montañó (2015), Stycer (2016), Lage (2018), Serra e Sá (2017), Muanis (2018), Almeida (2020), Machado Filho (2020), Loureiro e Lozano (2023) e Svartman (2024). Esses autores e autoras propõem uma ampliação do pensamento e a descentralização do modelo de televisão broadcast, especialmente no contexto da difusão e do consumo. Sendo assim, partimos dessas reflexões e contribuições para expandir o pensamento e compreender a presença da

¹¹ De acordo com Carlos D’Andréa (2020), a plataformização é conceituada como a construção de robustas infraestruturas comunicacionais, operadas continuamente em nuvem e refletindo um modelo centralizado de fluxos informacionais e financeiros. Esse fenômeno se intensifica com a proliferação de novas plataformas, como Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn e YouTube, além dos serviços de streaming.

¹² O termo “zapping” é amplamente utilizado para descrever a ação de trocar rapidamente de canal na televisão. É uma prática comum entre os telespectadores, que buscam encontrar um programa interessante ou evitar comerciais.

televisão em Juazeiro do Norte (e que podem e devem ser expandidas para uma contribuição mais ampla das transformações dos estudos em televisão).

As mudanças no ambiente televisivo, de acordo com Finger e Souza (2012), estão relacionadas à introdução da comunicação em mobilidade, o uso de dispositivos móveis (smartphones e tablets) e às novas formas de assistir à TV: onde, como e quando quiser. A discussão se configura como uma das características de descentralização da produção televisiva, especialmente quando pensamos no caso das experiências televisivas existentes em Juazeiro do Norte, em que a produção tem sido potencializada pelas plataformas e redes sociais digitais como o YouTube e o Instagram. O que corrobora para que pequenas empresas de mídias e determinados sujeitos consigam criar as suas próprias empresas televisivas e colocar em funcionamento na internet, a partir da criação de um canal no YouTube ou perfil no Instagram. Assim, Serra e Sá (2017, p. 9) destacam que:

A centralidade é, agora mais do que nunca, das audiências, as quais constituem não só um número precioso para a atribuição de valor à atenção e, por conseguinte, de rentabilidade das empresas de mídia, mas também se assumem como um conjunto de sujeitos ativos, que produzem conteúdos, que emitem opinião e que se apropriam dos conteúdos produzidos pelos profissionais.

A alteração é significativa quando observamos que a centralidade do televisor já não é a mesma no tempo presente. Hoje em dia, com o YouTube, o fenômeno da segunda tela e dos serviços de streaming, o tempo dedicado a assistir à televisão deixou de estar exclusivamente atrelado à lógica estabelecida pelas emissoras – incluindo uma grade de programação fixa – e passou a ser determinado também pelos espectadores/usuários, orientados pela lógica dos arquivos e catálogos.

Essas alterações televisivas também partes do conceito de TV Social, definida como “[...] a atividade de ver TV enquanto se navega na internet simultaneamente, utilizando outro dispositivo (smartphone, notebook ou tablet) para ler e/ou fazer comentários sobre o conteúdo televisivo” (Almeida, 2020, p. 17). A partir da TV Social identificamos uma aproximação entre o conteúdo televisivo e as redes sociais digitais, pois:

A experiência televisiva nos dias de hoje abrange as diversas práticas de consumo, novos formatos de programas, modelos de negócio e de financiamento, além de associar o uso de plataformas on-line e off-line. A combinação de dispositivos e modos de recepção acontece quase de forma individual, o que diversifica os hábitos de audiência e torna ainda mais difícil a sua compreensão (Almeida, 2020, p. 18).

Além da possibilidade de interação, como comentar conteúdos televisivos junto a outros telespectadores nas redes sociais digitais, há também o fenômeno do transbordamento da televisão para essas plataformas. Esse processo de expansão “[...] permite hoje o fácil upload

e a rápida partilha de vídeos de elevada qualidade” (Loureiro; Lozano, 2023, p. 2), dentro de um contexto de alta velocidade de circulação de conteúdos. Além disso, as redes sociais funcionam como uma vitrine de interlocução com o público, abrangendo tanto aqueles que já acompanham a programação televisiva tradicional quanto um público mais jovem, que consome conteúdos audiovisuais diretamente nas redes sociais e no YouTube.

Acerca dessas transformações, Montaño (2015, p. 13) reflete sobre as novas possibilidades de construção do audiovisual. De acordo com a autora, “[...] o audiovisual [na web] se atualiza de uma forma própria, na qual toda e qualquer montagem pode ser posta em novas e infinitas justaposições outras”. Essa montagem, ainda segundo Montaño (2015), favorece as relações entre dispositivos, usuários, vídeos e a internet.

Meimaridis e Campanella (2025), ao discorrerem sobre a convergência entre televisão e streaming, apresentam algumas reflexões que podemos dialogar com a nossa proposta de experiências televisivas, especificamente em Juazeiro do Norte. Uma dessas reflexões é a contestação de ruptura entre o modelo televisivo tradicional e o modelo televisivo da internet e plataformas. Pois, segundo os autores “[...] a reintrodução de elementos como propagandas, pacotes de assinatura e transmissões ao vivo nos Serviços de Vídeo sob Demanda por assinatura (SVODs), que refletem a busca por sustentabilidade financeira e retenção de público” (Meimaridis; Campanella, 2025, p. 1).

Além disso, em nossa análise também concordamos com os autores quando se referem que “Embora novas formas de fazer televisão tenham, de fato, aparecido a cada ciclo de transformação, os elementos centrais que definiram a TV desde sua enorme expansão nas décadas de 1950 a 1970 continuam presentes até hoje [...]” (Meimaridis; Campanella, 2025, p. 3). E esse contexto também pode ser explicado para compreendemos o fenômeno das experiências televisivas no eixo local do sul cearense, sinalizando para a identificação de que ao mesmo tempo que há uma emergência de novos espaços, suportes e dispositivos, há também uma volta do modelo de televisão clássica na internet. Contudo, esse “retorno” ocorre a partir de uma nova roupagem.

Dessa forma, entendemos que é possível identificar novas possibilidades de montagem, justaposições e o desenvolvimento de uma linguagem audiovisual própria, potencializada pelas características do ambiente digital. Contudo, no caso das WebTVs em Juazeiro do Norte, identificamos o uso e a exploração da linguagem tradicional broadcast no desenvolvimento de produtos audiovisuais nas experiências televisivas identificadas. Um exemplo desse fenômeno é a WebTV TV Mãe das Dores que adota esse modelo para realizar

transmissões televisivas via internet, deixando claro que busca uma aproximação direta com o modelo de televisão broadcast, como explicam Rodrigues e Souza (2023).

Com isso, podemos afirmar que a inovação no uso dessas ferramentas está na possibilidade de criação e transmissão televisiva na internet em um território interiorano, o que abre novas janelas audiovisuais para além das emissoras tradicionais. Além disso, esse modelo televisivo demanda uma estrutura menor, tanto em termos de espaço físico quanto de equipe, equipamentos e investimento financeiro. O que possibilita a existência de várias experiências televisivas em funcionamento, especificamente no território analisado.

Assim, ao abordarmos as experiências televisivas, compreendemos que “[...] torna-se mais produtivo quando se debruça sobre as transformações pelas quais a TV tem passado continuamente, em diferentes graus” (Lage, 2018). É o caso da TV Padre Cícero, que transita entre o broadcasting e o webcasting (como veremos no capítulo 4). Pensar a construção das experiências televisivas é um exercício que visa aprofundar a compreensão da mídia televisiva em todas as suas possibilidades, conforme expõe Muanis (2018). Isso porque, além da ampliação dos dispositivos de acesso, as possibilidades de linguagem com características televisivas (ou que dialogam com elas) também se modificaram ao longo do tempo.

Diante dessas infinitas possibilidades, explicitamos que as WebTVs em Juazeiro do Norte, como a TV Padre Cícero, estão mais preocupadas em utilizar as potencialidades da internet, das mídias digitais e do YouTube (no contexto da plataformação) para produzir e transmitir conteúdo a partir do modelo de televisão broadcast. Assim, a reflexão sobre as experiências televisivas nos levou para um campo além do acadêmico, como o trabalho do crítico de televisão Maurício Stycer. Buscando dialogar com as mudanças na televisão brasileira, Stycer (2016) afirma que as constantes inovações na TV, desde o videoteipe (a partir da década de 1960), têm como base duas premissas principais: o aprimoramento do meio e a melhoria da experiência do espectador.

Com base nessas premissas, as empresas televisivas, ao longo do tempo, buscaram se adaptar tanto ao contexto tecnológico quanto ao mercado televisivo, oferecendo novidades ao público para manter sua audiência sintonizada no canal. No entanto, enquanto crítico, Stycer (2016) argumenta que a televisão aberta atual pouco mudou em comparação à TV da década de 1960, especialmente no que se refere à sua programação. Por esse motivo, “[...] já são visíveis os sinais de que o modelo de negócios sobre o qual está baseado o funcionamento da TV aberta também foi colocado em xeque” (Stycer, 2016, p. 31). Além disso, “[...] a multiplicação de produtores de conteúdo, o YouTube, os serviços de programação à la carte e de streaming

(Netflix) vêm drenando, de forma implacável, o número de espectadores dos canais abertos” (Stycer, 2016, p. 31).

Ao direcionarmos a discussão para o contexto das experiências televisivas, compreendemos que as novas plataformas impactam em dois processos interligados: a distribuição e o consumo. São esses dois pilares que garantem a sobrevivência do conteúdo televisivo e seu diálogo com os novos modos de acesso à televisão no cenário contemporâneo. Em consonância com Machado Filho (2020, sem paginação), isso também ocorre porque “[...] a sua viabilidade [da TV] não se dá apenas por questões de modelos de negócios, mas também por decisões políticas e pelas políticas de comunicação de cada país”.

Além disso, a aproximação entre televisão e novas mídias, conforme Bruno Leal Souza (2020), é caracterizada por marcas de produção, gênero, textualidade e narrativa. Ou seja, trata-se da coexistência entre a televisão tradicional e a nova televisão. Isso ocorre porque determinados formatos televisivos, especialmente aqueles da televisão aberta, ainda servem como referência para novos experimentos, uma vez que a evolução da televisão sempre foi parte da história desse meio. E tal apontamento é uma realidade quando pensamos na presença da TV em Juazeiro do Norte. Com isso, para Muanis (2013, p. 173), são as:

[...] mudanças significativas no seu dispositivo e, consequentemente, na maneira como as pessoas se relacionam com ela e com os seus diferentes produtos. As mudanças trazidas pela televisão não ficaram restritas ao tempo do seu surgimento, mas, pelo contrário, continuam acontecendo, lenta e continuamente, transformando hábitos e formas de espetatorialidade.

Com base no exposto pelo autor, entendemos que as transformações e mudanças no cenário televisivo brasileiro abrangem: (1) a atuação das grandes empresas midiáticas na televisão broadcast, na distribuição de seus produtos (desde sites até serviços de streaming), no diálogo com os dispositivos de acesso (como smartphones) e nas plataformas digitais (redes sociais e serviços de streaming); e (2) sobretudo, as diferentes formas de consumo televisivo pela audiência. Com a diversificação de telas e dispositivos de acesso, o ato de assistir à televisão tem se modificado significativamente ao longo dos mais de 70 anos de presença da televisão no Brasil.

Essa reflexão sobre a ampliação das possibilidades televisivas torna-se relevante ao considerarmos que a produção audiovisual não se restringe mais aos grandes conglomerados midiáticos. Algumas experiências televisivas locais têm se consolidado a partir do barateamento das ferramentas de captação e edição de imagens, do YouTube como plataforma de distribuição e armazenamento de vídeos, da popularização dos smartphones, do uso das redes sociais digitais e das mudanças na forma de consumir televisão. Esses fatores possibilitam a

criação e disponibilização de conteúdos audiovisuais diretamente na internet. Assim, a partir da relação de proximidade entre a linguagem televisiva, a internet e os territórios, as experiências televisivas são fundamentais para a descentralização da produção televisiva/audiovisual, como no caso de Juazeiro do Norte.

Dessa forma, as experiências televisivas são compreendidas como produções audiovisuais elaboradas em diferentes plataformas audiovisuais, mas que utilizam como base ou referência o modelo televisivo já estabelecido: o broadcast. A partir da gramática, linguagem e formatos televisivos, identificamos uma expansão dos moldes tradicionais para outros ambientes televisivos/audiovisuais. É importante observar o movimento das WebTVs e das produções audiovisuais nativas digitais no contexto da expansão e interiorização da televisão como uma forma de descentralização da produção e do consumo audiovisual.

Além disso, essas empresas não fazem parte dos grandes conglomerados midiáticos. Elas existem e funcionam mediante iniciativas que transitam entre o amadorismo, projetos independentes e também da busca em possuir suas próprias “emissoras” e canais televisivos locais. Pois, entendemos que a partir da transmissão de eventos e notícias locais, um dos objetivos dessas experiências televisivas é direcionar a sua atenção para o público de proximidade, o público local.

Assim, as experiências televisivas descentralizadas estão no âmbito do que Martín-Barbero e Rey (2004, p. 71) compreendem por renovação dos públicos.

A renovação dos públicos é acompanhada pelas modificações cognitivas, isto é, pelas diferentes formas de interpretação e apropriação das mensagens televisivas e de sua localização em outros contextos de suas vidas cotidianas. A fragmentação põe em movimento outras mediações da recepção televisiva, entendidas como as diferentes instâncias culturais em que o público das mídias produz e se apropria do significado e do sentido do processo comunicativo.

Nas categorias de WebTV e Produção Audiovisual Nativa Digital, o YouTube funciona de dois modos. No primeiro caso, é criado um canal na plataforma com o prefixo “TV”, onde há uma produção mais estruturada de conteúdo audiovisual com características da televisão broadcast. Já no segundo caso, há uma ampliação desses espaços virtuais, como ocorre no próprio Instagram. Nesse caso, não há necessariamente o desenvolvimento de um canal, mas sim experimentações televisivas que circulam pelo YouTube e pelo Instagram sem uma periodicidade definida e sem a criação formal de uma televisão na internet.

Machado Filho (2020, p. 35) contribui para a discussão ao explicitar que “[...] qualquer modalidade que distribua conteúdo audiovisual tem sido moldada nos padrões de produção e conteúdo ainda da TV analógica”. Assim, “[...] apesar de apresentar novas

características de produção (digitais) e de veiculação (via rede de computadores), os conteúdos audiovisuais produzidos, em sua maioria, ainda utilizam a lógica de produção em grande escala da TV analógica [...]” (Machado Filho, 2020, p. 35). Desse modo, o autor identifica o surgimento de uma nova cultura baseada na construção da liberdade proporcionada pela internet e que impacta a forma de consumo para além da televisão aberta.

Essas experiências televisivas partem do espelhamento do modelo tradicional de televisão, mesmo quando já nascem como nativas digitais. Assim, o ponto de partida para a descentralização da televisão na internet é o modelo broadcast, que busca essa autorreferência televisiva (Muanis, 2018). Ainda segundo o autor, é urgente o aprofundamento no estudo da mídia televisiva, suas variedades e complexidades. Pois,

[...] a televisão vai além das temáticas e perspectivas de pesquisa, seja pela possibilidade de pensar suas distintas espectralidades [...] seja pelas novas influências tecnológicas. [...] e entender a televisão como um fenômeno cultural que não se restringe à programação, que elenca uma série de variáveis complexas, locais e globais (Muanis, 2018, sem paginação).

Essa questão cultural, aliada ao fenômeno do local, como já explicitava Williams (2016), em relação à televisão para além do aspecto tecnológico, nos permite identificar que a compreensão das experiências televisivas é fundamental para evidenciar a existência de diferentes modelos, formas e propostas de funcionamento da televisão a partir da descentralização, expansão e interiorização desse meio. Essas mudanças tornam-se perceptíveis quando direcionamos o olhar para a região do sul cearense, como no caso de Juazeiro do Norte.

A compreensão dessas novas possibilidades televisivas, exemplificadas pelas WebTVs, insere-se no contexto das mídias pós-massivas. De acordo com Silva (2024), mídias ‘pós-massivas’ significam as novas mídias sociais no ambiente digital, tais como Instagram, Facebook e X (antigo Twitter), permitindo que qualquer indivíduo possa emitir uma informação. Além disso, essas plataformas operam sem o controle do Estado, pois não necessitam de concessão para funcionar, ao contrário das emissoras de TV tradicionais. Portanto,

[...] na atualidade, passamos por uma fase de expansão do ecossistema midiático, no qual estão inseridos os meios de comunicação de massa e as mídias pós-massivas, com inúmeros desafios para a consolidação de um ambiente comunicacional realmente democrático e integrado (Silva, 2024, p. 149).

Todavia, é importante esclarecer que o conceito de experiências televisivas apresentado neste estudo ainda está em desenvolvimento, o que implica em seu posterior amadurecimento e aprofundamento por meio de novos estudos que contribuam para a discussão

desse fenômeno. Embora o entendimento dessas experiências televisivas esteja relacionado à proximidade com o território de Juazeiro do Norte, ele também se expande por outros modelos como os casos da CazéTV¹³, a DiaTV¹⁴, Ge TV¹⁵ e outras iniciativas televisivas que dialogam com a internet e as mídias digitais.

Acerca das mudanças televisivas, concordamos com Svartman (2024), que compreende que o conceito de televisão foi ampliado ao longo do tempo, sobretudo, a partir das fronteiras entre mídias e telas mediante a convergência. Com isso, “A televisão é muito mais do que um aparelho na sala de jantar desde o seu nascimento. A sua definição de televisão, sempre em construção, possui elementos como os conteúdos e obras separado, o deslizamento e adaptação dos conteúdos para outras telas [...]” (Svartman, 2024, sem paginação).

Nessa discussão precisamos considerar o que Suzy dos Santos (2025) explicita sobre como a televisão continua a ser poder na sociedade brasileira. Pois, ainda que estejamos em meio aos impactos da internet, redes sociais e plataformas, segunda a pesquisadora, “[...] a importância e influência da TV continuam fortes. Um dos indícios disso é o fato de que a queda de audiência registrada nas capitais brasileiras não ocorre no interior” (Santos, 2025, p. 38). Ademais, a autora destaca que o maior problema atual da televisão é a sua distribuição. Pois,

A história da televisão no mundo foi pensada como uma distribuição que lidava com a lógica da concessão, principalmente do espectro, da dificuldade do espectro. O problema é que YouTube, Instagram, milhares de plataformas que não são baseadas no espectro eletromagnético, são hoje as novas retransmissoras. Então, dessa forma, é muito difícil você pensar no controle de conteúdo, por exemplo. É claro que há mecanismos para se pensar, mas muda a lógica. A lógica da concessão de um Estado que decidia o que estaria no ar não tem muito como se manter. É muito mais complicado, numa lógica democrática, esse controle, quem vai ser o dono da voz, o dono da mídia, como a gente diz. Mas, não tendo esse controle pelo Estado, por um ou outro lado, a gente percebe que são as mesmas redes ou redes muito próximas que se reproduzem no mundo inteiro (Santos, 2025, p. 40).

A discussão apresentada por Santos (2025) está diretamente relacionada quando pensamos no processo de expansão da televisão para os ambientes digitais. E, de modo mais específico, quando refletimos sobre as experiências televisivas. Uma vez que o movimento das WebTVs funciona como uma forma de descentralização da produção e do consumo televisivo

¹³ É um canal no YouTube e retransmitido na Twitch, especializado na transmissão de eventos esportivos. Foi criado em novembro de 2022 pelo streamer Casimiro Miguel e pela LiveMode com o objetivo de transmitir a Copa do Mundo FIFA de 2022.

¹⁴ Um canal de transmissão de conteúdo televisivo via streaming, criado em 3 de maio de 2023 pelo empresário Rafael Dias. Sua programação é inteiramente produzida por influenciadores, o que evidencia uma especificidade desse modelo televisivo.

¹⁵ Com foco voltado para as transmissões e eventos ao vivo, a Ge TV nasce como um canal digital, gratuito, com vocação para estar em todos os lugares, reunindo o melhor do esporte com uma linguagem descontraída, irreverente e conectada com o público.

e audiovisual, também há essa questão da lógica da concessão (que no caso das experiências digitais é inexistente, logo, impacta no que será produzido e como será produzido). Entretanto, entendemos que ainda que o seu funcionamento, (re)existência e sobrevivência não estejam atreladas à concessão pública, isso não as isenta de estarem igualmente atreladas às questões políticas, econômicas, culturais e tecnológicas que influenciam o uso e a apropriação desses canais para o compartilhamento de ideias, bem como àqueles que financiam suas produções na internet.

Entretanto, como explicitam Martín-Barbero e Rey (2004, p. 71), há uma questão em torno dessas experiências televisivas que ainda necessita ser questionada, pois “O aparecimento de um território mais amplo de propostas televisivas significou também um complexo redimensionamento jurídico”. Ao discorrem sobre as experiências televisivas que operam sob concessões públicas, os autores explicam que “A inovação tecnológica supõe decisões sobre o espectro, mudanças nas formas de controle e fiscalização, definições sobre a concessão das frequências ou as permissões para operar” (Martín-Barbero; Rey, 2004, p. 71-72).

Todavia, diferentemente das emissoras que funcionam sob o aporte legal de uma concessão pública, contida na Constituição Federal, as WebTVs e as produções audiovisuais nativas digitais – que no caso de Juazeiro do Norte são as modalidades mais identificadas –, não possuem uma regulamentação. O que nos leva a pensar (e a propor) a ideia de constituição de emissoras de televisão que funcionam exclusivamente na internet, a exemplo das webtelevisões, que podem ser denominadas como emissoras digitais. Entretanto, essas emissoras necessitam de regulamentação, assim como já existe com a televisão aberta brasileira, a exemplo do Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), que regulamentou o sistema de radiodifusão (rádio e televisão), criado desde 1962.

Essas “emissoras digitais”, existentes na internet, funcionam como descentralizadoras da produção, distribuição, difusão e acesso ao conteúdo hibridizado entre o audiovisual e as potencialidades da internet e o modelo clássico advindo com a televisão broadcast. Com isso, podemos inferir que no contexto dessas experiências televisivas, o YouTube se apresenta como uma possibilidade de configurar a criação de uma nova televisão (na internet), sob o aporte dos chamados canais, cuja existência nos interessa dialogar com o processo de expansão e interiorização da televisão em Juazeiro do Norte.

Nossa proposta de pensar a presença da televisão do interior, a partir do YouTube e das redes sociais digitais, perpassa tanto pela força da internet e da descentralização do audiovisual. Assim, essas experiências televisivas não estão mais nas mãos apenas de grandes

empresários e grupos midiáticos que tradicionalmente foram, e continuam sendo os proprietários dessas televisões (ainda que a sejam a maior força). Agora, é possível que com um investimento e uma estrutura menor, a televisão continue existindo – sobretudo em contextos mais locais/direcionados. Contudo, o seu canal não é o Canal 4 ou Canal 5, é o chamado canal no YouTube que, em grande parte dos casos, apresenta o uso da sigla TV (prefixo ou sufixo).

O uso da Sigla “TV”, por essas experiências televisivas na internet, também demonstra a forma como elas se identificam e como querem ser compreendidas: a partir de uma aproximação com o modelo de televisão (diga-se, emissora) já estabelecido no mercado e na sociedade. Pois, como explicita Leal (2020, p. 34), [...] ‘TV’ ou ‘televisualidade’ podem referir-se a canais abertos e generalistas, serviços de assinatura via cabo ou satélite, serviços via streaming, plataformas, redes sociais e sites na internet e toda a variedade de produtos e experiências neles contida e a eles associada”.

Nesse sentido, a diferença mais acentuada reside no seu local de hospedagem (a sua presença massiva em plataformas digitais), nas formas como vai apresentar os conteúdos e dialogar com a audiência. Ademais há outras questões a serem refletidas como o desenvolvimento da programação, a arrecadação publicitária, a falta de uma legislação para funcionar (já que não existe uma concessão), a estruturação física dessas empresas dentro outras questões. Assim, como explicitam Prevedello et al. (2024, p. 36-38):

Nessa esteira, a internet traz uma reconfiguração desse controle midiático em detrimento das grandes emissoras de televisão, permitindo uma maior diversidade de produtores independentes e uma ampliação dos espaços para a veiculação de conteúdos multimídia. [...] Em resumo, a transformação midiática impulsionada pela internet cria uma sinergia entre modelos tradicionais e novas formas de consumo, demonstrando que a televisão, mesmo na Era Digital, continua a ser uma força relevante na comunicação contemporânea, ganhando novas formas de transmissão.

Os apontamentos realizados pelos autores acima podem ser, claramente, identificado quando refletimos, analisamos e identificamos as diversas experiências televisivas em Juazeiro do Norte. A sinergia entre televisão e internet se apresenta diante a possibilidade de produzir televisão, contudo, sem precisar possuir uma mesma infraestrutura (física, de pessoal, equipamentos e conteúdos). Todavia, é preciso enfatizar que estamos tratando de uma televisão localizada que, mesmo estando na internet (ou seja, acessível para todo o mundo), tem um público específico: o público de proximidade com o território local. E essa proximidade entre televisão e internet, especialmente, foi identificada na produção de conteúdos jornalístico, como apontado por Souza (2025). Com isso, o autor sinaliza que:

[...] a produção telejornalística em Juazeiro do Norte, no sul cearense, tem se mostrado mais diversificada, extrapolando as janelas audiovisuais jornalísticas clássicas e descobrindo como aproveitar as potencialidades das tecnologias e mídias digitais para o desenvolvimento de novas formas de produzir telejornalismo na contemporaneidade: dos televisores às telas (Souza, 2025, p. 6).

Nesse sentido, a compreensão e discussão dessas experiências televisivas, dentro um contexto da descentralização da televisão e da presença da internet, é cada vez mais necessária. Não se trata somente em discorrer sobre o futuro da televisão e sua aproximação com os ambientes e plataformas digitais. Mas, sim, em entender como a linguagem, os formatos, as características da televisão tradicional estão sendo adaptadas mediante as reconfigurações da internet. E a possibilidade de pensar uma televisão que nasce nos ambientes digitais (uma experiência televisiva nativa digital).

3 DA CAPITAL AO INTERIOR: A TELEVISÃO NO CEARÁ

Neste capítulo, apresentamos a trajetória da televisão no Ceará, desde a implantação da primeira emissora, a TV Ceará, em 1960, até o contexto atual, marcado pelas experiências televisivas em Juazeiro do Norte, no sul cearense. Além disso, discutimos os processos de modernização, desenvolvimento e industrialização do estado como forças motrizes para a chegada, expansão e interiorização da televisão.

É fundamental compreender que a televisão (enquanto televisor, linguagem e emissora) chegou ao Nordeste apenas na década de 1960, ou seja, dez anos após a inauguração da primeira emissora brasileira, a TV Tupi, em São Paulo, em 1950. Os primeiros estados a implantarem emissoras foram Pernambuco, Bahia e Ceará, em um processo conduzido pelas Emissoras e Diários Associados, de Assis Chateaubriand, que, assim como em outras regiões do Brasil, demonstrou interesse pelo Nordeste para a instalação de novas estações de televisão.

De acordo com Lins (2017), o atraso de uma década na implantação da televisão no Nordeste, em relação ao restante do país, deve-se a quatro fatores principais: (1) a dimensão continental do Brasil; (2) a ausência de uma política governamental de comunicação igualitária; (3) o descompasso entre a visão empresarial regional e as possibilidades oferecidas pelo novo veículo; e (4) as dificuldades de infraestrutura, como a falta de eletrificação.

Kneipp e Sales Júnior (2019) ressaltam ainda a necessidade de considerar outros aspectos, como a escassez de investimentos e o desinteresse político no desenvolvimento da televisão no Nordeste antes da década de 1960. Além disso, o processo de modernização e desenvolvimento dessas localidades funcionou como um fator estratégico para a implantação de um negócio midiático, como uma emissora de televisão. Afinal, trata-se não apenas de um meio de comunicação, mas também de um empreendimento econômico.

Outro ponto relevante é que, na década de 1960, as emissoras funcionavam de forma independente, baseando-se em seus respectivos eixos locais, conforme destacado por Cunha (2009). A programação e a produção televisiva eram de responsabilidade de cada emissora, e, embora a maioria dessas TVs pertencesse a Chateaubriand, havia disparidades entre elas em termos de estrutura, equipamentos, equipe e programação.

Por fim, é importante considerar a formação estratégica do primeiro oligopólio das Emissoras e Diários Associados. Com a presença consolidada de jornais e emissoras de rádio nesses territórios, a televisão representou o próximo passo na construção de um império comunicacional – algo que se concretizou à medida que Chateaubriand expandiu sua rede de emissoras pelo Brasil, especialmente no Nordeste.

A expansão territorial da televisão para o Nordeste, a partir de 1960, não ocorreu por acaso. Lima (2001), ao analisar a década de 1960 e a transformação da região, destaca um contexto de transição voltado para a industrialização e o desenvolvimento. Como base desse projeto desenvolvimentista, destacam-se duas importantes instituições: o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), criado em 1952, e a Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), instituída em 1959. Ambas foram fundamentais para impulsionar o crescimento econômico e fornecer subsídios que permitiram à população ter acesso a determinados bens de consumo, como o aparelho de televisão.

Assim como no Sudeste e no Sul do Brasil, a televisão chegou ao Nordeste inicialmente pelas capitais. Recife (PE) foi a primeira cidade da região a implantar uma emissora de televisão. Aliás, o contexto histórico dessa cidade revela a inauguração de duas emissoras praticamente ao mesmo tempo: a TV Rádio Clube (4 de junho de 1960) e a TV Jornal do Commercio (18 de junho de 1960), conforme relata Barros (2009). Enquanto a TV Rádio Clube fazia parte da rede de emissoras de Assis Chateaubriand, a TV Jornal do Commercio pertencia ao Grupo F. Pessoa de Queiroz, empresário e político que decidiu investir no setor de comunicação.

Em seguida, outras capitais nordestinas também receberam suas primeiras emissoras: Salvador (BA), com a TV Itapoan, e Fortaleza (CE), com a TV Ceará. A seguir, apresentamos, de forma cronológica (Quadro 16), a chegada das emissoras de TV nas capitais nordestinas, conforme os dados mapeados por Lins (2017).

Quadro 16 – As primeiras emissoras de televisão nas capitais nordestinas

Emissora	Cidade	Estado	Ano de afiliação
TV Rádio Clube	Recife	PE	1960
TV Jornal do Commercio	Recife	PE	1960
TV Ceará	Fortaleza	CE	1960
TV Itapoan	Salvador	BA	1960
TV Difusora	São Luís	MA	1963
TV Sergipe	Aracajú	SE	1971
TV Clube	Teresina	PI	1972
TV Universitária	Natal	RN	1972
TV Gazeta	Maceió	AL	1975
TV Cabo Branco	João Pessoa	PB	1986

Fonte: elaborado pelo autor baseado em Lins (2017).

A partir do quadro acima, verificamos que a presença das emissoras de televisão nos estados nordestinos ocorreu entre 1960 e 1980. Ou seja, a inserção da TV na região aconteceu de forma gradual e lenta, diferentemente do que ocorreu em outras regiões do país, como o Sudeste e o Sul, consideradas mais desenvolvidas. Se a chegada da televisão já foi tardia nos grandes centros urbanos nordestinos, esse fenômeno se torna ainda mais evidente ao

analisarmos o processo de interiorização da TV na região. No entanto, considerando que o recorte geográfico deste estudo é o estado do Ceará, com foco em Juazeiro do Norte, nossa contribuição consiste em registrar a trajetória da televisão nesse estado, colaborando, assim, para a historiografia cearense da mídia televisiva local.

3.1 Primeiro a capital: a TV em Fortaleza

No Ceará, a emissora pioneira de televisão foi a TV Ceará, Canal 2, inaugurada em 26 de novembro de 1960, como parte do projeto de expansão das emissoras de Assis Chateaubriand para o Nordeste brasileiro. Um dos poucos estudos históricos sobre a chegada da TV ao estado é o de Carvalho (2010), que traça a trajetória da emissora desde os preparativos para sua implantação até os primeiros anos de funcionamento em Fortaleza (1959-1966).

É importante destacar que a criação da TV Ceará esteve diretamente relacionada ao desenvolvimento da cidade de Fortaleza, transformando os hábitos cotidianos dos cidadãos fortalezenses (Quezado, 2007). A sua chegada começou a ser anunciada antes mesmo da inauguração oficial das transmissões, pois Chateaubriand já possuía no estado outros veículos de comunicação, como a rádio pioneira Ceará Rádio Clube (fundada em 1934) e os jornais Unitário (1901) e Correio do Ceará (1915). Com esses meios à sua disposição, foi articulada uma ampla campanha publicitária para divulgar que, em breve, o povo cearense também teria sua própria emissora de televisão, assim como já ocorria em Recife, com a TV Rádio Clube.

Carvalho (2010, p. 17) recorda que “[...] os jornais anunciavam a ligação Rio/São Paulo/Minas através de micro-ondas. O anúncio insistia: por que você ficaria de fora? Já é tempo de se inscrever como acionista da nossa TV Ceará”. Assim, a chegada da televisão foi amplamente noticiada e promovida na cidade, desde a construção do prédio da emissora e a instalação da antena até a tão esperada inauguração.

Com o início das transmissões da TV Ceará, a população passou a acompanhar uma programação baseada em programas de auditório, teleteatros e teatro de novelas. Esses formatos possuíam, para aqueles que fizeram parte da história da TV Ceará, um significado especial, pois, além de representarem a possibilidade de uma televisão autônoma e criativa, afastavam a emissora de uma lógica puramente comercial, atribuindo-lhe um caráter mais erudito (Barreto, 2008, p. 165).

Ainda de acordo com Barreto (2008, p. 166),

Essa programação, por sua vez, foi pensada a partir da TV Tupi, onde se repetiu formatos de programas que já davam sinais de debilidade nos dois principais centros, Rio de Janeiro e São Paulo, e ainda fortemente influenciados pela programação

popularizada do rádio, o que, de antemão, impossibilitaria pensá-la como elitizada. A ela, porém, atribuiu-se determinada *aura* de refinamento, que assumiu certo caráter elitista. Se pensarmos esse aspecto juntamente ao fato do insignificante número de aparelhos de televisão existentes no Ceará, por quase toda a década de 60, perceberemos, com pouco mais de clareza, para quem e como se deu esse processo de modernização.

Assim como ocorreu em São Paulo nos anos 1950, a TV Ceará baseava-se no modelo do rádio. Dessa forma, pode-se dizer que, em seu início no Ceará, a televisão funcionava como um “rádio televisionado”, diferentemente das emissoras do Sudeste, que, na década de 1960, já buscavam desenvolver uma linguagem televisiva própria, afastando-se do rádio. Isso evidencia um certo atraso no desenvolvimento da TV no Nordeste. Embora alguns autores relacionem essa diferença ao nível de desenvolvimento regional, Barreto (2008) aponta que a chegada da televisão não resultou em uma evolução uniforme no Brasil, tampouco ocorreu da mesma forma que no eixo Rio-São Paulo.

A ‘modernização cultural’, que se crê trazida pela TV Ceará, é aquela para atender aos anseios de uma elite ávida por progresso, desenvolvimento e enriquecimento cultural, que vinculou modernização a desenvolvimento, num reflexo de uma associação comum elaborada por intelectuais e classes dirigentes para construção de uma identidade nacional, nos anos 50 e 60, no Brasil. Para não mencionar, as necessidades expansionistas de um conglomerado da comunicação – Rede Tupi – procurando se esquivar da crise que já nos anos 60 começava a abatê-lo (Barreto, 2008, p. 156, grifo nosso).

Essa identificação é essencial para fornecer uma base à compreensão da realidade local cearense e das transformações provocadas ou estimuladas pela televisão. Além disso, é importante ressaltar que o Ceará dos anos 1960 era caracterizado por uma economia predominantemente agrícola, como destaca Teixeira (1995, p. 10):

[...] a economia cearense, que até a década de 60 tinha uma base eminentemente agrícola, passa a se constituir numa economia urbanizada, tendo como eixo de sua acumulação os setores industriais de comércio e de serviços. Bem mais tardiamente do que a economia do Sul do país, o Ceará tem na década de 60 o ponto de inflexão de seu desenvolvimento: passa de uma economia agrícola para uma economia urbanizada, com uma presença acentuada da indústria no processo de geração de renda interna.

O cenário político e econômico era marcado, sobretudo, pela influência dos coronéis, que desempenhavam um papel central tanto na estrutura socioeconômica quanto na busca pelo desenvolvimento e progresso do estado. Essa dinâmica está diretamente relacionada aos conceitos de coronelismo e coronelismo eletrônico. Como define Leal (1975, p. 20): “O coronelismo é uma organização política e social e, ao mesmo tempo, a adaptação e o

ajustamento dessa organização a uma nova e crescente ordem social, política e econômica”.
Esse sistema opera:

[...] como resultado da superposição de formas desenvolvidas do regime representativo a uma estrutura econômica e social inadequada. Não é, pois, mera sobrevivência do poder privado, cuja hipertrofia constituiu fenômeno típico de nossa história colonial. É antes uma forma peculiar de manifestação do poder privado, ou seja, uma adaptação em virtude da qual os resíduos do nosso antigo e exorbitante poder privado têm conseguido coexistir com um regime político de extensa base representativa (Leal, 1975, p. 20).

O sistema coronelista é um modelo de poder observado, sobretudo, em regiões periféricas, caracterizado pela dominação econômica e pela concentração de lideranças ou grupos políticos sob uma mesma chefia. Relacionar o coronelismo à presença da televisão no interior cearense significa:

[...] conhecer o coronelismo é também conhecer a vida política do interior do Brasil, pois esse sistema se desenvolve no país como uma forma específica de poder político, uma manifestação do poder público unido com a influência particular dos chefes locais, os donos de terras ou, como foram nomeados, coronéis (Oliveira, 2017, p. 75).

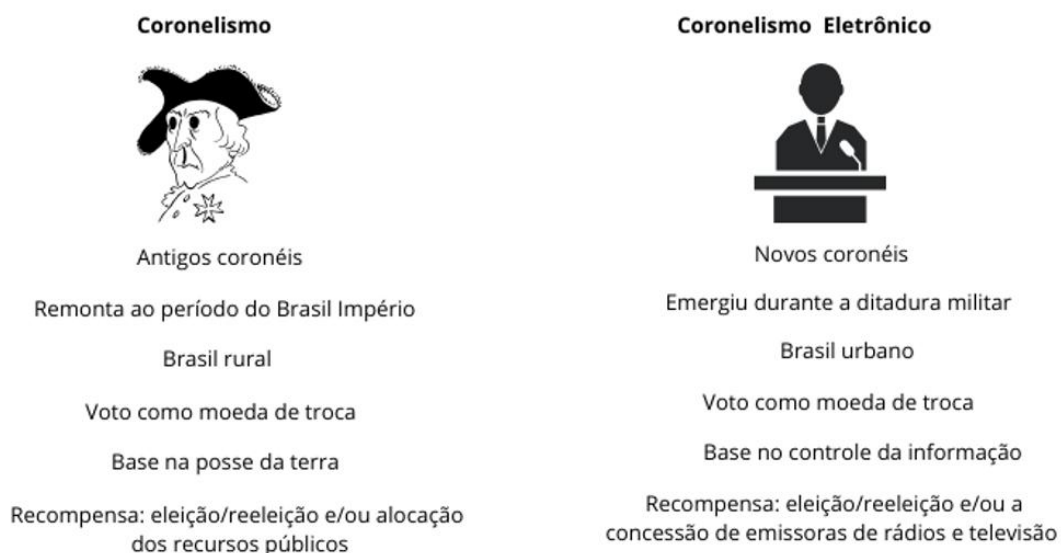
Assim, entendemos que o coronelismo se fundamenta na construção de uma figura histórica conhecida como “chefe” e/ou “coronel”, representada por grandes proprietários de terra ou influentes comerciantes locais que exerciam poder sobre um determinado território. Já o conceito de coronelismo eletrônico, ou neocoronelismo, tem sido frequentemente utilizado pela mídia para descrever o cenário político brasileiro recente, no qual deputados e senadores se tornam proprietários de empresas concessionárias de rádio e televisão enquanto, simultaneamente, participam das comissões legislativas responsáveis pela outorga e regulamentação desses meios de comunicação (Santos, 2006).

Esse novo coronelismo, identificado a partir da segunda metade do século XX em um contexto mais urbanizado, resulta da exploração dos serviços públicos de rádio e televisão (concessões públicas) por figuras políticas que utilizam sua posição e influência para fins próprios. Como destaca Lima (2011, p. 105), ele é fruto “[...] das profundas alterações que ocorrem com a progressiva centralidade da mídia na política brasileira, a partir do regime militar (1964-1985)”. Dessa forma, o autor explica e conceitua o fenômeno com clareza e objetividade:

[...] o Coronelismo Eletrônico é um ‘sistema organizacional da recente estrutura brasileira de comunicações, baseado no compromisso recíproco entre poder nacional e poder local, configurando uma complexa rede de influências entre o poder público e o poder privado dos chefes locais’ (Santos, 2006, p. 6).

Dentro desse contexto, apresentamos a configuração, as diferenças e as semelhanças entre os conceitos de coronelismo e coronelismo eletrônico, conforme ilustrado na Figura 7 a seguir:

Figura 7 – Características do coronelismo e coronelismo eletrônico



Fonte: elaborada pelo autor (2026).

Como podemos identificar, esses fenômenos estão entrelaçados – ainda que operem em temporalidades distintas, mantêm interesses em comum. A principal diferença está na roupagem, caracterização e modernização da figura do coronel, que já não está diretamente ligada à posse de terras (ainda que esse elemento não esteja completamente ausente no contexto atual), mas sim a um viés mais empresarial e comunicacional. Ou seja, há uma atualização da figura do coronel arcaico e rural para uma versão urbanizada desse mesmo perfil.

Esses políticos ocupam o centro das decisões e do poder, influenciando diretamente a concessão de radiodifusão e tornando-se, assim, seus principais beneficiários. Dessa forma, em vez de falar apenas em concessões, podemos falar em dinastias políticas, uma vez que as televisões locais, por exemplo, são controladas majoritariamente por núcleos familiares, como as famílias Sarney e Lobão (Maranhão), Magalhães (Bahia), Franco (Sergipe), Alves (Rio Grande do Norte), Collor de Melo (Alagoas), Jereissati (Ceará) e Oliveira (Pernambuco).

Outras famílias como a Queiroz (Ceará) e Paes de Mendonça (Pernambuco) não podem ser enquadradas como dinastias políticas. Pois, o início da construção de seus impérios não partem desse quadro histórico político, mas, antes, do setor econômico. A família Queiroz, liderada por Edson Queiroz, desponta com o investimento em gás, enquanto a família Paes de

Mendonça, liderada por João Carlos Paes Mendonça, é proprietária de empresas nas áreas imobiliária, shopping centers e comunicação. No segmento de comunicação, o Grupo JCPM controla, em Pernambuco, o Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, que inclui portal, rádio, televisão e jornal impresso (Barros, 2009).

Já o Sistema Jangadeiro de Comunicação pode ser apontado como um sistema midiático híbrido. Pois, ele surge a partir do entrelaçamento entre os eixos econômico e político. Fundado em 10 de março de 1990, pelos empresários Assis Machado e Jaime Machado Filho e Sérgio Machado, primos de Tasso Jereissati, podemos destacar que o surgimento desse grupo de mídia regional teve maior proximidade com o eixo político. Uma vez que Jeiressati já ocupava um cargo político, como governador do Ceará, desde 1986 (Costa Filho, 2007).

O poder, nesse contexto, torna-se ainda mais concentrado, uma característica presente desde a expansão da televisão no Brasil, que sempre esteve sob o domínio de poucos, mas de influentes grupos políticos e econômicos. Esse fenômeno também se estende ao cenário das grandes redes televisivas em âmbito macro, controladas por famílias como os Marinho (Globo), Abravanel (SBT), Macêdo (Record) e Saad (Band).

Assim, do coronelismo ao coronelismo eletrônico, um elemento constante ao longo das diferentes temporalidades é o processo de desenvolvimento dos territórios. Isso nos remete à compreensão do projeto de modernização da cultura brasileira, que, segundo Ortiz (2001), se baseou na identificação com a ideia de desenvolvimento e progresso – especialmente inspirado no modelo da região Sudeste (notadamente Rio-São Paulo) – e na mercantilização da cultura, que sustentou a noção de modernização nacional. No Ceará, na década de 1960, a televisão funcionou como um desses símbolos de modernização, ainda que a maior parte da população não tivesse acesso a esse bem cultural. Inicialmente, esse papel foi representado pela TV Ceará.

Após essa primeira experiência com produção televisiva local, Barreto (2008) e Cunha (2009) destacam a chegada de conteúdos televisivos vindos de outras regiões. Essa nova lógica de mercado foi impulsionada pela introdução do videoteipe e pelo barateamento da manutenção das emissoras locais. “A chegada do videoteipe no Ceará, em 1966, provocou o desmonte da produção local e um aumento considerável da exibição de produções das emissoras do Rio de Janeiro e São Paulo” (Cunha, 2009, p. 1). No entanto, mesmo diante desse declínio da produção local, Cunha (2009) ressalta o surgimento de novas emissoras de televisão no Ceará a partir da década de 1970, como as TVs Verdes Mares (1970), Educativa (1974), Uirapuru (1978) e Manchete (1984). A produção dessas emissoras era voltada, sobretudo, para programas de auditório e telejornalismo.

Após a TV Ceará, outra emissora de grande importância para o estado cearense foi a TV Verdes Mares, pertencente ao grupo midiático regional Sistema Verdes Mares (SVM), da família Queiroz. Com a chegada dessa nova emissora ao mercado regional, quatro anos depois, em 1974, a programação da TV Globo passou a ser transmitida no Ceará por meio do sistema de afiliação – como apontado no capítulo anterior.

Segundo Sousa (2008a, 2008b), a década de 1960 foi crucial para a configuração do cenário televisivo no Ceará – a partir de uma aproximação com o cenário político local. Enquanto Chateaubriand instalava a primeira emissora do estado, a TV Ceará, dois anos depois, em 1962, surgiu um movimento para a criação de uma nova emissora: a TV Dragão do Mar. Embora o projeto não tenha sido concretizado, a concessão havia sido outorgada ao empresário e político Moysés Pimentel, do Partido Social Trabalhista (PST), aliado do então presidente da República, João Goulart (1961-1964), conhecido popularmente como Jango.

Proprietário da Rádio Dragão do Mar desde o ano de 1959, Moysés Pimentel mantinha vínculos com o trabalhismo político de Jango. No entanto, com o golpe militar de 1964, ele sofreu perseguição política, foi preso, perdeu o seu mandato de deputado federal e teve cassados os seus direitos políticos por uma década. Além disso, foi destituído da concessão da rádio, da emissora de televisão e de sua empresa de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP). Sousa (2008) aponta que a perseguição a Moysés foi iniciada pelo então prefeito de Fortaleza, general Murilo Borges (1963-1966), que, em junho de 1965, apresentou uma denúncia ao Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel), alegando o caráter subversivo da emissora de televisão, que ainda não havia sido inaugurada.

Curiosamente, em junho de 1965, o empresário Edson Queiroz entrou com um pedido no Contel solicitando a concessão de uma emissora de televisão. Ou seja, um grupo econômico estava buscando possuir uma emissora, objetivando ampliar o seu alcance. O pedido foi aprovado em 23 de maio de 1969 pelo presidente Artur da Costa e Silva (1967-1969). Como destaca Sousa (2008b, p. 32):

A mudança de concessionários de acordo com a alteração no cenário político (e efetuada por via política) parece dizer algo sobre a natureza da televisão e os interesses que emergem na sociedade cearense e brasileira naquele momento. No primeiro momento, a emissora foi concedida ao empresário Moysés Pimentel, que se alinhava ao projeto político de Jango, defensor das reformas de base e fortemente respaldado pelos setores organizados da sociedade civil considerados ‘progressistas’.

A concessão foi transferida para o empresário Edson Queiroz, marcando a criação do Sistema Verdes Mares.

No entanto, o início das transmissões da TV Dragão do Mar nunca ocorreu, e a exploração da faixa de frequência ficou por conta de outro empresário, Edson Queiroz, que **nunca participou diretamente da política**. Com essa concessão, conseguiu um grande reforço para a consolidação de seus negócios em comunicação, constituindo hoje o Sistema Verdes Mares. Entretanto, o fato de não ser parlamentar não o isentou de ser incorporado a um projeto político nacional (Sousa, 2008a, p. 32-33, grifo nosso).

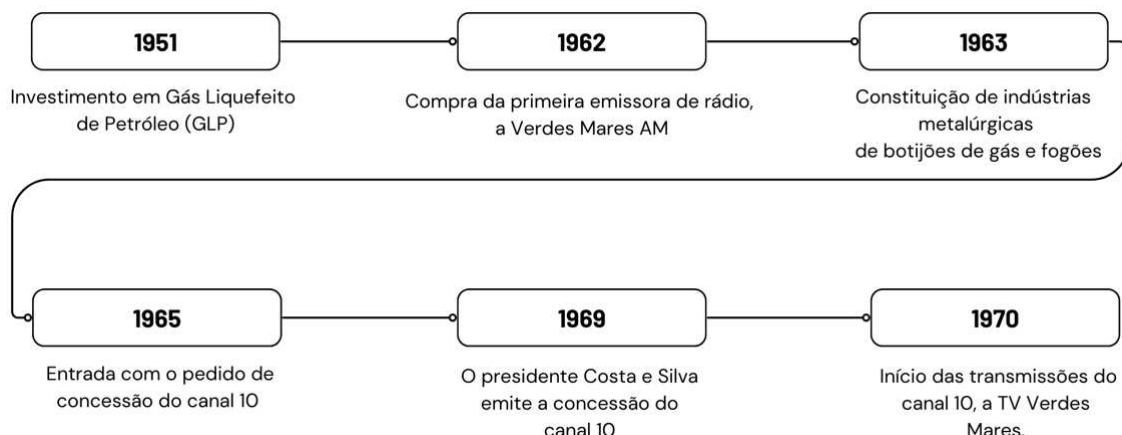
Apesar de explicitar que a família Queiroz nunca participou da vida política, Sousa (2008a, 2008b) entende que a solicitação feita por Edson Queiroz visando a concessão televisiva é uma forma de compreender uma aproximação com os interesses políticos e econômicos a partir do cenário da ditadura militar. Sendo assim, ainda conforme o autor, essa aproximação funcionou como um “empurrãozinho da ditadura militar”. Pois, como destaca Caparelli (1982, p. 165):

Em vez do sistema de concessões favorecer o pluralismo ideológico, serviu para reforçar o monopólio das emissões dentro de um bloco ideológico politicamente identificado como doutrina de Segurança Nacional. Por outro lado, a filtragem dos detentores de concessões favorece uma censura indireta, operada pela raiz e, eventualmente, há facilidades para a difusão da ideologia dos grupos dominantes no aparelho do Estado.

Ainda como forma de apontar a proximidade do grupo midiático com o contexto político da ditadura militar, Sousa (2008a, p. 33) afirma que:

A disponibilidade do Grupo Edson Queiroz em participar do projeto sociopolítico representado pelo regime de exceção em troca do favorecimento fica patente na entrevista que um dos executivos do grupo, Astrolábio Queiroz Filho, concede à coluna Ondas e Canais, do jornal O Povo, no dia 8 de janeiro de 1970. O entrevistado apresenta como ‘grande novidade’ a ser oferecida pela nova emissora o fato de que ela iria disponibilizar gratuitamente, de segunda a sexta, cinquenta minutos de ‘programação educativa ao governo brasileiro’, quando se espera que o público-alvo de um canal seja a população, e não o governo. Embora haja uma convergência de estratégias, não se pode reduzi-las a um interesse comum. Na mesma entrevista, o conflito pode ser identificado na acusação que o entrevistado faz, reclamando do descaso do governo estadual com o investimento do Grupo Edson Queiroz na montagem da emissora e apelando para que se liberasse a infra-estrutura de repetidoras existentes para a utilização da TV Verdes Mares.

Nesse contexto, a TV Verdes Mares iniciou suas operações em 31 de janeiro de 1970, tornando-se mais um dos empreendimentos midiáticos da família Queiroz. Para ilustrar melhor a entrada dos Queiroz no setor da comunicação, Souza e Souza (2023) elaboraram uma linha do tempo (Figura 8):

Figura 8 - Linha do tempo da família Queiroz no ramo da comunicação

Fonte: elaborada pelo autor baseado em Souza e Souza (2023).

Entretanto, compreendemos que a utilização dos veículos de comunicação pela família Queiroz, a partir do Sistema Verdes Mares, enquanto mídia regional no Ceará, ocorreu mais em função do seu caráter capitalista e econômico visando uma ampliação do seus negócios e do seu poder. E não a partir de um viés político como ocorreu com as demais dinastias políticas mencionadas anteriormente. Uma vez que, de forma direta, a família não possuía um histórico na política. Logo, não podemos configurar esse grupo dentro de uma dinastia política.

O próprio Sousa (2007b) destaca que a TV Verdes Mares é uma janela econômica para o Grupo Edson Queiroz, assim como Moreira, Leal e Aguiar (2017) – que enfatizam o caráter econômico, enquanto um conglomerado empresarial e familiar, conforme Silva et al. (2021). No entanto, o autor objetiva aproximar essa relação com o campo político cearense, a partir da obtenção da concessão da emissora e do seu vínculo com a ditadura militar e, posteriormente, com a afiliação à TV Globo. Dessa forma, compreendemos que é fundamental salientar essa diferença e não incluir a família Queiroz no contexto da propriedade de uma emissora televisão a partir de um histórico de atuação no campo político. Vale lembrar que, a família Queiroz não se inseriu no cenário empresarial cearense somente por meio do gás, mas também atuando em outros segmentos:

Quadro 17 – Segmentos ligados ao Grupo Edson Queiroz

Área de atuação	Empresas
Energia	Nacional Gás Butano, Brasil Gás Butano, Paragás
Alimentação	Indaiá, Minalba, São Lourenço, Petrópolis
Eletrodoméstico	Esmaltec
Comunicações	Sistema Verdes Mares
Agroindústria	Esperança Agro
Educação	Universidade de Fortaleza (Unifor) e TV Unifor
Outras atuações empresariais	Quepar Incorporações
Ações sociais	Ação Verdes Mares e Caravana TV Diário

Fonte: Souza e Souza (2023).

Além dos segmentos acima, é preciso destacar a coleção de arte de Airton Queiroz, o filho primogênito de Edson Queiroz e Yolanda Queiroz. Conforme reportagem de O Globo (2017)¹⁶, o acervo possui mais 2300 peças de artes, incluindo um quadro do artista francês Renoir, avaliado em 4 milhões de dólares. E o Museu do Complexo Yolanda e Edson Queiroz. De acordo com reportagem do Diário do Nordeste (2025)¹⁷, o Complexo, que será inaugurado em três etapas, é uma homenagem aos ícones cearenses Yolanda e Edson Queiroz, que contribuíram para o desenvolvimento.

Posto isto, para refletir sobre a relação entre televisão e os processos de modernização, industrialização e progresso no Ceará, buscamos aqui, mediante a uma linha do tempo, destacar três figuras políticas fundamentais: Virgílio Távora, que desde o seu primeiro mandato como governador do estado (1963-1966), representou a continuidade do coronelismo e coronelismo eletrônico; as transformações políticas com o surgimento de novos líderes, como o ex-governador Tasso Jereissati (1987-1990; 1995-1998; 1999-2002) e Ciro Gomes (1991-1994), que promoveram o slogan ‘Governo das Mudanças’. Com isso, será possível observar e identificar como a televisão foi utilizada seja como instrumento político, visibilizando as ações desses governantes, seja como viés econômico, promovendo, por exemplo, o turismo no estado.

3.1.1 Virgílio Távora, os coronéis e a modernização no Ceará

O major-engenheiro do Exército Virgílio Moraes Fernandes Távora, conhecido como Virgílio Távora, exerceu diversos cargos políticos¹⁸ no Ceará. Dentre tais cargos, o que nos interessa é seu primeiro mandato como governador (1963-1966), pois é nesse período que o processo de expansão da televisão no Ceará aponta para algumas evidências. Conforme Alencar Júnior (2006, p. 17, grifos do autor), “No Ceará, o nome de Virgílio Távora é associado às práticas políticas tradicionais. Virgílio é visto como um dos três coronéis (César Cals e Adauto Bezerra) comumente apontados como responsáveis pelo atraso do Ceará, estado estigmatizado por baixos indicadores de condições de vida”.

A associação com práticas políticas tradicionais e a promoção do atraso no processo de desenvolvimento e modernização do estado, como aponta o autor, mantém relação de

¹⁶ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/artes-visuais/colecionador-cearense-airton-queiroz-morre-aos-70-anos-em-fortaleza-21548239>. Acesso em: 24 nov. 2025.

¹⁷ Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/opiniaao/colunistas/sisi-por-geritza-gurgel/captei-tour-exclusivo-descubra-os-segredos-do-complexo-cultural-que-promete-mudar-a-fortaleza-1.3650537>. Acesso em: 24 nov. 2025.

¹⁸ Foi duas vezes governador do Estado (1963-1966 e 1979-1982); cumpriu dois mandatos como senador (1971-1978 e 1983-1988) e; três como deputado federal (1950-1954, 1954-1958 e 1967-1970). Além disso, foi Ministro da Viação e Obras Públicas do gabinete parlamentarista chefiado por Tancredo Neves (1961-1962)

proximidade com um modelo político marcado exatamente por essas figuras ‘coronelescas’: grandes proprietários de terras, líderes políticos e indivíduos de forte influência no Ceará. Além de Távora, outros dois políticos também merecem destaque: César Cals e Adauto Bezerra, este último com forte atuação em Juazeiro do Norte.

César Cals de Oliveira Filho, formado em Engenharia Elétrica pelo Instituto Militar de Engenharia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, foi oficial da Infantaria do 23º Batalhão de Caçadores, instrutor da Escola Preparatória e adjunto da chefia dos Serviços de Obras da 10ª Região Militar, localizada em Fortaleza (CE). Além disso, trabalhou no Departamento de Energia da Sudene por indicação de Celso Furtado. Assim como Távora, também governou o Ceará (1971-1975). Já José Adauto Bezerra de Menezes, nascido em Juazeiro do Norte (1926), foi militar e político, governando o estado entre 1975 e 1978. Além de governador, Adauto também foi deputado estadual (1959-1975), deputado federal (1979-1983) e vice-governador do Ceará (1979-1983).

De acordo com Carvalho e Cordeiro (2020), a família Bezerra de Menezes configura-se como uma das mais antigas e tradicionais oligarquias de Juazeiro do Norte. A relação dessa família com o poder remonta a 1898, quando recebeu a bênção do Padre Cícero, apesar da punição imposta a ele por sua insistência em pressionar a Igreja sobre o suposto milagre da beata Maria de Araújo – que teria transformado uma hóstia em sangue –, o que resultou na perda do direito de celebrar missas e ouvir confissões. Os Bezerras, sob a liderança do Major José Bezerra de Menezes, foram os principais beneficiados na região. Aliás, João Bezerra Menezes foi o terceiro prefeito da cidade (1912-1913), sendo o primeiro da linhagem dos Bezerras a ocupar tal cargo político.

No contexto televisivo e das pesquisas realizadas, a família Bezerra de Menezes esteve presente desde os primeiros movimentos da televisão em Juazeiro do Norte, ainda na fase inicial da instalação de uma antena retransmissora, na década de 1960. A chegada do sinal televisivo ao Cariri cearense, em 1965, ocorreu durante o mandato do prefeito Capitão Humberto Bezerra de Menezes (irmão de Adauto Bezerra de Menezes) em Juazeiro do Norte (1963-1966). Dentre os três coronéis, Távora foi o político que mais se destacou por suas ações voltadas à modernização do Ceará.

O estudo do político Virgílio Távora permite demonstrar que propósitos e práticas usualmente classificados como *modernas* ou *tradicionais* estão estreitamente associados. A apropriação da política industrial de um *coronel* por Tasso Jereissati, um político que se define como *moderno*, é uma das questões que abordamos neste trabalho (Alencar Júnior, 2006, p. 19, grifo do autor).

O que nos interessa, a partir do governo de Távora, é refletir sobre como essas práticas estão ligadas ao desenvolvimento e à industrialização do Ceará, bem como à interiorização da televisão para Juazeiro do Norte. Conforme Melo (2013), Távora foi responsável pela inauguração da energia de Paulo Afonso no Cariri cearense, em 28 de dezembro de 1961 – um marco que, anos depois, seria essencial para a instalação da primeira antena retransmissora de TV e para a formulação do I Plano de Metas, o Plameg.

De acordo com Leitão (2013), o Plameg tinha como objetivo promover o desenvolvimento por meio de uma administração planejada. Esse plano, desenvolvido por Távora, é considerado um dos pioneiros da política de planejamento estadual no Nordeste brasileiro. No entanto, sua trajetória política também foi marcada pela resistência a mudanças mais radicais, pela defesa do coronelismo e pelo apoio ao governo da ditadura militar.

Mas, em que consistia o projeto Plameg I? Na prática, a proposta buscava superar a predominância agropecuária na economia cearense, integrando o Ceará e o Nordeste à dinâmica da produção nacional. O plano contou com o apoio do Banco do Nordeste do Brasil e da Universidade Federal do Ceará (UFC). Para isso, projetou e executou a construção de uma linha de transmissão de energia de Paulo Afonso (BA), passando pelo Cariri e chegando até Fortaleza, interligando as extremidades do estado. Além disso, formulou e adotou políticas de incentivo à industrialização e ao fortalecimento das práticas empresariais no setor rural. Antes desse projeto, como argumenta Barbosa (1987), as administrações estaduais limitavam-se a uma rotina burocrática e à desarticulação da máquina administrativa.

Sobre os feitos de Távora mencionados por Melo (2013), a inauguração da energia no Cariri – posteriormente expandida para Fortaleza – nos ajuda a compreender o processo de interiorização da modernização, do desenvolvimento e da industrialização na região. Como aponta o autor: “No caso da eletrificação e o Cariri, o que havia era uma disputa em torno do benefício e dos louros políticos que isso poderia gerar” (Melo, 2013, p. 76). No entanto, a expansão da eletrificação para o sul cearense era vista como uma estratégia fundamental para a política de Virgílio, considerando que seu eleitorado estava concentrado na capital cearense. Com isso,

[...] era mais interessante uma obra ‘faraônica’, uma linha de transmissão das mais longas do mundo, à época, a mais longa nas áreas tropicais, sem contar com os troncos vicinais que seriam abertos. A linha central vinda de Paulo Afonso entraria no Ceará na região do Cariri, em Ingazeiras, de lá seguiria para Senador Pompeu e, deste município, para Fortaleza. Do tronco principal, partiriam linhas para Uruburetama, Jaguaribe e Ipu. De cada ponto destes partiriam linhas de transmissão para o restante do Estado (Melo, 2013, p. 76).

A proximidade política e cultural do Cariri cearense com Pernambuco resultou, por exemplo, na chegada dos primeiros sinais televisivos à região. A criação dessa linha de transmissão, interligando o estado, também representava uma forma de aproximação com essa área, onde Távora não possuía um grande eleitorado. Além disso, essa obra simbolizava um passo em direção à modernização do estado, especialmente do interior, considerando que “[...] até a chegada de Virgílio Távora ao governo, os administradores do Ceará não adotavam nenhum planejamento de governo” (Leitão, 2013, p. 242). Ou seja, “[...] foi sob a égide dos chamados ‘coronéis’ que as forças produtivas do Estado foram radicalmente revolucionadas. Esse processo tem início em 1962, com o governo Virgílio Távora [...]” (Barreto, 2008, p. 158). Ademais,

[...] do ponto de vista material, é no governo Virgílio Távora que o estado do Ceará é rasgado por rodovias de norte a sul, de leste a oeste. É ainda sob este governo que a energia de Paulo Afonso chega ao Ceará e possibilitará a arrancada do processo de industrialização do estado. Na verdade, a partir dos anos 60, o Ceará se torna o terceiro maior absorvedor de recursos da SUDENE para o desenvolvimento industrial. É ainda sob o comando de Virgílio Távora que se implanta o terceiro polo metal – mecânico do estado, bem como o sistema de telecomunicações. E o que pode parecer espantoso: é sob a administração desse governo que se dá a universalização do ensino médio” (Teixeira, 1995, p. 8-9).

Com a apresentação desse quadro histórico, é possível apontar que, mesmo inserido em uma política marcada pelo atraso, resistente a grandes mudanças e defensora do coronelismo, o governo de Virgílio Távora representou uma abertura para a transformação do estado cearense, impulsionando a modernização, a industrialização e o desenvolvimento. Sobre esse cenário, Barreto (2008, p. 159) explicita que:

Desse modo, no Ceará, os ‘coronéis’ foram os responsáveis pelo dismantelo das estruturas socioeconômicas propícias à existência e ao desenvolvimento do coronelismo, e os verdadeiros agentes políticos da modernização da economia cearense, o que quase sempre é ocultado nas discussões sobre modernização.

Esse projeto de desenvolvimento não deve ser analisado apenas sob a ótica política. A modernização também abrange a cultura e a formação de um mercado de bens culturais, como a criação de uma emissora de televisão – realidade que teve início no Ceará em 1960, com a implantação da TV Ceará.

A televisão havia chegado ao Brasil como novidade tecnológica incorporada às empresas de comunicação de Chateaubriand, financiada por verbas de origem política e administrada, segundo parâmetros pouco compatíveis com a lógica comercial. Numa sociedade de consumo incipiente, a televisão, como expressão genuína de um desenvolvido mercado de bens culturais de massa, assumiu formas e funções que lhe eram estranhas. Essas novas formas e funções, por sua vez, revelaram as características do desenvolvimento e da formação da cultura popular de massa e

atribuíram à televisão destacado papel junto ao processo de modernização cultural do país (Barreto, 2008, p. 60).

A partir da reflexão apresentada pela autora, é relevante estabelecer um diálogo com a realidade da presença da TV local no Cariri cearense. A década de 1960 não foi importante apenas para a chegada das emissoras, dos aparelhos televisivos e de uma incipiente programação no Ceará. Para o estado, esse período marcou a introdução dessa nova tecnologia e manifestação cultural na vida da sociedade cearense, como ressalta Williams (2016).

A televisão surgiu, assim como o telégrafo, o telefone e o rádio antes dela, como uma resposta tecnologicamente sintética a um conjunto novo e radical de necessidades sociais, políticas e econômicas. A industrialização e a modernização tinham criados novos desafios e demandas: por ordem, controle e comunicação. As máquinas, pensadas e desenvolvidas para oferecer respostas singulares a demandas, em grande maioria, militares e industriais (o gerenciamento de impérios e estradas de ferro; frequentemente, de ambos ao mesmo tempo), tomariam formas inesperadas em usos sociais e civis (Williams, 2016, p. 14).

É interessante refletir sobre como um texto escrito na década de 1970, constantemente atualizado – sendo a edição em uso a de 2016 –, mantém uma lógica que não apenas permaneceu inalterada, mas também foi expandida, revitalizada e disseminada globalmente. Quando analisamos essa lógica a partir da perspectiva da televisão local, o trecho citado anteriormente evidencia como esse meio de comunicação funcionou em determinadas regiões: um instrumento de poder, controle e difusão de informação.

Nesse contexto, Martín-Barbero e Rey (2004, p. 41) afirmam que: “Na América Latina, é nas imagens da televisão que a representação da modernidade se faz cotidianamente acessível às grandes maiorias”. No entanto, de que território exatamente os autores estão falando? Ao direcionarmos o olhar para o contexto brasileiro e, mais especificamente, para o interior do país, percebemos que as realidades são distintas, singulares e assimétricas. No caso cearense, por exemplo, ao compararmos o norte e o sul do estado, identificamos dois processos distintos de implantação e desenvolvimento da televisão. Assim, a “representação de modernidade” mencionada pelos autores precisa ser contextualizada de maneira particular, considerando as especificidades de cada território.

E como o período político sob a liderança de Virgílio Távora se relaciona com a televisão? Apesar de sua gestão estar associada a um modelo político tradicionalista, marcado pelo coronelismo e pelas relações de poder, foi nesse período que o Ceará começou a trilhar o caminho da modernização. A criação do Plameg, somada à atuação do Banco do Nordeste e da Sudene, impulsionou um movimento de transformações na estrutura socioeconômica do estado.

Dentro desse cenário, ainda que de forma tímida, a televisão foi introduzida na sociedade cearense, tornando-se parte do processo de modernização regional.

Como destaca Barbalho (2007), Virgílio Távora foi um dos responsáveis pela interiorização da televisão no Ceará, por meio da TV Ceará. No entanto, como pontua Gomes (2016), o processo de eletrificação no Cariri cearense, que precedeu essa expansão da TV, foi estrategicamente utilizado por Távora para fortalecer seu discurso político de modernização e industrialização do estado. Além disso, a iniciativa também visava integrar as regiões norte e sul do Ceará.

Dessa forma, a interiorização da televisão não se limitava à ampliação do acesso à informação; ela carregava diversos objetivos implícitos. Entre eles, destacar a percepção de desenvolvimento, urbanização e progresso; reforçar a ideia de integração territorial; utilizar a televisão como um instrumento ideológico; e consolidar na opinião pública a imagem de seu governo como símbolo das transformações necessárias para a sociedade cearense. Nesse cenário, durante o governo de Távora, foram criados o Serviço de Imprensa e Relações Públicas e a Secretaria de Comunicação, órgãos responsáveis pela centralização das informações governamentais e pelo controle da publicidade estatal. Vidal (1994) observa que existia um fluxo constante entre o governo e os meios de comunicação: enquanto o primeiro liberava verbas e releases, os veículos de mídia respondiam com matérias favoráveis ao governador.

Mas como esse panorama se modifica no contexto de uma nova política cearense, marcada pelo espírito jovem e impulsionada por novos empresários, sob o slogan *Governo das Mudanças*? Essa transição pode ser compreendida a partir das gestões de Tasso Jereissati e Ciro Gomes, cujas estratégias políticas redefiniram a comunicação e o desenvolvimento do estado.

3.1.2 Os jovens empresários e o governo das mudanças

Tasso Ribeiro Jereissati, mais conhecido como Tasso Jereissati, é um político e empresário cearense filiado ao Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Ao longo de sua trajetória política, foi eleito governador do Ceará por três mandatos (1987–1991, 1995–1999 e 1999–2002) e senador em duas ocasiões (2003–2011 e 2015–2023). Filho do político Carlos Jereissati, que atuou como deputado federal pelo Ceará (1955–1962) e senador (1963), Tasso teve sua inserção na política fortemente influenciada pelo histórico familiar. Outro fator relevante para compreender sua atuação no governo e sua proximidade com os meios de comunicação é seu casamento, desde 1973, com Renata Queiroz, filha do empresário Edson Queiroz. Este último foi fundador do Grupo Edson Queiroz, conglomerado que inclui o Sistema Verdes Mares, um dos principais grupos de comunicação do Ceará.

Com a chegada de Jereissati ao governo do estado em 1987, Gondim (1995, p. 2) explica que:

As eleições de 1986 significaram a ascensão política de uma nova elite no Ceará, a qual, em pouco tempo, viria a adquirir expressão nacional: o grupo liderado por Tasso Jereissati. Naquela ocasião, foram conduzidos aos governos dos três principais Estados nordestinos candidatos comprometidos com a superação de práticas políticas clientelistas: Valdir Pires, na Bahia, Miguel Arraes, em Pernambuco, e o próprio Tasso Jereissati, no Ceará. Contudo, apenas nesse último Estado consolidou-se o domínio político do novo grupo, na medida em que Tasso conseguiu eleger seu sucessor e reeleger-se, garantindo a supremacia de um partido político também novo, o PSDB, ao qual se afiliara em janeiro de 1990, e do qual viria a ser presidente.

Como relata Barbalho (2007), em contraposição à figura do coronel, representada por Virgílio Távora e Adauto Bezerra, surge a candidatura de Tasso Jereissati ao governo do Ceará, apoiada pelo Movimento Pró-Mudanças (PMDB, PC do B, PCB e PDC). Sua candidatura simbolizava a “modernidade política e econômica” e foi lançada com o slogan “O Brasil Mudou. Mude o Ceará”, que “[...] apoiava-se nas mudanças em curso no cenário nacional para reforçar a luta local contra as ‘forças retrógradas do coronelismo’” (Barbalho, 2007, p. 28).

Essa nova elite política ficou conhecida como Governo das Mudanças e era impulsionada por um grupo de jovens empresários que defendiam a modernização do estado. Segundo Barbalho (2007, p. 27), tratava-se de “[...] uma geração formada, em seu núcleo inicial, por jovens empresários ingressos na política com o objetivo de desenvolver um estado que, segundo avaliavam, se encontrava em situação de atraso e miséria”.

Esse movimento não ocorreu apenas no Ceará, mas também em outros estados do Nordeste. Em Pernambuco e na Bahia, por exemplo, a eleição de Miguel Arraes e Waldir Pires ao governo estadual representou a vitória contra os grupos políticos tradicionais alinhados às forças militares, como destaca Barbalho (2007). Assim, o fenômeno não se restringiu a um caso isolado, mas fez parte de uma articulação mais ampla em busca da renovação política. Nesse contexto,

Tasso Jereissati não era apenas um candidato ao governo; ele encarnava um personagem, o herói civilizatório da política nordestina que se confrontava em batalha decisiva contra ‘as forças do atraso’, emblematizadas na figura dos ‘coronéis’, que povoam a literatura regionalista erudita e popular. O contexto nacional da redemocratização ajustava-se ao formato epopéico assumido pela campanha sucessória estadual, cuja simbólica central era a de *ruptura com o passado*, sintetizada no slogan ‘o Brasil já mudou, mude o Ceará’, e prometida na missão grandiosa, ‘*acabar com a miséria*’ (Carvalho, 2004, p. 74, grifo do autor).

Carvalho (2004) nos convida a refletir sobre como a imagem e o imaginário da política cearense, especialmente dos jovens políticos, foram construídos em oposição às figuras dos antigos coronéis. A autora (2004, p. 73) ressalta que esse período marcou “[...] um longo ciclo de hegemonia do ‘tassismo’ na política estadual, confirmada em sucessivas vitórias, sempre decididas em primeiro turno, de 1986 a 1998”. Não por acaso, a trajetória política de Tasso Jereissati ficou conhecida como o ciclo de hegemonia do Tassismo.

Se a década de 1960 representou um momento de modernização, a partir da segunda metade dos anos 1980 (especialmente após 1987), a política cearense passou por mudanças significativas. Tasso Jereissati, como figura emblemática desse período, utilizava em seus discursos termos que reforçavam a ideia de renovação, como “modernidade”, “racionalização” e “nova era”. Sua campanha “[...] foi um momento singular de construção de um capital simbólico que alimentará a longevidade política do grupo que ascendeu ao poder e nele se mantém por quase duas décadas, justificando a nomeação de uma temporalidade política própria, a ‘Era Tasso’” (Carvalho, 2004, p. 74).

Um dos grandes diferenciais da campanha de Tasso foi o uso estratégico dos meios de comunicação eletrônicos, especialmente a televisão. Para entender esse aspecto, é fundamental considerar o cenário televisivo cearense da época. Ao contextualizar a história da televisão no estado, Cunha (2009) destaca as décadas de 1970 e 1980 como um período de popularização das emissoras de TV. Como menciona Barbalho (2000, p. 2),

Toda a estratégia de Jereissati é organizada a partir do slogan da mudança utilizando um forte e sofisticado esquema publicitário, tido mesmo como marco na instauração de um ‘padrão midiático publicitário’ na política brasileira. Espetacularizada, a política passa para a esfera da ‘sedução’. A estratégia acaba por se mostrar vitoriosa: Jereissati é eleito com 52,3% do total de votos válidos.

Dessa forma, tanto a espetacularização quanto o padrão midiático foram amplamente disseminados pelas emissoras de televisão, além de outros veículos de comunicação. Como destaca Barbalho (2000, p. 4), “[...] a imagem e a popularidade [dos políticos] que mantêm interna e externamente ao estado permanecem extremamente positivas, atraindo a atenção, em todo o país, de políticos, jornalistas, intelectuais, empresários etc. [...]”.

Além disso, a construção de um novo imaginário político, voltado para a ideia de um “novo Ceará”, foi fundamental para consolidar essa estratégia midiática. Carvalho (1999) analisa esse processo no contexto do Governo das Mudanças, ressaltando como a política foi transformada em mercadoria, promovendo um fenômeno de esteticização e mostrabilidade.

Essa abordagem foi utilizada pelos líderes políticos como uma forma de inserir o Ceará no cenário de desenvolvimento e industrialização.

Carvalho (2001) lembra ainda que o uso estratégico da mídia pelo governo de Tasso começou já no período da campanha, em 1986. Além disso,

A demarcação simbólica da diferença entre o antigo e o moderno explicitava-se também no próprio formato dos programas de Tasso na TV, no uso de formas de comunicação criativas e interessantes e que se contrapunham ao ‘discurso político tradicional’: clipes, tele-charges, reportagens, são alguns dos dispositivos da enunciação televisual através dos quais a imagem marca de Tasso ganhava contornos positivos tendo como contra face a caricaturização dos opositores com todas as imagens clichês dos coronéis (Carvalho, 2001, p. 8).

Dessa forma, todo esse aparato político e midiático possibilitou que o governo de Tasso configurasse:

[...] um ‘antes e um ‘depois’ como parte da construção simbólica de uma temporalidade política. Um discurso performativo, evocador de uma ‘nova era’, evidencia-se através de palavras como ‘modernidade’, ‘novo’, ‘racionalização’, ‘mudanças’, todas indicativas da instauração de um poder que buscou a sua singularidade através da negação do passado (Barreira, 2002, p. 67).

Em sua aproximação com os meios de comunicação, Tasso Jereissati obteve a concessão da TV Jangadeiro, sediada em Fortaleza (CE) e fundada em 13 de março de 1990, durante seu primeiro mandato como governador do Ceará. Além da emissora de televisão, Tasso também é proprietário das rádios Jangadeiro BandNews FM e Rede Jangadeiro FM. Inicialmente, a TV Jangadeiro foi afiliada à Rede Bandeirantes, mas, em 1999, passou a transmitir conteúdos do SBT, vínculo que se mantém até o presente.

A concessão da emissora ocorreu no contexto da chamada “Farra das Concessões”, durante o governo do presidente José Sarney (1985-1990). Desde então, a TV Jangadeiro investiu fortemente em programação local e popular, destacando-se, por exemplo, o noticiário policial *Barra Pesada*, exibido de 1990 a 2020, que chegou a liderar a audiência entre as classes populares de Fortaleza.

Vale destacar que o fortalecimento da grade local também visava converter a audiência em votos para o grupo político de Jereissati, evidenciando um uso estratégico dos meios de comunicação para estreitar a relação entre políticos e eleitores. Além de Tasso, outra figura central do Governo das Mudanças na promoção da imagem de desenvolvimento e industrialização do Ceará foi Ciro Gomes, representante da família Ferreira Gomes – da cidade de Sobral, localizada na região norte do estado do Ceará.

Ciro Ferreira Gomes, ou simplesmente Ciro Gomes, é advogado e político cearense, filiado ao Partido Democrático Trabalhista (PDT), no qual ocupa a vice-presidência. Ao longo

de sua trajetória política, foi governador do Ceará (1991-1994), deputado estadual (1985-1989), prefeito de Fortaleza (1989-1990), ministro da Fazenda no governo Itamar Franco (1994-1995), ministro da Integração Nacional no governo Lula (2003-2006) e deputado federal (2007-2011).

Para compreender o processo de desenvolvimento e industrialização do Ceará, é fundamental analisar seu mandato como governador, iniciado após deixar a prefeitura de Fortaleza para concorrer ao cargo estadual com o apoio de Tasso Jereissati. Esse contexto reforça a ideia de continuidade do projeto político que consolidava a imagem do Ceará como um estado em transformação, marcado pelo progresso e pela industrialização, iniciado na gestão de Tasso.

Diógenes (2002, p. 111-112) ressalta essa conexão entre os dois líderes: “Vale ressaltar que as aproximações e mesmo o conjunto de semelhanças que recortam as imagens políticas de Ciro Gomes e Tasso Jereissati são recorrentes. O projeto das mudanças é plenamente identificado com Ciro Gomes e Tasso Jereissati”. Sobre essa relação, Carvalho (2004, p. 3) discorre que:

Eleito pela 1ª vez ao governo do Ceará em 1986 Tasso ‘reelege-se’ virtualmente através do seu candidato Ciro Gomes em 1990; retorna ele próprio como candidato vitorioso em 1994 e em 1998 beneficiando-se das alterações na legislação eleitoral re-candidatar-se ao cargo que ocupava em uma campanha absolutamente não competitiva.

Como destaca Carvalho (2004, p. 74), “A hegemonia do grupo político de Tasso confirmou-se em consecutivas vitórias em campanhas estaduais reconhecidamente não competitivas”. Mas qual seria a diferença entre a família Jereissati e a família Ferreira Gomes? Cabral Neto, Vasconcelos e Cajazeira (2020, p. 120) ajudam a responder essa questão ao explicarem que “[...] diferentemente das outras oligarquias nordestinas, eles [a família Ferreira Gomes] não detêm o domínio midiático no estado e, ainda assim, lideram o cenário político estadual”.

Entretanto, a ausência de controle direto sobre os meios de comunicação não impediu que a família Ferreira Gomes utilizasse a televisão e outros veículos midiáticos para consolidar sua imagem e reforçar a narrativa do desenvolvimento e industrialização do Ceará. Dessa forma,

Importa situar que o padrão midiático publicitário da política não foi ativado apenas em época de eleições, mas se tornou um investimento recorrente dos Governos das Mudanças com o intuito de estabelecer o que Carvalho (2001) denomina de ‘imagem marca das mudanças’ – um reforço para que o continuísmo dos governos mudancistas (Tasso-Ciro-Tasso-Tasso) fosse positivado, e não visto de forma negativa. Assim, os Governos das Mudanças não pouparam esforços para garantir a ‘mostrabilidade’ de

suas ações, tanto ao produzir fatos geradores de notícias, quanto investindo grande quantidade de recursos em publicidade institucional (Barbalho, 2007, p. 29).

Uma das estratégias mais utilizadas para a construção da imagem de marca, como destaca Carvalho (2004), foi a promoção do turismo cearense como parte integrante da política de desenvolvimento econômico. Essa atividade foi amplamente explorada durante o governo de Ciro Gomes, como veremos adiante. Sobre o papel do turismo no Ceará, Dantas (2000, 2002) aponta que o governo local soube se beneficiar da economia do setor, utilizando-o como um aparato ideológico de propaganda política.

Esse mecanismo serviu tanto para justificar e reforçar suas ações quanto para consolidar sua legitimidade. Para Aragão e Dantas (2006, p. 47), o turismo representou um “milagre econômico”, promovido como uma “[...] garantia da redenção econômica e da melhoria das condições de vida do cearense, até então vitimado pelas secas, nos termos apresentados pelo imaginário oficial”.

No contexto do Governo das Mudanças, a estratégia de marketing consistia em reforçar a vocação natural do Ceará para o turismo, projetando-o como um novo paraíso tropical. Nesse sentido, “Imbuídos dos elementos discursivos há pouco mencionados, empresários, políticos e governo criaram, ao utilizarem-se da mídia na difusão de seus argumentos, ambiente propício à implantação da atividade turística no Ceará” (Aragão; Dantas, 2006, p. 47). Assim,

Com ênfase no ideário há instantes referido, o governo, juntamente com a iniciativa privada, alia às características de seu território as necessidades eminentemente econômicas, investindo tanto no tombamento dos atrativos naturais, principalmente o litorâneo – e culturais – como na instalação de complexos turísticos capazes de integrar a infra-estrutura e os serviços nas áreas de elevado potencial turístico (Aragão; Dantas, 2006, p. 47).

Um exemplo de influência no campo televisivo foi a aproximação entre o governo de Ciro Gomes e as telenovelas da Rede Globo. Em 1994, a emissora exibiu *Tropicaliente*, uma telenovela transmitida entre 16 de maio e 30 de dezembro, totalizando 194 capítulos. Escrita por Walther Negrão para o horário das 18h, a novela representou um investimento midiático estratégico do governo Ciro, promovendo o desenvolvimento do Ceará por meio da televisão. Sanchez (1994) e Aragão e Dantas (2006) destacam que essa parceria reforçou a imagem do estado como um local de natureza preservada, infraestrutura turística moderna e desenvolvimento industrial.

Mas, como a Rede Globo escolheu o Ceará como cenário para *Tropicaliente*¹⁹? De acordo com Duh Secco, do portal *TV História*, em 30 de dezembro de 2017, a ideia surgiu a partir de uma reunião entre o diretor da telenovela, Paulo Ubiratan, e o próprio Ciro Gomes, durante um almoço. Ciro teria solicitado que a infraestrutura técnica e a modernidade das indústrias cearenses fossem retratadas na trama. Contribuindo para essa discussão, a jornalista Cristina Padiglione, do portal *Telepadi*, em 15 de fevereiro de 2022, explicou que os cenários escolhidos para as gravações incluíram a Praia do Cumbuco, a Praia de Canoa Quebrada, as cercanias do Beach Park²⁰ e uma cidade cenográfica representando a Vila dos Pescadores, montada na Praia Porto das Dunas, em Aquiraz. Para viabilizar as gravações, a equipe contou com apoio logístico do governo estadual, incluindo helicópteros e lanchas.

Para que tudo isso acontecesse, conforme relatou Secco (2017), o próprio Ciro acionou a rede hoteleira, que foi convencida a disponibilizar cerca de 600 apartamentos para acomodar a equipe técnica e o elenco durante os 15 dias de gravação. Além disso, a Varig ofereceu um desconto de 75% no transporte de artistas, técnicos e equipamentos do Rio de Janeiro para Fortaleza, enquanto os 25% restantes foram cobertos pela Companhia de Desenvolvimento Industrial e Turístico do Ceará (Coditur). Com esse suporte do governo estadual, o custo médio de cada capítulo de *Tropicaliente* foi reduzido para 35 mil dólares, representando uma economia de 25% por episódio. Além disso, Ciro investiu 700 mil dólares como apoio ao desenvolvimento da telenovela.

E quais foram os efeitos desse investimento para a economia e o desenvolvimento do Ceará? A resposta está no chamado “Efeito Tropicaliente”. A novela alcançou um grande sucesso na época, registrando cerca de 39 pontos de audiência. Esse impacto refletiu diretamente no turismo do estado: houve um aumento de 30% no fluxo turístico durante a baixa temporada, com as dunas exibidas na trama se tornando o principal ponto de interesse dos visitantes. Como consequência desse crescimento, a prefeitura do município de Beberibe, em parceria com o hotel Praia das Fontes, criou uma escola para a formação de guias turísticos na região.

Toda essa relação não foi vista com bons olhos. A reportagem do *Notícias da TV*, escrita por Débora Lima em 20 de dezembro de 2022, destacou que a escolha do Ceará

¹⁹ Vale destacar que entre 1982 e 1983, a TV Globo exibiu a telenovela *Final Feliz*, de Ivani Ribeiro, que também tinha como cenário o litoral cearense (como as praias de Morro Branco e Canoa Quebrada). A exibição da telenovela, conforme Carvalho (2016), ocorreu no último governo militar, final do governo do Coronel Virgílio Távora, projetando o Ceará em nível nacional como destino turístico.

²⁰ O Beach Park é um complexo turístico localizado em Aquiraz, no Ceará, conhecido principalmente pelo seu famoso parque aquático, que é um dos maiores do mundo.

como cenário para a telenovela *Tropicaliente* tinha o objetivo de fortalecer a imagem do governo de Ciro Gomes. Além disso, às vésperas das eleições presidenciais, a novela também teria servido para destacar a imagem do candidato Fernando Henrique Cardoso, então filiado ao PSDB.

A partir dessa análise das mídias cearenses, especialmente da televisão, foi possível evidenciar como esse meio de comunicação foi fundamental para o projeto de construção e ampliação da imagem do Ceará como um estado em desenvolvimento, com foco na industrialização, modernização e turismo. Embora a ênfase tenha sido dada à capital, Fortaleza, essa discussão pode ser estendida a outras regiões do estado. Dessa forma, surge uma nova questão: como esse projeto de modernização se refletiu no interior do Ceará, especialmente no município de Juazeiro do Norte? E de que maneira a televisão penetrou no sul cearense? É o que veremos a seguir.

3.2 Depois o interior: a TV em Juazeiro do Norte

Se, como nos disse Carvalho (2010), a televisão chegou primeiro ao Sudeste e depois ao restante do Brasil, podemos fazer uma analogia semelhante: no Ceará, a televisão se estabeleceu primeiro na capital (litoral) e, posteriormente, no interior. A primeira emissora de televisão do estado foi implantada apenas em 1960. No entanto, ao voltarmos o olhar para o interior, essa realidade se revelou ainda mais discrepante. A população de Juazeiro do Norte teve o primeiro contato com o aparelho televisor e a transmissão televisiva apenas em 1965. Já a instalação de uma emissora própria na região ocorreu em dois momentos distintos: primeiro, com a experiência pioneira da TV Padre Cícero, em 1999, e, posteriormente, com a inauguração da primeira emissora com concessão pública, a TV Verde Vale, em 2006.

Antes de abordar a trajetória da televisão em Juazeiro do Norte, é essencial compreender o processo de modernização e industrialização da região, estruturado em três momentos: (1) o surgimento de Juazeiro do Norte, ainda como Vila de Joazeiro, destacando o papel central da religiosidade e a influência da imagem do padre Cícero na consolidação do território; (2) o desenvolvimento de instituições e empreendimentos que, ao longo do tempo, contribuíram para o crescimento econômico da região e; (3) o atual cenário de industrialização e modernização de Juazeiro do Norte.

3.2.1 O Juazeiro do padre Cícero

Compreender o processo de desenvolvimento de Juazeiro do Norte significa reconhecer como a história de um pequeno vilarejo foi transformada pela fé e religiosidade,

aliadas aos aspectos culturais, políticos e econômicos. Em 22 de julho de 2011, o município celebrou seu centenário de emancipação política. Em homenagem à data, o jornalista Antônio Vicelmo organizou uma série de reportagens para o *Diário do Nordeste*, que também serviram como fontes documentais para a construção desta tese.

Uma dessas reportagens, publicada em 27 de fevereiro de 2011, aborda a história do “Milagre da Hóstia” e como o Sítio Tabuleiro Grande – que mais tarde se tornaria a Vila de Joaseiro e, posteriormente, Juazeiro do Norte –, então distrito do município de Crato, se transformou em um dos maiores centros de romaria do Nordeste e do Brasil. Inicialmente, o jovem padre Cícero Romão Batista (1844-1934), natural de Crato, visitava o vilarejo apenas para celebrar missas. No entanto, decidiu fixar residência no local junto com sua família. Assim, em 1º de março de 1889, o vilarejo, com menos de 10 mil habitantes, se preparava para mais um dia de oração e trabalho, sem imaginar que estava prestes a vivenciar um evento que mudaria sua história.

A partir da reportagem produzida pelo jornalista Antônio Vicelmo para o *Diário do Nordeste*, em 23 de abril de 2011, somos apresentados ao Cícero Romão Batista que:

[...] nasceu em 24 de março de 1844, no Crato, filho de Joaquim Romão Batista e Joaquina Vicência Romana. Foi batizado em 8 de abril pelo padre Manoel Joaquim Aires. Aos 7 anos, começou a estudar com o professor Rufino de Alcântara Montezuma e fez sua primeira comunhão na Matriz do Crato (*Diário do Nordeste*, 2011, online).

A ordenação de padre Cícero ocorreu em 30 de novembro de 1870, em Fortaleza. Ao retornar para a cidade de Crato, enquanto aguardava a designação de uma paróquia para administrar, assumiu a responsabilidade de ensinar latim no Colégio Padre Ibiapina, fundado e dirigido por seu primo, o professor José Marrocos. Esse período inicial de sua trajetória já evidencia a importância do viés religioso e da construção de sua imagem para o primeiro projeto de desenvolvimento de Juazeiro do Norte, localizado no sul do Ceará.

E qual é a origem do nome Juazeiro? Em 1827, o padre Pedro Ribeiro de Carvalho construiu uma capela em um local conhecido como Tabuleiro Grande, situado na estrada real que ligava Crato a Missão Velha, às margens do rio Batateira. A capela foi erguida em frente a um frondoso juazeiro (*Ziziphus joazeiro*), árvore típica do semiárido brasileiro pertencente à família *Rhamnaceae*. Segundo Vicelmo (2011), foi essa árvore que inspirou o nome do futuro município. A palavra “juazeiro” é um termo híbrido, resultante da fusão do tupi com o português, e a árvore também é conhecida popularmente como joá, laranjeira-de-vaqueiro, juá-

fruta, juá e juá-espinho. O nome atual do município foi oficializado em 30 de dezembro de 1943, por meio do decreto estadual nº 1.114.

A chegada do padre Cícero ao vilarejo foi marcada por um fenômeno religioso que daria origem ao chamado “Milagre da Hóstia”, um acontecimento que desencadearia profundas transformações na região. Na biografia sobre o padre Cícero, Lira Neto (2009, p. 65) relata esse episódio:

Meia hora antes do amanhecer, quando os galos se preparavam para anunciar outra escaldante manhã de sol no sertão, Cícero decidiu que as sete ou oito mulheres ali presentes mereciam receber a comunhão antes dos homens, para retornarem às respectivas casas. Elas precisam descansar o corpo fatigado de tão prolongada sentinela em nome da fé. Com o véu escuro sobre a cabeça e o alvo rosário entrelaçado nas mãos magras e morenas, as beatas atenderam ao chamado e se aproximaram em fila indiana, uma a uma. À frente delas, ia Maria de Araújo. Com os olhos fechados, ela foi a primeira a se postar diante do padre e entreabrir a boca, contrita. Contudo, quando a hóstia lhe tocou a língua, a beata abriu e revirou os olhos espantados. Parecia ter entrado em entranho transe. E foi então que se deu o fenômeno: segundo chegariam a jurar sobre a Bíblia as testemunhas ali presentes, a hóstia na boca de Maria de Araújo mudou de forma e de cor. Transformou-se, inesperadamente, em sangue vivo.

Botelho e Silva (2020, p. 3) corroboram com a construção do episódio religioso ao narrarem que:

Maria Magdalela Araújo do Espírito Santo entrou em estado de êxtase e percebeu a hóstia sangrando pela primeira vez. É fundamental destacar a tese de que, para a religião católica, a hóstia simboliza o corpo; e o vinho, o sangue de Cristo, fazendo com que a metáfora ganhe relevância quando há a transformação da eucaristia em sangue ou pedaços de carne. Outro ponto importante a ser ressaltado sobre os milagres que aconteciam com a jovem beata é o período em que ocorreram, cronologicamente perto da atualidade, diferente de outros santos, cujos testemunhos eram de épocas e lugares distantes.

O episódio se tornou um dos momentos mais significativos para compreendermos o poder e a magnitude que padre Cícero, a Beata Maria de Araújo e esse território representaram no início do processo de desenvolvimento local, na chegada de novos moradores e na expansão da região. Pinho (2015) destaca que a popularidade desses “fatos extraordinários” aumentava a curiosidade e o desejo de centenas de nordestinos – ricos e pobres, homens e mulheres – de presenciarem pessoalmente tais fenômenos sobrenaturais e testemunharem com os próprios olhos as manifestações milagrosas que ocorriam no pequeno lugarejo de Joaseiro.

Diante disso, muitos desses visitantes, após presenciarem *in loco* os fenômenos, encantaram-se com a força dos acontecimentos e decidiram fixar residência no vilarejo. Assim, Joaseiro passou a ganhar mais visibilidade e a se tornar um destino de grande peregrinação popular. Esse episódio foi crucial para envolver o território em um manto sagrado, permeado

pela religiosidade, fé e misticismo. Além disso, o local também se consolidou como um espaço de novas oportunidades econômicas.

Dessa forma, podemos afirmar que o “Milagre da Hóstia” foi o primeiro passo no processo de desenvolvimento territorial da “Terra do padre Cícero”. Ou seja, esse crescimento teve como alicerce sua característica mais marcante: a religiosidade. Foi a partir desse aspecto que a Vila de Joazeiro adquiriu, ao longo do tempo, importância política e econômica, atraindo fiéis e romeiros. Assim, a história de Juazeiro do Norte se confunde com a própria trajetória de padre Cícero, que, de simples pároco, conquistou o *status* de “Santo Popular do Povo” nordestino.

Após essa breve contextualização histórica, para compreender como o crescimento de Juazeiro do Norte está diretamente ligado à religiosidade e, em especial, à figura de padre Cícero, passamos agora a examinar o processo de desenvolvimento e industrialização da cidade no século XX.

3.2.2 Da emancipação de Juazeiro ao desenvolvimento nos anos 1950

A partir da emancipação de Juazeiro do Norte, em 1911, observa-se um crescimento populacional acelerado, tornando-se um aspecto relevante a ser considerado no desenvolvimento da região. De acordo com Della Cava (1976), entre 1890 e 1898, a população de Juazeiro mais que dobrou, ultrapassando os 5 mil habitantes. Em 1905, esse número subiu para 12 mil, e, em 1909, já alcançava 15 mil habitantes. Esse crescimento expressivo foi destacado em reportagem do jornal *Diário do Nordeste*²¹, em 11 de maio de 2007:

Juazeiro em 1910, preparando-se para sua independência política, ilustra muito bem a extraordinária evolução que teve o pequeno povoado transformado pelo Padre Cícero. Então com 15 mil habitantes, quase 100 anos atrás, Juazeiro do Norte já evidenciava a sua vocação para o progresso na região. Eram 22 ruas, duas praças, iluminação pública à querosene, duas padarias, duas farmácias, três barbearias, 15 alfaiatarias, 20 escolas primárias, uma tipografia, um jornal, agência dos correios, uma estação telegráfica, uma coletoria estadual, um cartório, 10 lojas de tecidos, 30 mercearias, 23 engenhos de açúcar, 20 sapatarias, 8 fundições, 12 olarias, 15 fábricas de brinquedos de barro, duas ourivesarias, uma fábrica de sinos e uma fábrica de relógios grandes para torres de igrejas, então única no Brasil. Todos os impostos arrecadados desse movimento comercial e industrial eram recolhidos aos cofres da Prefeitura do Crato sem nenhum retorno ou benefício ao povoado (Diário do Nordeste, 2007, online).

²¹ Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/regiao/municipio-e-o-que-mais-cresce-no-ceara-1.684210>. Acesso em: 8 jul. 2025.

A partir desses dados é possível identificar que além do crescimento populacional, Juazeiro do Norte também se expandia em termos estruturais, comerciais, comunicacionais e na geração de empregos, impulsionada, sobretudo, pelo surgimento das fábricas. Após a primeira década do século XX, em 1920, Juazeiro do Norte ingressa em um período marcado pelo auge da economia agroexportadora, pela reforma do sistema bancário e pelo surgimento de novos agentes políticos. De acordo com Sarreta (1997), a década de 1920 representou o início do Brasil moderno, um período fundamental para compreendermos o país contemporâneo. No que diz respeito às cidades, Abreu (2001) esclarece que esse foi um momento em que se estabeleceram os primeiros atos normativos que influenciaram o desenvolvimento urbano, como a regulamentação do concreto armado, acompanhada de normatizações sobre a propriedade urbana e o surgimento dos primeiros códigos de zoneamento.

Nesse contexto, Juazeiro do Norte na década de 1920 passou a atrair novos equipamentos comerciais e de serviços, como três fábricas de beneficiamento de algodão (duas ainda em 1919): a fábrica “Pita”, de propriedade de Felenon Pita, um rico comerciante e industrial da cidade; uma filial da firma P. Machado e Cia., de Fortaleza; e, posteriormente, em 1923, uma terceira fábrica, pertencente a Dirceu Inácio de Figueirêdo, localizada onde hoje funciona a Escola Estadual de Ensino Profissionalizante Prof. Moreira de Souza, antiga Escola Normal Rural (Soares, 2014). Contudo, o maior marco desse período foi a inauguração do ramal da Rede de Viação Cearense, que passou a conectar o Cariri à Fortaleza em 1926, possibilitando a integração terrestre entre o sul e o norte do estado. Essa nova infraestrutura impulsionou as relações comerciais, facilitando o tráfego de mercadorias e pessoas.

Segundo Lourenço Filho (2002), essa ligação ferroviária promoveu melhorias urbanas significativas. O fluxo gerado influenciou um novo traçado urbano e estimulou a expansão da cidade, pois, com a inauguração da estação ferroviária, diversos estabelecimentos comerciais, atacadistas e varejistas começaram a se concentrar em suas proximidades, tornando a área mais densamente ocupada. Esse núcleo comercial foi gradativamente incorporado à mancha urbana, acompanhando a expansão da cidade entre as décadas de 1920 e 1930.

Entretanto, o desenvolvimento não se restringia apenas a Juazeiro do Norte. Sodré (2010, p. 86) destaca que o crescimento e a industrialização ocorreram em âmbito nacional, pois “[...] o Brasil sofreu uma série de transformações econômicas, centradas na industrialização urbana, contribuindo para a intensificação do processo de modernização de nossas cidades”. Mattos (2010) reforça que esse processo se intensificou nos anos 1930, durante

o governo de Getúlio Vargas, cuja política econômica buscava substituir as importações de bens de consumo não duráveis por produtos fabricados internamente.

Se o Brasil passava por transformações econômicas significativas a partir de 1930, Juazeiro do Norte também dava seus primeiros passos no processo de industrialização. Gomes (2015) explica que o município adquiriu proeminência nos âmbitos econômico e político em nível regional e estadual, especialmente entre as décadas de 1950 e 1980. Esse crescimento acompanhava a orientação do plano econômico nacional, que, a partir de 1950, direcionava esforços para a industrialização. No cenário nacional, um exemplo marcante desse movimento foi o Plano de Metas do governo Juscelino Kubitschek, pautado pelo ideal de “50 anos de progresso em 5 anos de realizações”.

O objetivo do Plano de Metas era atuar em cinco setores estratégicos da economia nacional: energia, transportes, indústrias de base, alimentação e educação. Os três primeiros setores receberam 93% dos recursos, enquanto os investimentos em educação e alimentação corresponderam aos 7% restantes. Dessa forma, a distribuição do programa ficou da seguinte maneira: cinco metas para o setor de energia, sete para os transportes, seis para alimentação, onze para a indústria de base e uma para educação.

No contexto local, Gomes (2015) aponta que as capitais foram os principais destinos do grande fluxo migratório da época, especialmente as cidades da região Sudeste, como São Paulo. No entanto, “Juazeiro do Norte, embora não possuisse a titulação de capital nem porto para o escoamento da produção, conseguiu, nessa época, registrar um aumento populacional significativo em relação ao restante do Nordeste, impulsionado pela migração interna” (Gomes, 2015, p. 16).

Mas o que motivava esse crescimento migratório na cidade? A resposta está na chamada “imagem de progresso”, como esclarece Gomes (2015). A partir da década de 1950, Juazeiro do Norte passou por um processo de revalorização, que ia além do seu aspecto religioso. A ideia de uma cidade em desenvolvimento e em processo de industrialização atraiu muitas pessoas em busca de melhores condições de vida e novas oportunidades, especialmente romeiros e devotos do padre Cícero. Por outro lado, esse crescimento econômico e comercial também despertou o interesse de investidores e grandes empresários. Assim, Gomes (2015, p. 25) relata que:

A partir dos anos de 1950, os grupos políticos e intelectuais da cidade foram inquietados a tomar uma posição não apenas discursiva sobre o progresso da cidade, mas a buscar consolidá-lo com ações mais efetivas na cidade, dando-lhe assim uma nova visibilidade no cenário local e estadual.

Para exemplificar um dos “símbolos do progresso”, em 1954 foi inaugurado o Aeroporto de Juazeiro do Norte, posteriormente chamado de Aeroporto Regional (1971) e, oficialmente, nos anos 2000, renomeado como Aeroporto Orlando Bezerra de Menezes, em homenagem ao ex-prefeito de Juazeiro do Norte (1971-1973). O aeroporto tornou-se um importante meio de transporte, impulsionando o turismo e o comércio locais. Além disso, é amplamente utilizado por passageiros com destino a cidades do interior da Paraíba e de Pernambuco, situadas nas proximidades de Juazeiro do Norte.

Outro exemplo significativo foi a criação do Centro Telefônico da Terra do padre Cícero, inaugurado em 6 de janeiro de 1955, durante a gestão do prefeito José Monteiro de Macêdo (1951-1955). O centro contava com 500 linhas e 300 aparelhos, sendo instalado em um prédio construído pela administração municipal (Gomes, 2015).

Dessa forma, as construções de obras demonstravam que os espaços da *Cidade do Progresso* estavam mudando, ou seja, que a *Terra do Padre Cícero* crescia. Essas transformações atingiram, também, os seus espaços de religiosidade. A tentativa em torná-los ambientes de turismo foi um exemplo das múltiplas tensões ocorridas nos anos pós-1950 dentro de seu cotidiano. (Gomes, 2015, p. 65, grifos do autor).

Porém, se as obras demonstravam esse processo de crescimento, por outro lado, Gomes (2015) sinaliza um avanço material e urbano das pessoas menos abastadas para as áreas periféricas de Juazeiro do Norte, o que ocasionou o surgimento de algumas mazelas sociais. Essas questões surgiram como reflexo da busca pela industrialização e do processo de urbanização da cidade, especialmente a partir da década de 1950.

Todo esse movimento de mudanças na localidade tornou-se um grande atrativo para a migração do interior em desenvolvimento, representando uma nova esperança para muitas pessoas. Ainda de acordo com Gomes (2015), o fenômeno da migração para o interior cearense teve início com um caráter religioso, impulsionado pela presença do padre Cícero. Entretanto, ao encontrarem terras favoráveis para o trabalho agrícola, muitas pessoas passaram a se dedicar ao artesanato e às pequenas indústrias, atividade essa favorecida pelo desenvolvimento dos meios de transporte modernos e pela interligação com outras cidades e estados.

Logo, o processo inicial de desenvolvimento de Juazeiro do Norte, ainda nos anos 1950, acarretou o surgimento de oficinas e pequenas fábricas, além do crescimento comercial e industrial impulsionado pelo rápido aumento populacional (Gomes, 2015). Acerca desse crescimento demográfico, o autor destaca dois fatores como propulsores: (1) a imigração de sertanejos nordestinos a partir da década de 1950 e (2) a alta taxa de natalidade. Assim, é nessa relação entre o aumento demográfico e o desenvolvimento industrial e comercial que se

identificam as mudanças ocorridas em Juazeiro do Norte. No entanto, essas transformações não se limitaram apenas a aspectos positivos, pois também trouxeram problemas sociais urbanos, consequência de um crescimento sem planejamento eficiente.

Entre os anos de 1950 e 1980, os problemas em Juazeiro não eram somente a falta de infraestrutura em alguns de seus territórios, mas a emergência de questões sociais que estavam presentes no cotidiano de seu cenário urbano. Eles não eram resolvidos com eficácia, pois a dinâmica urbana dessa cidade brotava e intensificava a edificação de variadas habitações e atividades não legalizadas pelos poderes públicos, que procuravam traçar espaços na cidade que representasse simbolicamente sua imagem de progresso (Gomes, 2015, p. 66-67).

Queiroz, Ojima, Campos e Fusco (2020, p. 34) destacam que as cidades médias ganham “[...] destaque quando a população urbana suplanta a rural nos anos 1970 e as metrópoles começam a desconcentrar a população e redistribuí-la pelo entorno metropolitano e interior dos estados a partir da década de 1980”. Esse processo de redistribuição, conforme Steinberger e Bruna (2001), resultou de um plano de governo adotado entre 1975 e 1979: o II Plano Nacional de Desenvolvimento (II PND), considerado um marco na política urbana nacional.

Dessa forma, ao refletirmos sobre o processo de urbanização, modernização e industrialização de Juazeiro do Norte, compreendemos que ele reflete tanto o crescimento populacional das grandes metrópoles brasileiras quanto o encarecimento do solo urbano durante a execução do II PND. Nesse contexto, como afirma Negri (1992), o crescimento do Brasil foi acompanhado por uma política industrializante e descentralizadora, deslocando investimentos do Sudeste para a periferia nacional.

Como consequência desse processo de desenvolvimento, algumas capitais do Nordeste e cidades do interior receberam investimentos (Quadro 18). Diante desse quadro de transformações, Bacelar (2002) e Alencar Júnior (2003) identificam que, por um lado, o Nordeste integrou e combinou uma modernização intensa com estruturas tradicionais da própria região e, por outro, incorporou-se às áreas mais desenvolvidas e industrializadas do país. Esse processo de crescimento também foi observado no Ceará, conforme apresentado ao longo deste capítulo.

Quadro 18 – Investimentos em cidades nordestinas

Atividade	Cidade	Estado
Minerometalúrgico	Não informado	Maranhão
Exploração de fertilizantes	Não informado	Sergipe
Produção de barrilha	Não informado	Rio Grande do Norte
Polo têxtil e de confecções	Fortaleza	Ceará
Polo agroindustrial	Petrolina e Juazeiro	Pernambuco e Bahia

Polo de fruticultura	Açu e Mossoró	Rio Grande do Norte
Polo petroquímico	Camaçari	Bahia
Nova fronteira agrícola de grãos	Barreiras, sul do Maranhão e oeste do Piauí	Bahia, Maranhão e Piauí

Fonte: elaborado pelo autor baseado em Queiroz, Ojima, Campos e Fusco (2020).

Ao focarmos em Juazeiro do Norte, percebemos que seu desenvolvimento ocorreu, sobretudo, a partir do processo de eletrificação, entre as décadas de 1950 e 1960, e da chegada de bens de consumo, como a televisão. Além disso, o crescimento da cidade está diretamente relacionado ao turismo religioso, fortemente vinculado à imagem do santo popular padre Cícero Romão Batista. É interessante observar um contraponto em relação à chegada da televisão em Juazeiro do Norte, comparando-a com Fortaleza e com o eixo Rio-São Paulo. Enquanto, neste último, a TV já entrava em sua segunda década de existência, em Fortaleza surgia a primeira emissora, a TV Ceará, no ano de 1960. Já no Cariri cearense, falamos da instalação de uma antena repetidora, em 1965. Isso evidencia as disparidades no ritmo de desenvolvimento entre diferentes regiões do país.

De acordo com Feitosa, Queiroz e Cordeiro Neto (2009, p. 95):

O processo de industrialização do Triângulo Crajubar teve como pano de fundo o que acontecia no cenário nacional a partir da última década do Século XX, quando o Brasil passou a ser marcado pela redução da intervenção do Estado na economia, mediante a adoção de políticas neoliberais. Também, na realidade brasileira, destacou-se a concessão, por parte da União, de relativa maior liberdade administrativa às Unidades da Federação a partir do estímulo à implementação de estratégias de desenvolvimento econômico local.

É dentro desse processo de industrialização que o município se desenvolveu ao longo do tempo, destacando-se também como um dos maiores polos universitários do interior cearense. Atualmente, Juazeiro do Norte abriga a Universidade Federal do Cariri (UFCA), que surgiu a partir do antigo campus da Universidade Federal do Ceará (UFC) na região. A universidade chegou ao Cariri em 2001 e foi desmembrada em 5 de junho de 2013, com a criação da Lei nº 12.826. Hoje, a UFCA conta com cinco campi: Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Brejo Santo e Icó – este último atualmente desativado. A instituição oferece cursos na modalidade virtual e programas de pós-graduação, tanto *lato sensu* (especializações) quanto *stricto sensu* (mestrado e doutorado).

Além da UFCA, a cidade também abriga outras instituições de ensino superior. O Centro Universitário Leão Sampaio (Unileão) foi fundado em 2001; em 2003, surgiu o Centro Universitário de Juazeiro do Norte (Unijuazeiro), atualmente integrado ao Centro Universitário Maurício de Nassau (Uninassau); e, em 2005, foi criado o Centro Universitário Paraíso (UniFAP). Outra instituição de destaque é a Universidade Regional do Cariri (URCA), cuja

sede fica no município de Crato, onde funciona desde 1987, mas que também possui *campi* em Juazeiro do Norte e Barbalha – formando o chamado triângulo Crajubar.

Com a implantação das universidades e faculdades, houve um crescimento populacional impulsionado pela chegada de estudantes. Não à toa, Juazeiro do Norte passou a ser conhecida como a “Meca”²² nordestina. Nesse sentido, Santos (2011), em uma reportagem publicada no jornal *Diário do Nordeste* em 26 de junho de 2011²³, explicita que:

O crescimento desta cidade tem sido o principal foco dos novos investidores. A ‘meca’ dos nordestinos jamais experimentou em sua história, nos quase 100 anos de existência, tanta especulação imobiliária. O comércio emprega como nunca. Os setores de serviços dão uma nova cara a cidade. A construção civil avança, sendo colocada como reflexo e propulsora desse novo horizonte. A cidade se tornou referência em desenvolvimento e com características peculiares. A religiosidade e o trabalho são marcas contínuas, apregoadas pelo Padre Cícero, o grande mentor desse processo.

Para isso, é preciso considerar que um dos aspectos mais importantes e estratégicos de Juazeiro do Norte é sua localização geográfica, com fronteiras interestaduais com Pernambuco, Paraíba e Piauí, por exemplo. Além disso, grandes redes atacadistas, como Atacadão, Max Atacados e Assaí, passaram a investir na região, impulsionando a economia local e gerando novas oportunidades de emprego para os cidadãos. Outro marco significativo no desenvolvimento e na industrialização de Juazeiro do Norte foi a inauguração do primeiro shopping center da cidade: o Cariri Garden Shopping.

O Cariri Garden Shopping foi inaugurado em 28 de novembro de 1997 e está localizado na Avenida Padre Cícero. O empreendimento possui uma área de 25.091 m², com sete âncoras (incluindo supermercado e cinema), 107 lojas satélites, 23 quiosques e 1.200 vagas de estacionamento, proporcionando maior conforto aos clientes. A praça de alimentação conta com 18 operações, incluindo redes de fast food como McDonald's e Burger King, além de grandes lojas de departamento, como C&A, Riachuelo e Renner. O shopping também abriga um supermercado da Rede Mercadinhos São Luiz (uma das maiores cadeias do Ceará), uma agência do Banco do Brasil e seis salas de cinema da empresa Orient Cinemas.

Atualmente, além do Cariri Garden Shopping, Juazeiro do Norte conta com outro shopping center: o La Plaza Mall, localizado na Rua José de Matos França, no bairro Lagoa Seca. O empreendimento foi inaugurado em 4 de julho de 2019 e possui três pavimentos, incluindo uma praça de alimentação, restaurante e espaço para 40 lojas. Destaca-se que a

²² É uma cidade da Arábia Saudita considerada a mais sagrada no mundo para os muçulmanos. Ou seja, existe uma comparação com a imagem icônica do padre Cícero e as suas romarias.

²³ Disponível em: <https://diarionordeste.verdesmares.com.br/regiao/juazeiro-do-norte-e-polo-de-desenvolvimento-regional-1.492930>. Acesso em: 27 dez. 2023.

construção desse shopping, especificamente nesse bairro, ocorreu devido ao crescimento do setor imobiliário na região. Além dos shoppings centers citados, Juazeiro do Norte também possui o Dablio Open Mall, inaugurado em 12 de setembro de 2025, com 30 lojas, também localizado no bairro Lagoa Seca.

Diante do exposto neste capítulo, compreendemos que o processo de desenvolvimento iniciado no governo de Virgílio Távora, consolidado pelo “Governo das Mudanças” com Tasso Jereissati e Ciro Gomes, não apenas impactou a capital do estado, Fortaleza, mas também impulsionou o crescimento do interior cearense, especialmente da região do Cariri.

Dessa forma, ao analisarmos os diferentes eixos de desenvolvimento (religioso, comercial, industrial e educacional), percebemos que a chegada das emissoras de televisão à localidade, a partir da TV Padre Cícero, reflete esse mesmo processo de modernização e industrialização que ocorreu nos grandes centros do Brasil e gradualmente se expandiu para outras regiões. Esse fenômeno impactou diretamente a cultura local, a vida dos habitantes e a visibilidade dos problemas sociais, que passaram a ser midiaticizados. Afinal, nossa hipótese parte exatamente dessa relação entre modernização e industrialização para compreender a chegada das experiências televisivas em Juazeiro do Norte.

3.2.3 A eletrificação no sul cearense

A chegada da televisão à região do Cariri cearense, com foco em Juazeiro do Norte, está diretamente ligada ao projeto de eletrificação da região, que, por sua vez, relaciona-se a questões políticas e econômicas voltadas para os ideais de progresso, desenvolvimento e modernização local, em consonância com o cenário nacional. Além disso, destaca-se o papel e o interesse dos governos municipal (Juazeiro do Norte) e estadual (Ceará) na viabilização da transmissão do sinal de uma emissora de televisão cearense (TV Ceará), possibilitando a interligação entre as regiões norte e sul do estado. O objetivo dessa interligação era estreitar os laços políticos, econômicos, culturais e sociais entre os diferentes territórios cearenses, que, apesar de pertencerem ao mesmo estado, apresentavam certo distanciamento.

A percepção desse afastamento ajuda a explicar por que a implantação do sinal televisivo em Juazeiro do Norte ocorreu, inicialmente, por meio da transmissão da TV Jornal do Commercio, localizada em Recife (PE), em vez da TV Ceará, sediada em Fortaleza. Historicamente, a região do Cariri cearense sempre manteve uma proximidade cultural maior com o estado de Pernambuco. No contexto televisivo, as condições para a utilização do sinal

da TV Jornal do Commercio eram mais favoráveis para sua expansão e chegada ao sul do Ceará. Sobre essa relação, Alcides (2016, online) explica que:

Desde que deixou de pertencer a Pernambuco, passando a fazer parte da geografia do Ceará, em 1799, até aos finais da década de 1960, portanto 161 anos, o Cariri sobreviveu praticamente abandonado pelos seguidos governos do Ceará e Juazeiro [do Norte], além de abandonado, perseguido pelos Governos do Estado, pela Igreja Católica e pela mídia de Fortaleza, por causa do chamado Milagre da Hóstia em 1889.

Contudo, a década de 1960 representou um período de grandes transformações na história do Brasil, marcado pela instauração da ditadura militar e pelo impacto da expansão dos aparelhos e emissoras de televisão. Em meio a esse cenário, observamos o avanço da produção e distribuição de energia elétrica, cujo objetivo era impulsionar o desenvolvimento e a industrialização do país (um processo iniciado nos últimos anos da década de 1950). No Ceará, a eletrificação teve início em 1957, com a instalação de uma linha-tronco de distribuição de energia. Um dos principais articuladores desse projeto foi o deputado federal Virgílio Távora, figura central no processo de modernização do estado. Como já mencionado, Távora defendia uma industrialização equilibrada para reduzir o êxodo populacional. Além disso, foi um ator importante na expansão da televisão cearense na década de 1960, visando integrar as regiões Norte e Sul do estado.

Entretanto, é necessário ponderar que a redução do êxodo em determinadas regiões do Ceará, como o Cariri cearense, foi um dos fatores que impulsionaram o desenvolvimento local. No contexto brasileiro das décadas de 1950 e 1960, o país vivenciava um forte ideal desenvolvimentista, refletido no slogan “50 anos em 5”, utilizado pelo então presidente Juscelino Kubitschek (1956-1961), que buscava acelerar a industrialização nacional e sua descentralização. Em 1957, teve início a construção da linha-tronco de eletrificação, liderada por Virgílio Távora. No dia 25 de julho de 1959, foi instalado o primeiro poste de transmissão de energia elétrica no Cariri cearense, especificamente em Juazeiro do Norte. A eletricidade era fornecida pela Companhia Hidroelétrica do São Francisco (Chesf) e provinha de Paulo Afonso, na Bahia, como destaca Gomes (2016).

A inauguração desse marco ficou conhecida como a “Festa do Poste”, evento que contou com a presença de políticos locais e nacionais. Segundo Gomes (2016, p. 166), a celebração foi concebida como uma forma de dar visibilidade e importância ao acontecimento além das fronteiras do Cariri, promovendo sua relevância para os territórios vizinhos. Assim, a Festa do Poste funcionou como uma estratégia política e econômica para divulgar as transformações que estavam ocorrendo com a chegada da energia elétrica.

Dessa forma, entendemos que o evento simbolizou um rito de passagem, representando a intenção dos poderes político e econômico locais de impulsionar o desenvolvimento do Cariri cearense. Como ressalta Gomes (2016, p. 172): “Colocou-o como um espaço que tinha importância nacional, traçando também suas expectativas de crescimento econômico e cultural quando se iniciasse efetivamente seu processo de eletrificação, industrialização e modernização”. Esses três pilares foram essenciais para a consolidação da televisão, conforme destaca Ortiz (2001). No entanto, é importante ressaltar que, segundo Ortiz, a consolidação da televisão como um veículo de massa na década de 1960 não ocorreu de maneira homogênea em todo o Brasil. O mercado de bens simbólicos construído no interior cearense a partir da segunda metade da década de 1960 se desenvolveu de forma tardia em comparação com os grandes centros urbanos, como Fortaleza.

Conforme Leite (1996), a Companhia de Eletricidade do Ceará (Celca), inaugurada na década de 1960, assumiu a distribuição de energia no Cariri cearense. Em 1º de janeiro de 1962, foi inaugurada a rede elétrica nos municípios de Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Missão Velha e Milagres. Em abril do mesmo ano, a eletrificação chegou ao município de Jardim. A escolha desses municípios para integrar a primeira etapa do projeto ocorreu devido ao seu maior potencial de mercado. Segundo Alencar Júnior (2006), o projeto de eletrificação foi concebido como uma estratégia para interligar o local e o regional ao cenário nacional. Essa iniciativa também favoreceria a chegada e a expansão do sinal televisivo proveniente de Fortaleza, por meio da TV Ceará, em uma ação promovida pelo governo de Virgílio Távora. Esse projeto tinha como principal objetivo construir uma imagem de desenvolvimento e crescimento econômico para o Cariri cearense, com foco no município de Juazeiro do Norte.

Ademais, Gomes (2016, p. 169) explica que:

[...] os políticos caririenses pretenderam expor aos visitantes de uma forma sedutora as belezas da terra, demoliram a imagem pré-concebida desses homens públicos sobre esse território, respaldaram a sua importância econômica para os rumos econômicos do Ceará e Brasil. Principiaram, assim, a entoar o canto do Cariri que era permeado pelas imagens históricas que enalteciam seus aspectos econômicos e culturais. Portanto, essa energia era vista como uma ruptura das condições adversas que passavam essa região com a natureza-ambiente e sua condição socioeconômica. As suas expectativas se projetaram para além de sua utilização industrial, pensavam nas mudanças cotidianas e dos novos habitus que se produziriam em sua vida privada.

Com isso, podemos refletir que a *Festa do Poste*, celebrando a chegada da eletrificação urbana, funcionou como um símbolo da preocupação dos líderes políticos com o desenvolvimento local e da visão modernizadora do Cariri cearense. Nesse contexto, a televisão se materializou como um bem simbólico associado ao progresso do interior cearense na década

de 1960, ainda que de forma tardia em comparação aos grandes centros urbanos, como Fortaleza.

Foi nesse período que ocorreu a expansão da energia elétrica no Cariri cearense, especialmente entre 1961 e 1971, com a criação da Sociedade de Eletricidade do Cariri (Soelca) e sua posterior transformação na Companhia de Eletricidade do Cariri. A eletrificação foi utilizada como um vetor para promover uma visão política e econômica de transformação no interior cearense. Afinal, ela trouxe mudanças significativas para a região, como a introdução de aparelhos eletrônicos, incluindo o rádio e, posteriormente, a televisão. Além disso, tais mudanças estavam intrinsecamente ligadas ao processo de urbanização do Cariri cearense.

Tal movimento teve como um de seus marcos simbólicos a chegada da televisão entre as décadas de 1960 e 1970. Pois, como assinala Raymond Williams (2016), as vantagens da eletricidade, para as necessidades industriais, residem na mobilidade e no controle flexível – como é o caso de Juazeiro do Norte, onde a energia elétrica agiu como um morto de aproveitamento do território. No entanto, sua implementação na região não representou seu auge, mas sim:

[...] uma fase de transição e impacto com as duas indústrias culturais já existentes: rádio e cinema. A sua ampliação para o Cariri se conectava às mudanças nacionais que começaram a usá-la a fim de manejar certas imagens patrióticas e consolidar um controle desses espaços de produção cultural, especialmente, pelo regime militar após 1964 (Gomes, 2016, p. 270).

A fase de transição estava alinhada ao cenário político nacional da época, que buscava a integração – um processo que se intensificaria ainda mais a partir do período pós-1964, com o início da ditadura militar. No contexto local, especificamente em Juazeiro do Norte, a presença massiva de políticos e sua interação com os futuros eleitores funcionaram como uma forma de representação de um novo momento para a região. Tudo isso ocorria em meio a um período de grande efervescência na cidade: a romaria. Além disso, como explicita Lima (2015, p. 185), a presença da energia elétrica:

[...] demonstra uma mudança não só no que diz respeito ao consumo, mas no avançar das forças mercantis em Território Cearense e da tecnicização do território com fins de expansão capitalista. Também o reflexo é percebido no cotidiano mediante o acesso limitado a alguns eletrodomésticos e da chegada da televisão a algumas praças públicas das cidades do interior, fato que aglutinava várias pessoas em torno daquela caixa de luz que trazia uma série de novidades para a vida matuta do interior.

Além do projeto de eletrificação, entendemos que outros fatores foram fundamentais para o desenvolvimento de Juazeiro do Norte, como a expansão do turismo motivado pelo caráter religioso, diretamente ligado à figura do Padre Cícero e às romarias.

3.2.4 O turismo religioso em Juazeiro do Norte

As romarias integram o roteiro da fé do turismo religioso, não apenas em Juazeiro do Norte, mas, especialmente, considerando essa localidade como eixo central. Esse território,

[...] destaca-se nacionalmente como centro de visitação religiosa, resultado da atração exercida pela figura mítica do Padre Cícero. Personagem central da conjuntura político-religiosa que deu início ao processo de desenvolvimento local, construindo as bases para a importante influência regional hoje representada na economia e na religiosidade da cidade (Oliveira, 2008, p. 19).

Ao se referir sobre o turismo, Barreto (2003, p 5) explica que:

O turismo consiste no deslocamento de pessoas que, por diversas motivações, deixam temporariamente seu lugar de residência, visitando outros lugares, utilizando uma série de equipamentos e serviços especialmente implementados para esse tipo de visitação. A atividade dos turistas acontece durante o deslocamento e a permanência fora da sua residência. Os negócios turísticos são os realizados nos equipamentos ou durante a prestação de serviços que os turistas utilizam na preparação e na execução da sua atividade. Começam no local de origem, quando os turistas se dirigem a uma agência de viagens ou a uma companhia de transportes para comprar um pacote turístico ou uma passagem, continuam quando os turistas chegam ao local de destino e utilizam transporte local, acomodações, serviços de alimentação, rede de diversões, lojas de souvenirs etc. e ainda quando os turistas retornam a casa e levam seus filmes para revelação na loja do bairro.

Com isso, entendemos que as atividades turísticas impactam diretamente o desenvolvimento regional no interior cearense, uma vez que o turismo tem a capacidade de integrar diferentes mercados. Ademais, a atividade turística representa um segmento promissor para a economia nacional e local, especialmente no âmbito religioso, como ocorre em Juazeiro do Norte, que se destaca como um importante polo do turismo ligado à religiosidade católica, sob a figura do Padre Cícero.

Dias (2012) aponta que o turismo no Cariri possui certas vantagens devido aos seus recursos naturais, clima, manifestações culturais, negócios, visitas a familiares e amigos, além das práticas religiosas, como as romarias. Desse modo, “nos últimos anos, tem se consolidado como uma atividade econômica, graças, em grande parte, aos novos investimentos da iniciativa privada” (Dias, 2012, p. 50). Como exemplo, podem ser citadas as empresas atacadistas e varejistas (Assaí, Atacadão, Mix Mateus), redes de farmácias (Pague Menos e Drogasil), lojas de comércio popular, cafeterias, bares e restaurantes, que contribuem para a movimentação econômica e turística da região.

A forte influência do cenário religioso fez de Juazeiro do Norte um dos destinos de grande visitação, especialmente após a instalação da estátua em homenagem ao Padre Cícero, localizada na Colina do Horto. Esse monumento impulsionou ainda mais o turismo religioso, consolidando-o como uma das principais atividades econômicas do sul cearense. Para Oliveira

(2014), o turismo religioso em Juazeiro do Norte é o segundo mais expressivo do Brasil, ficando atrás apenas de Aparecida do Norte, onde se encontra o Santuário de Nossa Senhora Aparecida, no interior de São Paulo.

Nesse sentido, Soares (2014, p. 16) descreve que:

A dimensão econômica, política e cultural-religiosa se entrelaça, o que muitas vezes é despercebido nas análises de Juazeiro do Norte. Outros agentes influenciaram decisivamente a produção da cidade, como a classe dos proprietários fundiários, a pequena e nascente burguesia comercial, tanto a formada pelos adventícios como pelos ‘filhos da terra’, os artesãos, a Igreja e o Estado. Não se pode esquecer também dos romeiros que, de fato, contribuíram decisivamente na estruturação da cidade de Juazeiro do Norte.

Conforme Macêdo (2018), o turismo religioso se intensificou a partir da década de 1970, impulsionando tanto o crescimento econômico quanto o demográfico. Além do turismo, esse crescimento também resultou na expansão do mercado imobiliário, na modernização dos meios de comunicação, na melhoria das estradas e no aumento do consumo. Esses fatores, por sua vez, atraíram novos investimentos nos setores comercial, industrial e de serviços.

As transformações continuaram na década de 1980, marcadas pela especulação imobiliária e pela construção de loteamentos e conjuntos habitacionais. Esse processo foi impulsionado pela migração de famílias do centro da cidade para áreas periféricas, bairros mais afastados e regiões de alto padrão, forçando a expansão e o alargamento da cidade.

Dessa forma, somado a outros fatores determinantes mencionados anteriormente, o turismo religioso em Juazeiro do Norte consolidou-se como um dos pilares da movimentação econômica e do crescimento do interior cearense. Embora a análise geográfica esteja centrada em Juazeiro do Norte, outras cidades da Região Metropolitana do Cariri também participam desse movimento, ainda que em proporções distintas.

Com isso, o desenvolvimento impulsionado pelo turismo religioso interfere nos:

[...] processos dinamizadores da economia local e levando ao aproveitamento dos recursos endógenos existentes. Verifica-se que o turismo local estimula a diversidade e o crescimento da economia, oferece oportunidades de emprego e renda, é capaz de elevar a autoestima da população e despertá-la para busca de novos conhecimentos, atraindo interesses de governos e de investidores privados, internos e externos e os vários promotores dos elos da cadeia produtiva (Dias, 2012, p. 17).

O fator religioso também se manifesta ao analisarmos a presença da televisão em Juazeiro do Norte, como será detalhado na discussão sobre a TV Padre Cícero, que carrega o nome do “Santo do Povo”. Além dessa experiência televisiva, a WebTV Mãe das Dores também se destaca pela forte identidade religiosa – ainda mais acentuada do que na TV Padre Cícero,

uma vez que sua produção de conteúdo é inteiramente voltada para esse viés. Dessa forma, passamos a compreender como a televisão se inseriu no território do sul cearense.

3.2.5 Os primeiros caminhos da história da televisão em Juazeiro do Norte

Enquanto algumas capitais nordestinas instalavam suas primeiras emissoras de televisão na década de 1960, em outras localidades, como no sul cearense, a chegada da TV ocorreu de maneira distinta. O acesso se deu por meio de aparelhos de televisão, antenas retransmissoras e sinais televisivos provenientes de fora do estado. O primeiro sinal televisivo captado na região veio diretamente de Pernambuco, em 1965. Esse fato nos leva a compreender como os territórios interioranos, em sua maioria, especialmente no Nordeste do Brasil, tiveram um contato tardio com esse novo meio de comunicação.

Além disso, antes de registrar a trajetória da televisão em Juazeiro do Norte, é importante destacar a escassez de estudos que abordam a TV como objeto central de pesquisa. As poucas informações disponíveis encontram-se em trabalhos cujo foco principal é outro, sendo a televisão tratada de maneira secundária. Assim, a partir dos estudos de Casimiro (1985), Feitosa (2013), Gomes (2016) e Oliveira (2017), identificamos algumas referências que serviram como vestígios para a investigação da história da televisão no interior do sul cearense.

De acordo com Feitosa (2013, p. 41), a chegada do primeiro aparelho de televisão ao município ocorreu “[...] numa conversa informal entre dois cidadãos entusiastas, em que se cogitou a possibilidade de Juazeiro do Norte retransmitir um sinal de televisão. Até então, os moradores da jovem cidade sequer possuíam aparelhos televisivos”. Segundo Casimiro (1985), essa conversa ocorreu entre um comerciante de materiais elétricos em Juazeiro do Norte e seus amigos Hildergado Belém e Antoni Arrais. Juntos, eles buscaram o técnico em eletrônica Luíz Ferreira de França e adquiriram os equipamentos necessários para a instalação de uma antena repetidora do sinal televisivo.

A primeira experiência foi realizada em casa de Antoni Arrais, então residente no alto do bairro de Fátima, logo no início do Jardim Gonzaga, à margem da rodovia para Barbalha. O local se devia, principalmente pela sua altitude. Durante toda aquela noite, em meados de janeiro de 1965, tentou-se captar algum sinal. O equipamento disponível era um televisor de marca Philips, convencional, de 20 polegadas e uma antena de 12 elementos que ficou há cerca de 10 metros de altura. Esta antena era adequada para o canal 2, pois a primeira impressão era a da captação deste canal, do Recife, a TV Jornal do Comércio. Esta estação já vinha sendo retransmitida para o interior. Naquela noite, dia da primeira experiência, os ânimos somente cederam pela meia-noite quando o grupo desistiu [...] (Casimiro, 1985, p. 99).

Após essa primeira experiência, o grupo de amigos continuou tentando estabelecer um sinal de TV em Juazeiro do Norte. Feitosa (2013) explica que, aproximadamente

um ano após a primeira tentativa, eles souberam que, em Caruaru, no interior de Pernambuco, uma antena retransmissora de TV havia sido instalada com sucesso com o auxílio do técnico Geraldo Aureliano de Barros Correia. Essa descoberta foi fundamental para que o grupo persistisse em seus esforços.

Cerca de um mês depois entraram em contato com o técnico de Caruaru e ele viajou até Juazeiro do Norte para colaborar com a instalação da antena. Conforme os registros de Casimiro (1985, p. 100), essa segunda tentativa foi realizada na cidade de Caririaçu, na Região Metropolitana do Cariri, e obteve sucesso na captação do sinal.

Ficou constatado, com o equipamento que [o técnico de Caruaru] trouxera, que a intensidade era pouco menor que a metade estimada para a zona urbana, dentro do Recife. E por isto, a repetição desde Caririaçu seria precária com ampliação dos ‘chuviscos’. Apenas tiveram que mudar o local, pois no calor das montagens e desmontagens de equipamentos, várias telhas da igreja foram quebradas e o ‘seu’ vigário não mais permitiu a realização destas experiências [...] Decidiram procurar uma posição, igualmente privilegiada, nas proximidades de Juazeiro [do Norte]. Já bem próximo, divisaram o Horto que o entusiasmou. A subida pela rua do Horto, com um Gordini apinhado de equipamentos não foi lá muito fácil. Finalmente venceram a subida e reinstalaram a antena. Esta ficou junto ao então cruzheiro que havia próximo da casa do Beato Elias. A medida da intensidade de sinal foi idêntica à encontrada em Caririaçu, o que deixou todos muito entusiasmados.

Entretanto, surgiu um novo impasse: a falta de eletricidade na Colina do Horto. Para contornar o problema, foi necessária a instalação de um gerador de energia para que os testes pudessem ser realizados. Após essa etapa, o técnico de Caruaru retornou a Juazeiro do Norte, onde, finalmente, a antena foi instalada. Com esse feito, Juazeiro do Norte tornou-se a primeira cidade do interior do sul cearense a captar imagens televisivas. Como destaca Gomes (2016), após a chegada do rádio e do cinema, a introdução da televisão (tanto do aparelho quanto da transmissão de imagens) representou uma grande transformação nos costumes locais no sul do Ceará.

Além do esforço empreendido pelo grupo de amigos, outra figura fundamental entra na história: o então prefeito de Juazeiro do Norte, Capitão Humberto Bezerra (1963-1966), que apoiou diretamente o projeto. Com esse respaldo, o técnico Geraldo Aureliano assinou um contrato para coordenar toda a instalação da primeira antena repetidora de televisão do Cariri (Feitosa, 2013). Esse envolvimento evidencia a relação histórica entre televisão e governo municipal, apontada por estudiosos como Görgen (2007) e Pieranti (2018).

Dessa forma, o interesse do prefeito na instalação da antena de televisão não deve ser visto apenas como uma benfeitoria da esfera pública. Como destacado, o discurso de desenvolvimento e progresso estava em alta no Nordeste. No contexto do interior cearense, os interesses políticos também se voltaram para a implementação de símbolos do avanço

tecnológico, como a televisão. No entanto, essa busca por modernização, industrialização e progresso teve um custo: a alteração da paisagem histórica e urbanística de Juazeiro do Norte. Isso evidencia como, em nome do progresso, muitas vezes se considerou válida até mesmo a destruição de parte da história da cidade, incluindo a derrubada de monumentos históricos.

A retirada de diversas e frondosas mangueiras; a derrubada do velho tambor – árvore que conferia um aspecto inconfundível, vista de várias partes do Cariri; a remoção das últimas ruínas da igreja do Horto, iniciada pelo Padre Cícero; a demolição da casa dos milagres – antiga moradia do Beato Elias; a remoção do velho cruzeiro que ficava em frente a capela, e certamente a terraplanagem de toda a área, como se fazia necessário (Feitosa, 2013, p. 44).

Diante das transformações provocadas pela presença humana, o projeto de instalação da televisão no interior do sul cearense avançava rapidamente. Em agosto de 1965, os materiais necessários para a instalação da antena foram adquiridos, a prefeitura preparou o terreno e a Celca ficou responsável pela energização da área. Essa instituição, aliás, desempenhou um papel essencial para que a televisão se tornasse uma realidade na região. Isso porque, com a chegada da Celca ao Cariri cearense em 1961 – como parte do discurso de progresso e desenvolvimento industrial –, foi possível viabilizar o projeto televisivo alguns anos depois. Assim, em 25 de outubro de 1965, foi oficialmente inaugurada a primeira antena retransmissora de televisão em Juazeiro do Norte.

Além de Juazeiro do Norte, as cidades de Missão Velha e Barbalha também foram beneficiadas com o sinal de TV. Já as demais cidades vizinhas que desejassem a retransmissão precisariam providenciar a mesma infraestrutura. Na época, conforme relata Casimiro (1985), cerca de seis meses após a inauguração, aproximadamente 100 residências em Juazeiro do Norte já possuíam aparelhos de televisão. Renato Casimiro, filho de Luiz Casimiro, um dos primeiros idealizadores da TV no Cariri, relata que:

O que era bastante comum, nessa época [...] eram os televisinhos, pessoas que saíam de casa para se reunir na casa de um vizinho que tinha o aparelho de TV. Por muito tempo também se proliferou, como obra pública da prefeitura, os pontos públicos de TV, grande parte instalada em praças, para garantir o entretenimento a quem não tinha condições de comprar o aparelho de TV (Casimiro, 2013, informação verbal).

A escassez de registros históricos sobre esse período dificulta o acesso a detalhes sobre a inauguração da primeira retransmissora de TV em Juazeiro do Norte, tornando necessário recorrer à imaginação para compreender como esse momento ocorreu. Um exemplo disso é o filme *Bye Bye Brasil* (1980), de Cacá Diegues, que retrata o impacto da chegada da televisão no interior brasileiro e suas consequências para a sociedade local.

No Cariri cearense, o primeiro contato com a transmissão televisiva ocorreu por meio da TV Jornal do Commercio, de Recife (PE), cujo sinal foi captado com mais facilidade do que o da TV Ceará, de Fortaleza. Diante dessa realidade, a prefeitura de Juazeiro do Norte adquiriu e instalou televisores em espaços públicos para que a população de baixa renda também tivesse acesso à nova tecnologia (Gomes, 2016).

Com o intuito de ampliar o alcance da TV Ceará e fortalecer sua influência no interior do estado, o então governador Virgílio Távora (1963-1966) implementou um projeto de expansão do sinal televisivo para regiões como o Cariri. Esse processo se concretizou no final da década de 1960, mais precisamente em 12 de setembro de 1968. O objetivo era integrar todo o estado por meio da televisão, promovendo uma maior aproximação entre Fortaleza e o interior, ao mesmo tempo em que buscava reduzir a influência de Pernambuco na região.

Em parceria com a Celca, o governo cearense instalou antenas retransmissoras para ampliar a cobertura televisiva no estado (Gomes, 2016). Essa expansão beneficiou, além de Juazeiro do Norte, cidades como Crato, Barbalha, Nova Olinda, Assaré, Araripe, Potengi, Farias Brito, Altaneira e Campos Sales, além de alguns municípios do Piauí. Afinal, “[...] a expansão seguiu uma lógica eminentemente econômica, contemplando, de forma mais acelerada, municípios onde havia uma probabilidade de obtenção de receitas mais rapidamente” (Pieranti, 2018, p. 2).

Nesses territórios, as praças passaram a desempenhar um papel central como espaços políticos e de lazer, além de se tornarem locais de fluxo, desterritorialização e transformação social (Gomes, 2016).

O estado do Ceará favoreceu a sua ampliação para seu interior a partir de fins dos anos 1960. Essa expansão foi iniciativa do governador Virgílio Távora que visava interconectar o Estado por meio desse meio de comunicação, como também a usar para favorecer a educação no meio rural cearense mediante programas atrelados a temática agropecuarista. Tal iniciativa adviera no sentido de construir traços comuns entre o Norte e o Sul do Estado, pois o Sul se aproximava cada vez mais de Pernambuco, principalmente depois da TV Jornal do Comércio de Recife. Essa aproximação não era bem vista pelo governo do Estado, sendo esse mais um motivo de investir nessa expansão do sinal da TV do Ceará- canal 2 (Gomes, 2016, p. 271).

Embora o projeto de implantação da televisão em Juazeiro do Norte contenha alguns registros históricos fragmentados, não identificamos informações adicionais sobre o desenvolvimento desse meio na localidade em pesquisas anteriores a este estudo. Os dados disponíveis referem-se a partir de 1999, com o surgimento da TV Padre Cícero e outras iniciativas televisivas na cidade, incluindo a chegada da primeira emissora com concessão pública, a TV Verde Vale (2006), seguida pela TV Verdes Mares (2009) e pelas experiências

televisivas na internet, conforme apontado por Rodrigues e Souza (2023). Na próxima seção, abordaremos essas iniciativas, que contribuem para a compreensão do funcionamento e da presença dos fenômenos televisivos no território em questão.

3.3 Mapeamento das experiências televisivas locais

No capítulo anterior, explicitamos o conceito de experiência televisiva adotado neste estudo. Dando continuidade, apresentamos aqui um mapeamento das experiências televisivas no Ceará, ainda que nosso recorte geográfico esteja centrado em Juazeiro do Norte. Esse mapeamento é fundamental para registrar as diversas formas de existência da televisão no território local. Para isso, a seção inicia-se com um panorama das emissoras de TV no Ceará (âmbito macro), seguido por um recorte mais específico das TVs no Cariri cearense e, por fim, das experiências televisivas em Juazeiro do Norte (âmbito micro).

3.3.1 As experiências televisivas no Ceará

Abrangendo um território mais amplo, apresentamos as experiências televisivas localizadas em Fortaleza e em outras cidades do Ceará. Essas experiências estão organizadas em dois grupos: o primeiro corresponde às emissoras de televisão broadcast, enquanto o segundo reúne as televisões que operam no modelo webcast e também estão disponíveis em canais de TV a cabo. Para este mapeamento, utilizamos dados da Associação Cearense de Rádio e Televisão, disponíveis no Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada²⁴ (2024).

O mapeamento nos permitiu identificar que a maioria das experiências televisivas está concentrada em Fortaleza, capital cearense. Além disso, o modelo broadcast é o mais predominante, com um total de 12 emissoras de televisão, incluindo tanto emissoras próprias quanto afiliadas. Esse modelo também está presente em cidades como Caucaia, na Região Metropolitana de Fortaleza, e em localidades mais descentralizadas, como Sobral, Aracati e Tauá. Embora o objetivo deste estudo não seja aprofundar essas experiências, é relevante observar que há produção televisiva para além dos grandes centros urbanos e dos grandes grupos midiáticos regionais, o que reforça a importância e a centralidade da televisão no cenário contemporâneo.

Quadro 19 – Experiências televisivas no Ceará

Nome	Localização	Ano de Fundação	Filiação
Broadcast			
Band Ceará	Fortaleza	2020	Própria

²⁴ Mapeamento disponível em: <https://mapaosc.ipea.gov.br/detalhar/429069>. Acesso em: 31 jan. 2025.

Canal FDR	Fortaleza	2007	TV Futura
RedeTV! Fortaleza	Fortaleza	1999	Própria
TV Assembleia	Fortaleza	2006	Própria
TV Câmara Fortaleza	Fortaleza	2003	Própria
TV Capital	Fortaleza	2017	Própria
TV Ceará ²⁵	Fortaleza	1974	Própria
TV Cidade	Fortaleza	1978	Record TV
TV da Gente	Pacajus	2005	Própria
TV Diário	Fortaleza	1998	Própria
TV Terra do Sol	Fortaleza	2006	Própria
TV União Fortaleza	Fortaleza	2001	Própria
TV Verdes Mares	Fortaleza	1970	Própria
TV Metrôpole	Caucaia	2011	Própria
TV Metrôpole Sobral	Sobral	2022	TV Metrôpole
TV Sinal Aracati	Aracati	2006	TV Cultura
TV Sinal Tauá	Tauá	2020	TV Cultura
Webcast e TV por assinatura			
TV Sertão ²⁶	Quixeramobim	2020	Própria
TV do Cariri	Mauriti	2013	Própria
TV Educadora	Limoeiro do Norte	2018	Própria
TV Mais	Fortaleza	2017	Própria
TV Otimista	Fortaleza	2020	Própria
TV Unifor	Fortaleza	2005	Própria

Fonte: elaborado pelo autor baseado no IPEA (2024).

No caso das experiências televisivas via WebTV, identificamos sua presença não apenas em Fortaleza, mas também no interior do estado, em cidades como Quixeramobim, Mauriti e Limoeiro do Norte. A existência das WebTVs reflete as transformações da própria televisão, especialmente no que diz respeito às novas formas de produção, distribuição e consumo, como discutido no capítulo anterior. A chegada do YouTube, em 2005, impulsionou a expansão do audiovisual, permitindo que produtores e consumidores, sobretudo aqueles localizados fora dos grandes centros urbanos e com menores recursos financeiros e estruturais, pudessem criar e compartilhar conteúdo de proximidade por meio de plataformas digitais.

Dessa forma, podemos falar de uma webtelevisão de proximidade ou, em um recorte ainda mais localizado, de uma webtelevisão do/no interior – conceito adotado nesta tese para o ambiente digital. Em outras palavras, observa-se um movimento de expansão e interiorização da televisão, impulsionado pelas novas tecnologias digitais, que promovem uma maior conexão entre produtores, conteúdos e públicos por meio da WebTV e das plataformas e dispositivos digitais e móveis de acesso ao audiovisual.

²⁵ Em 1974, a TV Ceará passou a operar como uma TV educativa administrada pela Fundação de Teleducção do Ceará (FUNTELC), órgão do governo estadual. Anteriormente, era uma emissora comercial que surgiu em 1960, a partir da iniciativa de Assis Chateaubriand, sendo a primeira emissora de televisão do estado.

²⁶ As experiências televisivas: TV Sertão, TV do Cariri, TV Educadora, TV Mais, TV Otimista e TV Unifor operam em canais por assinatura, a exemplo da Brisanet. A única TV que opera em outro canal é a TV Unifor, que está no Multiplay Telecom.

3.3.2 As experiências televisivas na Região Metropolitana do Cariri cearense

Ao voltarmos a atenção para a Região Metropolitana do Cariri cearense, criada em 2009, composta por nove cidades²⁷, Rodrigues e Souza (2023) mapearam a existência de nove experiências televisivas. No entanto, considerando outras iniciativas, identificamos um total de 13 experiências televisivas na Região Metropolitana do Cariri²⁸. Apesar dessa diversidade, a maioria está concentrada em Juazeiro do Norte.

Por isso, neste estudo, destacamos três experiências localizadas em outras cidades da região: a WebTV TV Caririáçu (Caririáçu) – Inaugurada em 2019, foi inicialmente conduzida de forma voluntária por moradores da cidade; a TV CPN (Nova Olinda) – Disponibiliza seu conteúdo no YouTube e está em funcionamento desde janeiro de 2023 e; a TV 100 Canal da Casa Grande (Nova Olinda) – Vinculada à Fundação Casa Grande, uma organização não governamental. Essas iniciativas demonstram a expansão da produção televisiva para além dos grandes centros urbanos, fortalecendo a diversidade midiática na RMC.

Na Figura 9 apresentamos as identidades visuais das experiências televisivas na Região Metropolitana do Cariri.

Figura 9 - Identidades visuais das experiências televisivas do Cariri cearense



Fonte: elaborado pelo autor (2026).

De acordo com as informações disponibilizadas no canal do YouTube²⁹, a TV Caririáçu tem como objetivo oferecer uma programação diversificada, com conteúdo de qualidade e relevante para o povo caririáçuense. Também conhecida como a “TV da Serra”, trata-se de uma experiência televisiva criada e conduzida voluntariamente por Raimundo Nonato e Veridiana Souza em 19 de junho de 2019, na véspera da Festa de São Pedro, padroeiro

²⁷ Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Jardim, Missão Velha, Caririáçu, Farias Brito, Nova Olinda e Santana do Cariri.

²⁸ Experiências televisivas na Região Metropolitana do Cariri: TV Padre Cícero (1999), TV 100 Canal da Casa Grande (2000), TV Verde Vale (2006), TV Verdes Mares Cariri (2009), TV Miséria (2011), Cariri TV (2012), TV Mãe das Dores (2016), TV Juazeiro (2019), TV Caririáçu (2019), TV Café com Leite (2021) e a TV CPN (2023).

²⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/TVCARIRIA%C3%87U>. Acesso em: 31 jan. 2025.

da cidade. Já a TV CPN³⁰ disponibiliza em seu canal no YouTube conteúdos jornalísticos, incluindo notícias e eventos do Cariri Cearense.

O canal TV 100 Casa Grande³¹ foi criado para divulgar a produção da TV Casa Grande para a comunidade de Nova Olinda, após a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) ter proibido sua transmissão e lacrado a TV comunitária, conforme informações do Blog da Fundação Casa Grande, em 13 de julho de 2020³². Além disso, durante o período da pandemia, a WebTV TV 100 Casa Grande passou a compartilhar as produções da TV Casa Grande por meio da criação da Webmostra 100 Canal, cujo objetivo era discutir as produções da TV Casa Grande (séries, clipes, fotografias e trilhas sonoras) que compõem seu acervo audiovisual, com a presença de convidados que inspiraram e colaboraram com essas produções.

Já a TV Ponta da Serra é uma experiência televisiva idealizada pelo radialista Luiz Marçal em 19 de abril de 2017. Inicialmente, a transmissão era disponibilizada pelo site da TV e, somente em 2023, foi criado o canal no YouTube. Essa experiência televisiva está localizada no município de Crato-CE e, conforme informações disponibilizadas no site³³ (2025, online),

[...] a TV Ponta da Serra destaca notícias locais, programas educativos, variedades, debates e momentos de lazer que valorizam as tradições e a identidade da nossa região. Aqui, você encontra o melhor da nossa terra, com espaço para artistas locais, histórias inspiradoras e conteúdos que fazem diferença na vida das pessoas. TV Ponta da Serra: valorizando o que é nosso, com qualidade e inovação.

Atualmente, a equipe da TV Ponta da Serra é composta por um apresentador, um cinegrafista, um editor e produtores. Além disso, segundo Marçal (2025), em conversa realizada por meio da rede social Instagram, há abertura na programação da TV Ponta da Serra para que outros produtores possam inserir seus programas – o mesmo ocorre com a TV Padre Cícero. Além do site e do canal no YouTube³⁴ a programação da TV Ponta da Serra também está disponível nas seguintes plataformas: Samsung Smart TV, LG, Fire TV, Android TV, Apple TV e Google Chromecast. Ainda conforme informações obtidas em conversa com Marçal e verificadas no site da emissora, o apoio cultural contribui para a manutenção financeira da TV Ponta da Serra.

Na pesquisa realizada por Rodrigues e Souza (2023), foram mapeadas outras experiências televisivas que extrapolam os limites territoriais da Região Metropolitana do

³⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/@cpnnovaolinda>. Acesso em 31 jan. 2025.

³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/@TVCASAGRANDE>. Acesso em: 31 jan. 2025.

³² Disponível em: <https://blogfundacaocasagrande.wordpress.com/2020/07/13/tv-casa-grande-lanca-webmostra-100-canal/>. Acesso em: 31 jan. 2025.

³³ Disponível em: <https://tvpontadaserra.com.br/>. Acesso em: 01 fev. 2025.

³⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/@LucianoMarcal-rq9iy>. Acesso em: 01 fev. 2025.

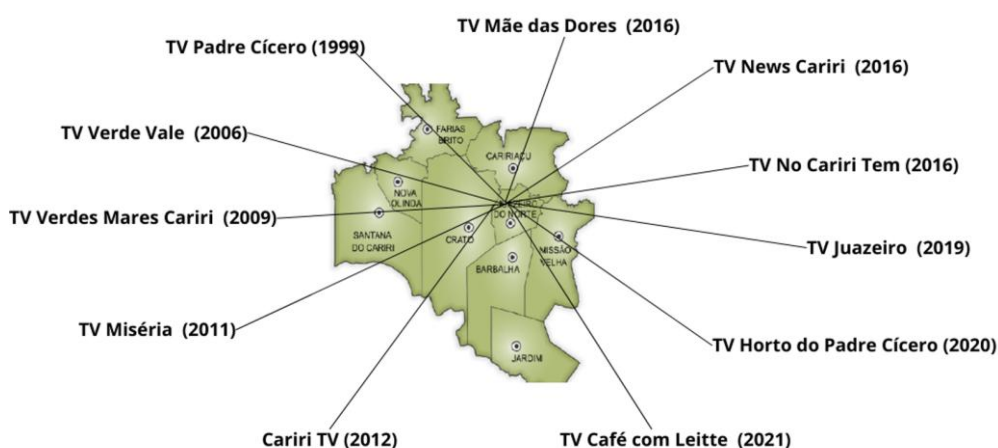
Cariri, o que explica o fato de não estarem localizadas no mapa. No entanto, consideramos relevante apresentar essas informações nesta pesquisa, de modo a contemplar experiências televisivas para além da capital cearense. Entre elas, destaca-se: a TV do Cariri³⁵, criada em 2013 e sediada na cidade de Mauriti, no sul do Ceará. Essa experiência televisiva opera tanto no YouTube quanto no canal 178 da Brisanet, além de possuir um perfil no Instagram³⁶.

Os autores também identificaram a presença da TV Sinal, uma emissora de televisão brasileira sediada em Tauá, no Sertão dos Inhamuns. A emissora opera no canal 40.1 (40 UHF) e é afiliada à TV Brasil, pertencente ao Grupo Sinal de Comunicação. Além disso, seus conteúdos podem ser acessados no canal do YouTube da empresa, o Sinal News³⁷. Por não estarem localizadas na RMC, essas emissoras não foram adicionadas ao mapa televisivo (Figura 1).

3.3.3 As experiências televisivas em Juazeiro do Norte

No território de Juazeiro do Norte, mapeamos a existência de 11 experiências televisivas: TV Padre Cícero (1999), TV Verde Vale (2006), TV Verdes Mares Cariri (2009), TV Miséria (2011), Cariri TV (2012), TV Mãe das Dores (2016), TV No Cariri Tem (2016), TV News Cariri (2016), TV Juazeiro (2019), TV Horto do Padre Cícero (2020) e TV Café com Leite (2021).

Figura 10 - Mapeamento das experiências televisivas em Juazeiro do Norte



Fonte: elaborado pelo autor (2026).

A importância desse mapeamento reside no esforço acadêmico de registrar a situação atual da presença da televisão em Juazeiro do Norte, o que também justifica a

³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/@TVDOCARIRI>. Acesso em: 17 fev. 2025.

³⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/tvdocariri/>. Acesso em: 17 fev. 2025.

³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/@SinalNewsCE>. Acesso em: 17 fev. 2025.

necessidade deste estudo, conforme já destacado na introdução da tese. O desconhecimento da população não apenas sobre a história da televisão no sul cearense, mas também sobre a diversidade das experiências televisivas, reforça a relevância de apresentar, ainda que de forma breve, informações sobre cada uma das iniciativas identificadas ao longo da pesquisa.

Além do mapeamento, a Figura 11 exibe as identidades visuais das experiências televisivas documentadas em Juazeiro do Norte.

Figura 11 – Identidades visuais das experiências televisivas em Juazeiro do Norte



Fonte: elaborado pelo autor (2026).

Assim, como forma de registrar e identificar as diferentes propostas e atuações das experiências televisivas em Juazeiro do Norte, apresentamos, a seguir, uma descrição mais detalhada de cada uma das iniciativas mapeadas nesta pesquisa.

3.3.3.1 TV Padre Cícero

A TV Padre Cícero foi a primeira experiência televisiva local em Juazeiro do Norte, fundada em 1999 pelo comunicador e produtor de vídeo Roberto Bulhões. A criação dessa emissora ocorreu após a passagem de Roberto Bulhões pelo programa *Aqui, Agora*, do SBT (1991-1997). Para colocar a TV no ar, Roberto Bulhões e seu amigo Roberto Santana, já falecido, viajaram até Aracati, no litoral cearense, onde operava a primeira emissora de televisão do interior do estado: a TV Maré.

O objetivo da viagem era compreender o funcionamento de uma emissora de televisão e aplicar esse conhecimento na idealização de um canal no sul do Ceará (Feitosa, 2013). A TV Padre Cícero realizou sua primeira transmissão em 23 de março de 1999³⁸. Essa

³⁸ A informação também pode ser visualizada em: <https://www.tvpadrecicero.com.br/>. Acesso em: 16 jan. 2023.

transmissão inaugural exibiu, ao vivo, a comemoração dos 155 anos do nascimento do Padre Cícero, diretamente da Praça do Socorro – informações que serão detalhadas no Capítulo 4.

Para iniciar suas atividades, a emissora obteve uma concessão temporária de sinal, concedida pelo Ministério das Comunicações. Assim, a TV Padre Cícero começou sua trajetória como uma televisão comunitária³⁹, transmitindo em sinal analógico aberto pelo Canal 13. No entanto, a concessão definitiva não foi aprovada, e a emissora saiu do ar em meados de 2001.

De acordo com entrevista realizada com Roberto Bulhões, a concessão do Canal 13 não foi viabilizada devido à influência política do deputado Manoel Salviano Sobrinho, que, na época, exercia seu quarto mandato como deputado federal pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e conseguiu obter a concessão. Atualmente, a TV Padre Cícero mantém uma programação local reduzida, produzindo apenas dois programas: o *Panorama Regional*⁴⁰ e o *Leriado*⁴¹. Além disso, transmite a tradicional Missa do Padre Cícero.

3.3.3.2 TV Verde Vale

A TV Verde Vale iniciou suas operações em 2006, funcionando com caráter educativo e intercalando sua programação com a retransmissão da Nova Geração de Televisão⁴² (NGT). Entretanto, desde 2002, seu proprietário, Manoel Salviano Sobrinho – médico, empresário e político (deputado pelo Partido da Social Democracia Brasileira, o PSDB, e ex-prefeito de Juazeiro do Norte) – já possuía a concessão para o funcionamento da emissora. A obtenção dessa concessão reflete a relação histórica entre política e meios de comunicação no Brasil, que favoreceu diversos políticos (e seus familiares) com a outorga de concessões de televisão e rádio. A emissora está sob o controle da Fundação XV de Agosto, cuja propriedade pertence a Manoel Salviano Sobrinho.

A programação da TV Verde Vale é composta por produções próprias e independentes, com a venda de espaços e horários na grade – um modelo que evidencia como a lógica comercial influencia o funcionamento e a sustentabilidade da emissora. Atualmente, a

³⁹ Seu modelo de negócio ou operação é voltado para a produção de conteúdo audiovisual com características não comerciais ou mercadológicas, apesar de possuir formato de veículo comercial em sua estrutura de funcionamento com programação, intervalos e espaços para veiculação publicitária de interesse público.

⁴⁰ O programa apresenta a cultura e os artistas locais, exibido de segunda a sexta-feira.

⁴¹ O programa funciona como um espaço para os artistas locais se apresentarem em espaços públicos, exibido mensalmente.

⁴² É uma rede de televisão aberta brasileira. Foi inaugurada em 8 de outubro de 2003 pelo empresário Manoel Antônio Bernardes Costa através da aquisição de concessões de TV educativa em Osasco, cidade do estado de São Paulo, em nome da Fundação de Fátima, e no Rio de Janeiro, capital do estado homônimo, em nome da Fundação Veneza, que se tornaram matrizes da rede.

programação inclui os seguintes programas: Cariri 24 horas⁴³, Boa Tarde Cariri⁴⁴, Ceará Diverso⁴⁵, A Tarde é Nossa⁴⁶, Amigos da Palavra⁴⁷ e Programa Denise Dantas⁴⁸.

Podemos afirmar que a TV Verde Vale é uma emissora genuinamente juazeirense, produzida no e para o contexto local. Além disso, é a que apresenta a maior variedade de programas, um diferencial semelhante ao da TV Padre Cícero. No entanto, apesar das limitações, a TV Verde Vale dispõe de uma estrutura relativamente mais desenvolvida para a produção de sua programação.

3.3.3.3 *TV Verdes Mares Cariri*

A TV Verdes Mares Cariri foi a segunda emissora a operar em Juazeiro do Norte, iniciando suas atividades em 1º de outubro de 2009, como parte do projeto de expansão e interiorização do Sistema Verdes Mares. Desde sua fundação, já nasceu como afiliada da Rede Globo (sendo a 122ª emissora afiliada), diferentemente de outras emissoras que se tornaram afiliadas com o tempo. Dessa forma, sua criação expandiu a programação da TV Globo para o sul do Ceará. Inicialmente, a emissora operava apenas com a transmissão do telejornal do meio-dia, o CE 1, também conhecido como Praça 1. Seu sinal alcança 66 municípios e mais de 1 milhão de espectadores, abrangendo as regiões do Cariri, Centro-Sul, Sertão Central, Sertão dos Inhamuns e Crateús.

Em 2015, foi ao ar o primeiro e único programa de entretenimento produzido localmente, o Pelo Cariri, apresentado pelo jornalista Rodrigo Vargas. No entanto, o programa foi descontinuado em 2017, ano em que a emissora lançou seu segundo telejornal, o noturno CETV 2 (Praça 2), ampliando, ainda que de forma restrita, a produção de conteúdo local.

Com a pandemia de Covid-19, a emissora passou por uma reestruturação significativa. O CETV 2 foi retirado do ar e, posteriormente, o CE 1 também deixou de ser produzido localmente. Durante esse período, toda a programação exibida no Cariri passou a ser transmitida a partir de Fortaleza, e os jornalistas locais se limitaram a entradas ao vivo com

⁴³ Programa que repercute as notícias da Região Metropolitana do Cariri, exibido de segunda a sexta a partir das 15h30.

⁴⁴ Programa de entrevista, música e cultura apresentado por Emanuel Oliveira, exibido de segunda a sexta a partir das 17h.

⁴⁵ Programa sobre a cultura, arte e poesia cearense apresentado por Vandinho Pereira, exibido segunda a sexta a partir das 18h30.

⁴⁶ Programa de entretenimento apresentado por Marleide Duarte, exibido de segunda a sexta a partir das 15h30.

⁴⁷ Programa católico sobre a leitura do evangelho e terço da divina misericórdia apresentado por Alberto Alvino, exibido de segunda a sexta de 09h às 10h.

⁴⁸ Programa de entretenimento apresentado por Denise Dantas, exibido todas as terças a partir das 21h.

informações pontuais. Em março de 2022, a TV Verdes Mares Cariri retomou sua programação local, acompanhada de uma reestruturação em sua equipe. No entanto, até o momento, apenas o telejornal CE 1 (Praça 1)⁴⁹, que voltou a ser produzido na região, sendo exibido de segunda a sábado ao meio-dia.

De acordo com Souza e Lima (2022a, p. 2):

A escolha do Sistema Verdes Mares e da Rede Globo pela implementação de uma emissora de televisão afiliada no interior do Ceará, especificamente em Juazeiro do Norte, não se deu pelo mero acaso ou simples vontade de possuir uma emissora na ponta sul do estado. Aliás, longe disso, é preciso considerar um quadro de transformação, mudança e aceleração, sobretudo econômica, ao longo dos anos que antecedeu a chegada da Verdes Mares Cariri. O que, por sua vez, se vincula com os interesses econômicos que perpassam a própria história da televisão, mediante a sua presença em determinadas regiões.

Dessa forma, a chegada de uma nova emissora de televisão ao Cariri cearense está inserida no contexto de interiorização e expansão, fortemente ligado ao crescimento dos negócios, como no caso da publicidade, conforme discutido pelo Blog Diálogos Políticos em 14 de setembro de 2009⁵⁰:

A interiorização dos negócios da publicidade já é uma realidade. No Ceará, o aparecimento de novas empresas e a expansão de outras estão proporcionando uma parceria de resultados, apoiada pelas ferramentas eficazes da publicidade. A partir do dia 1º de outubro [2009], surge um novo canal de comunicação para os anunciantes do Interior [...] (Blog Diálogos Políticos, 2009, online).

Assim, a implantação de uma nova emissora por um grupo midiático regional também representa uma estratégia financeira e política, consolidando sua presença por meio do aporte televisivo. Assim, a presença da Rede Globo em Juazeiro do Norte resulta de um entrelaçamento de jogos de poder, envolvendo tanto a mídia regional quanto empresas do Sudeste brasileiro, que aproveitam o potencial de crescimento de uma cidade do interior para expandir sua influência.

3.3.3.4 *TV Miséria*

A TV Miséria funciona como o núcleo de produção jornalística audiovisual do Site Miséria, fundado em 2011 pelo radialista, empresário e político Normando Sócrates Gonçalves Damasceno (1960-2020). Com uma aba dedicada dentro do site⁵¹, seus vídeos são hospedados

⁴⁹ Telejornal que apresenta ao meio-dia (na hora do almoço) as principais notícias da região do Cariri, Centro-Sul e Sertão Central, Sertão dos Inhamuns e de Crateús.

⁵⁰ Disponível em: <https://dialogospoliticos.wordpress.com/2009/09/14/juazeiro-do-norte-sera-sede-da-tv-verdes-mares-cariri/>. Acesso em: 31 jan. 2025.

⁵¹ Disponível em: <https://www.miseria.com.br/editoria/tv-miseria/>. Acesso em 31 jan. 2025.

no canal do YouTube⁵², seguindo uma prática comum que utiliza a plataforma para armazenamento, compartilhamento e ampliação do acesso ao conteúdo.

Não há uma periodicidade definida ou um formato específico de produção. No entanto, observam-se dois padrões distintos: (1) a influência da televisão clássica – aberta, linear e no modelo broadcast –, evidenciada pelo uso de técnicas tradicionais do telejornalismo, como passagens, sonoras e offs; e (2) a adoção da verticalização das telas, semelhante aos vídeos exibidos no formato “stories” do Instagram, mas ainda preservando elementos da experiência televisiva tradicional.

A existência da TV Miséria está alinhada às discussões do capítulo anterior sobre as transformações da televisão. O barateamento e a miniaturização dos equipamentos e das telas permitiram que um portal, com uma estrutura menor do que a de uma emissora convencional, pudesse produzir conteúdo audiovisual voltado para as mídias digitais e para o público local. No contexto de uma experiência televisiva situada no interior, essa produção se torna ainda mais relevante, pois está diretamente relacionada ao acesso à informação pela comunidade.

3.3.3.5 *TV News Cariri*

A experiência da TV News Cariri também está vinculada à existência de um portal de notícias⁵³, assim como ocorre com a TV Miséria. Dessa forma, além de reportagens em texto, acompanhadas de imagens fotográficas para ilustração, o portal faz uso da produção audiovisual como recurso informativo. A construção desse material segue os mesmos padrões e modelos estabelecidos pela televisão aberta no Brasil, assim como observado na TV Miséria.

De acordo com informações disponíveis no YouTube⁵⁴, o canal da TV News Cariri foi criado em 13 de dezembro de 2016, no mesmo ano em que o portal Miséria também ingressou na plataforma de vídeos. As produções compartilhadas incluem reportagens sobre diversos temas, embora não estejam organizadas por editorias ou categorias específicas. Além disso, a empresa disponibiliza seu conteúdo em um perfil no Instagram⁵⁵, adotando uma prática cada vez mais comum no jornalismo digital.

Assim, entendemos que essa experiência televisiva dialoga com os outros modelos já mencionados, ao explorar as potencialidades das plataformas digitais para a produção de audiovisual jornalístico. Ao mesmo tempo, mantém a influência do modelo broadcast na

⁵² Exemplo de produção audiovisual jornalística disponível na TV Miséria. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CGGSRjaRB0Q>. Acesso em: 31 jan. 2025.

⁵³ Disponível em: <https://www.newscariri.com.br/>. Acesso em: 31 jan. 2025.

⁵⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/@newscariri>. Acesso em: 31 jan. 2025.

⁵⁵ Disponível em: https://www.instagram.com/news_cariri/. Acesso em: 31 jan. 2025.

produção dos conteúdos, utilizando as plataformas como canais de distribuição e acesso para os usuários.

3.3.3.6 *Cariri TV*

Dentre as experiências televisivas mapeadas, podemos destacar que a Cariri TV é a que mais se aproxima de um caráter experimental, especialmente por seu enfoque educativo e de aprendizado. Presente na plataforma YouTube⁵⁶, desde 2012, o canal armazena e compartilha as experimentações das disciplinas de telejornalismo do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA). No canal, é possível assistir a telejornais, programas de entrevistas, documentários, webstories e revistas eletrônicas.

Além das produções audiovisuais das disciplinas de telejornalismo, encontramos também o programa *Vozes do Cariri*, um projeto desenvolvido pelos(as) estudantes do Curso de Jornalismo da UFCA em parceria com a TV Verde Vale, cuja concessão é educativa. Conforme informações disponibilizadas no perfil oficial do Instagram⁵⁷, *Vozes do Cariri* é um projeto vinculado à Pró-Reitoria de Cultura da UFCA e tem como principal objetivo contribuir para a divulgação da cultura regional do Cariri cearense.

Na primeira temporada do programa, em 2023, foram produzidas e exibidas sete edições, disponibilizadas mensalmente no primeiro sábado de cada mês (de junho a dezembro). Na segunda temporada, em 2024, foram produzidas sete edições (entre maio e dezembro), além de uma programação especial em celebração ao Dia do Cinema Brasileiro, exibida em junho de 2024. E na terceira temporada, em 2025, foram produzidas nove edições entre abril e dezembro de 2025.

3.3.3.7 *TV Mãe das Dores*

A TV Mãe das Dores é uma experiência televisiva pertencente à Basílica de Nossa Senhora das Dores, subordinada à Diocese do Crato, e foi criada em 2016. Funcionando como uma WebTV, essa iniciativa não possui Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), portanto, não se constitui como empresa, sendo considerada uma atividade complementar dentro do setor de comunicação da paróquia. Trata-se de um caso semelhante ao da TV Miséria, que integra as atividades do site de mesmo nome. Outro ponto em comum entre essas WebTVs é a utilização do YouTube⁵⁸ para transmissões, armazenamento, divulgação e

⁵⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/@TVComunicacaoCariri>. Acesso em: 31 jan. 2025.

⁵⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/vozesdocariri/>. Acesso em: 31 jan. 2025.

⁵⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/TVM%C3%A3edasDores>. Acesso em: 20 fev. 2025.

compartilhamento de vídeos, uma prática amplamente adotada nesse modelo televisivo. No entanto, a TV Mãe das Dores se diferencia por ter toda a sua programação pautada pelo viés religioso, o que a caracteriza como uma televisão de nicho.

A TV Mãe das Dores não apresenta uma programação fixa ou periódica, mas seu acervo audiovisual digital inclui alguns programas exibidos por temporada, tais como: *A Sombra do Pé de Juá*, *Mãe das Dores em Missão*, *Roteiros da Fé* e *Espaços Sagrados*. Embora tenha surgido e funcione no ambiente digital, a TV Mãe das Dores tem como referencial o modelo clássico de televisão. Assim, essa experiência televisiva “[...] nos lembra os primórdios da TV no Brasil, marcada pelo pioneirismo, amadorismo e experimentação da linguagem audiovisual, embora o veículo estudado aqui já dispusesse de modelos e parâmetros para a sua criação e desenvolvimento” (Rodrigues; Souza, 2023, p. 7). Aliás, este é o primeiro estudo sistematizado sobre a TV Mãe das Dores que busca contextualizar a mídia televisiva local do Cariri cearense, com foco em Juazeiro do Norte.

3.3.3.8 TV Juazeiro

A concessão da TV Juazeiro pertence à prefeitura de Juazeiro do Norte, e sua chegada à região do Cariri cearense integra um histórico jogo de poder político e econômico em torno das emissoras de televisão no Brasil. De acordo com uma reportagem da *Redação Senado*⁵⁹ (2019), o processo de interiorização do sinal da TV Juazeiro ocorreu em 1º de novembro de 2019. A interiorização dos canais da União começou com a implantação da TV Senado, solicitada pelo então prefeito Arnon Bezerra ao presidente do Senado na época, o cearense Eunício Oliveira (como apresentado na seção sobre a televisão do/no interior).

Em 14 de outubro de 2019, a TV Senado entrou em fase experimental em Juazeiro do Norte, tornando-se definitiva em 31 de outubro de 2019, durante a solenidade de comemoração dos 50 anos da inauguração da Estátua do Padre Cícero na Colina do Horto. Assim, operando como um canal de multiprogramação, além da TV Senado, outros canais passaram a integrar a grade televisiva de Juazeiro do Norte: a TV Câmara, a TV Assembleia Legislativa do Ceará e uma TV do município – a TV Juazeiro – viabilizada por meio de uma parceria com a prefeitura.

Em entrevista à *Redação Senado*, Érica Ceolin, diretora da Secretaria de Comunicação Social do Senado, destacou que esta foi a primeira iniciativa do Senado para

⁵⁹ A informação está disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/11/01/inaugurada-tv-senado-em-juazeiro-do-norte>. Acesso em: 31 jan. 2025.

interiorizar o sinal da emissora, tendo a região do Cariri como projeto-piloto para futuras expansões. Em suas palavras, conforme registrado na reportagem de 2019:

O sinal da TV Senado e das demais emissoras parceiras tem o potencial de chegar a pelo menos outros quatro municípios da região, alcançando seiscentas mil pessoas. A população de Crato, Barbalha, Missão Velha e Caririáçu vai poder, junto com o povo de Juazeiro do Norte, assistir aos quatro canais que celebramos hoje. Na prática, com a chegada da TV Senado, os cidadãos do Cariri vão poder acompanhar de perto tudo o que acontece no mundo político e cultural do Brasil, do Ceará e do município.

Entretanto, conforme relatado por Roberto Bulhões, a concessão foi resultado de um acordo entre o então prefeito de Juazeiro do Norte, José Arnon Cruz Bezerra de Menezes (2017-2020), mais conhecido como Arnon Bezerra, o senador Eunício Oliveira e o próprio Roberto Bulhões, fundador da TV Padre Cícero. O acordo previa que Bulhões assumisse a responsabilidade pela TV Juazeiro, considerando que ele já possuía uma emissora em funcionamento, com estrutura, equipamentos e equipe.

Dessa forma, a prefeitura não precisaria – e também não demonstrou interesse em – desenvolver uma estrutura própria para produção de conteúdo. Ou seja, ambas as partes foram beneficiadas: a prefeitura obteve um canal de televisão para a cidade, enquanto Roberto Bulhões garantiu um canal de TV aberta, ampliando o alcance da transmissão da TV Padre Cícero.

3.3.3.9 TV Café com Leite

A TV Café com Leite, fundada por Francisco Leite, é a mais nova emissora de televisão de Juazeiro do Norte, lançada em outubro de 2021. O que antes era apenas um programa televisivo tornou-se uma emissora afiliada à Rede Meio⁶⁰, no Piauí. Sua programação conta com um único programa, o *Programa Café com Leite*, exibido de segunda a sexta-feira, abordando temas variados, como política, economia e entretenimento.

Além das experiências televisivas que apresentam informações detalhadas, identificamos também a presença de uma experiência televisiva no portal de notícias *No Cariri Tem*⁶¹, criado em 2016. Trata-se de uma proposta audiovisual nativa digital, presente no

⁶⁰ A partir de abril de 2024, o Grupo Meio Norte, fundado no Piauí, passou a ser denominado de Grupo Rede Meio. De acordo com a matéria de Pablo Carvalho (2024), a mudança já ocorreu com o nome da emissora de TV (TV Meio). O objetivo do grupo é expandir para o restante do País. Logo, o nome Meio Norte, atrelado a algo regional, restringe a atuação do grupo midiático. Por isso, o Grupo decidiu renomear a emissora e fechar novas parcerias, principalmente na região Centro-Oeste para ganhar notoriedade nacional. Um exemplo é o caso da TV Goiânia que antes era filiada da Bandeirantes e agora é filiada da Rede Meio. A emissora goiana abrange cerca de 32 cidades do estado. A intenção da emissora, é ter canal aberto em todos os estados do país até dezembro de 2024. Informação disponível em: <https://www.meionews.com/noticias/grupo-meio-estreia-nova-marca-e-identidade-visual-493159/>. Acesso em: 31 jan. 2025.

⁶¹ Disponível em: <https://nocariritem.com.br/>. Acesso em: 17 fev. 2025.

YouTube⁶², desde o seu ano de lançamento e, com mais ênfase, no Instagram, plataforma na qual passou a desenvolver produções jornalísticas audiovisuais a partir de 2017. Essa iniciativa evidencia as múltiplas possibilidades de refletir sobre a existência, a expansão e a interiorização da televisão em Juazeiro do Norte, por meio dos recursos e potencialidades dos ambientes digitais.

Além disso, também mapeamos a TV Horto do Padre Cícero, pertencente à Igreja dos Salesianos em Juazeiro do Norte. Essa emissora funciona por meio de um canal no YouTube⁶³, criado em 2020, onde identificamos, até o momento, apenas a transmissão de missas, que são arquivadas e compartilhadas na plataforma. Observamos uma proximidade com as TVs Padre Cícero e Mãe das Dores, especialmente no que se refere à transmissão de celebrações religiosas, consolidando um nicho voltado para esse público. No entanto, a TV Horto ainda não dispõe de uma estrutura para a ampliação de sua grade de conteúdos. Outra experiência televisiva mapeada foi a TV Caririense⁶⁴, fundada em 2021, que integra o portal com o mesmo nome, fundado por Karol Matos, jornalista e bacharel em Direito.

O mapeamento dessas experiências televisivas permite compreender como o território cearense, desde Fortaleza até Juazeiro do Norte, apresenta uma diversidade de formas de constituição da televisão no estado. Especificamente em Juazeiro do Norte, identificamos 11 experiências televisivas, cada uma com o objetivo de produzir conteúdo audiovisual local a seu modo, seja por meio de temáticas religiosas, culturais, econômicas ou outras abordagens que exploram as singularidades do Cariri cearense na televisão.

A presença dessas experiências em Juazeiro do Norte também evidencia a centralidade do eixo local como um dos mais desenvolvidos no sul do estado cearense. Esse cenário dialoga diretamente com o processo de desenvolvimento, crescimento, industrialização e modernização da cidade. O mapeamento das experiências televisivas no interior do sul cearense demonstrou que “[...] a televisão é híbrida e mutável, e uma primeira pista do que a define talvez seja justamente sua capacidade de estar em constante movimento, em toda sua existência, agregando complexidades e, dessa maneira, transformando-se” (Muanis, 2018, p. 13).

A partir dessa perspectiva de hibridação e mutação, Lage (2018) compreende que a transformação da televisão também é orientada por um cenário de intermitências, inovações, descontinuidades, mutações e adaptações. As visões desses autores dialogam diretamente com

⁶² Disponível em: <https://www.youtube.com/@nocariritem>. Acesso em: 17 fev. 2025.

⁶³ Disponível em: <https://www.youtube.com/@TVHortodoPadreCicero>. Acesso em: 17 fev. 2025.

⁶⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/@tvcaririensi/featured>. Acesso em: 24 jun. 2026

nossa análise sobre as experiências televisivas. Quando voltamos nosso olhar para os territórios interioranos, percebemos que a presença dessas iniciativas indica a busca por inovação, adaptação e, em alguns casos, descontinuidade em relação aos modelos tradicionais.

É importante ressaltar que tais inovações e adaptações nem sempre ocorreram por uma vontade deliberada de transgredir o que já existia ou estava em prática. Uma leitura possível sobre o surgimento dessas experiências parte de um contexto mais pragmático: a utilização dos recursos financeiros, estruturais, humanos e tecnológicos disponíveis. Ou seja, diante da impossibilidade de criar uma estrutura mais robusta, a queda nos custos de equipamentos, o acesso a plataformas de difusão como o YouTube e a popularização de dispositivos como smartphones e câmeras acessíveis permitiram que a produção audiovisual na internet se consolidasse como uma alternativa viável para a criação e disseminação de conteúdo.

No entanto, um dos grandes diferenciais das experiências televisivas identificadas em Juazeiro do Norte é a proximidade com o modelo vigente das emissoras de televisão, ou seja, o formato broadcast, que predomina no Brasil há mais de 70 anos. Como afirma Muanis (2020, p. 28), “[...] a televisão é o veículo ideal para essas construções e, desde seu nascimento, demonstrou uma imensa capacidade de mudar hábitos e criar novos costumes”.

Dessa forma, o fenômeno das experiências televisivas não apenas contribui para a diversificação de formas e formatos na concepção da televisão, mas também reflete um processo contínuo de transformação nos modos de distribuição e consumo do conteúdo televisivo. Esse processo abrange desde o modelo linear tradicional – no qual o espectador sintoniza um canal e acompanha a programação conforme a grade estabelecida – até o modelo on-demand, característico dos serviços de streaming, onde o próprio espectador decide o que, quando, como e onde assistir. Por fim, para além de um mapeamento fragmentado, apresentamos o panorama completo do cenário televisivo da Região Metropolitana do Cariri, abrangendo as cidades de Caririáçu, Crato, Juazeiro do Norte e Nova Olinda.

4 A TRAJETÓRIA DA TV PADRE CÍCERO

Neste capítulo, registramos os primeiros 25 anos de história da TV Padre Cícero entre 1999 e 2024, contemplando desde a inauguração e consolidação como uma empresa de televisão pioneira em Juazeiro do Norte e no sul cearense. Conforme apresentado na metodologia, a construção deste capítulo baseou-se no uso da história oral, por meio de entrevistas em profundidade com a equipe da TV Padre Cícero, aliadas à pesquisa bibliográfica e documental. No quadro abaixo, apresentamos os entrevistados para esta tese:

Quadro 20 – Equipe da TV Padre Cícero

Entrevistado	Função na TV
Paulo Roberto Rodrigues Bulhões	Fundador, apresentador e repórter
Paulo Roberto Rodrigues Bulhões Júnior	Diretor de programação
José Yório Pequeno Bulhões	Repórter e editor de imagem
Luiz Carlos de Souza Bezerra (Carlinhos)	Cinegrafista e operador de corte
José Reginaldo Arraes de Sousa	Cinegrafista
Ana Luiza Domingos da Silva	Produtora, cinegrafista e designer

Fonte: elaborado pelo autor (2026).

Para os fins deste estudo utilizaremos os nomes dos entrevistados de forma reduzida: Roberto Bulhões, Roberto Bulhões Júnior, Yório Bulhões, Carlos Bezerra, Reginaldo Arraes e Ana Luiza Silva. Ademais, na figura abaixo inserimos um registro da equipe da TV Padre Cícero:

Figura 13 – Equipe da TV Padre Cícero



Fonte: Instagram da TV Padre Cícero (2026).

A escolha para entrevista somente a equipe da TV deve-se ao fato de que, desde a sua fundação, praticamente os mesmos colaboradores permanecem atuando na TV Padre Cícero. Além disso, por sua vivência cotidiana, eles são personagens fundamentais para investigar, analisar e refletir sobre o processo de interiorização e desenvolvimento da televisão em Juazeiro do Norte, a partir dessa experiência televisiva pioneira. Para compor a trajetória da TV, foi também fundamental a ilustração desta pesquisa com fotos do acervo da TV Padre Cícero, imagens produzidas pelo autor desta pesquisa, capturas de vídeos disponíveis no canal da emissora no YouTube e no Instagram da TV.

4.1 Uma paixão chamada TV

Para investigar a trajetória da TV Padre Cícero, consideramos essencial conhecer também a história de seu fundador, Roberto Bulhões. Na entrevista realizada com Bulhões (2024), ficou evidente que o interesse em trabalhar em uma emissora de televisão era um antigo desejo pessoal. Com experiência no rádio e no jornalismo impresso, a sua entrada no universo televisivo, segundo ele, aconteceu de forma inesperada.

É a partir dessa trajetória que iniciamos esta seção, explorando como surgiu a produtora de vídeos, Bulhões Produções, e como Roberto Bulhões ingressou no mundo da televisão. A sua estreia no meio televisivo ocorreu como correspondente do Sistema Brasileiro de Televisão, o SBT – emissora fundada por Silvio Santos (1930-2024) –, no famoso e extinto programa policiaisco da década de 1990, *Aqui Agora*.

4.1.1 A trajetória de Roberto Bulhões: o fundador da TV Padre Cícero

Paulo Roberto Rodrigues Bulhões, mais conhecido como Roberto Bulhões, nasceu em 28 de junho de 1951, um ano após a inauguração da televisão no Brasil, em 18 de setembro de 1950. Natural de Natal, Rio Grande do Norte, é filho de Severino Rodrigues Bulhões e Severina Gonçalves Bulhões. Segundo relato em sua autobiografia (2021), passou a infância na pequena cidade de São Pedro do Potengi (RN), onde viveu até os 12 anos. Em 1963, a sua família retornou à capital potiguar.

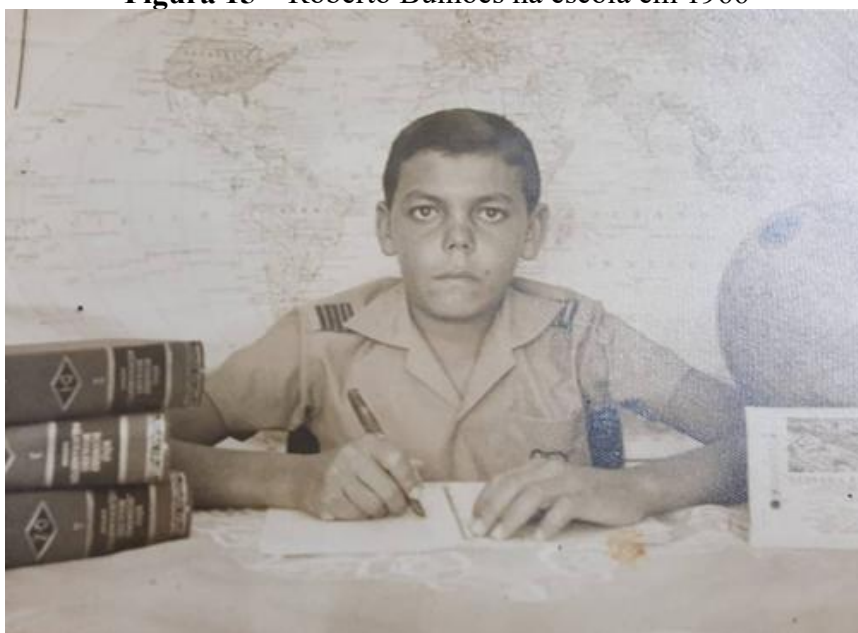
Figura 14 – Roberto Bulhões



Fonte: Instagram da TV Padre Cícero (2026).

Durante a sua adolescência, Roberto Bulhões aproveitava o tempo livre para visitar emissoras de rádio, como a Rádio Trairi, a Rádio Poty, a Rádio Cabugi e a Rádio Rural. Nessas visitas, atuava voluntariamente como assistente dos controlistas de áudio, o que já demonstrava o seu interesse pelo universo da comunicação.

Figura 15 – Roberto Bulhões na escola em 1966



Fonte: Arquivo pessoal Roberto Bulhões (2026).

Em 1969, ao completar 18 anos, Roberto Bulhões obteve a sua habilitação como motorista profissional. A partir deste momento, iniciou uma caminhada profissional como motorista de caminhão pau de arara⁶⁵, transportando passageiros de Natal para as pequenas cidades do Rio Grande do Norte, como Extremoz⁶⁶. Posteriormente, trabalhou como motorista na Construtora Ecocil, em Natal. Na década seguinte, ingressou na vida militar como soldado da Companhia de Comando e Serviços do 16º Regimento de Infantaria, em 19 de janeiro de 1971. Foi nesse mesmo período que recebeu o nome de guerra “Bulhões”, sobrenome pelo qual ficaria conhecido nos próximos anos.

A sua experiência como motorista foi valorizada no serviço militar, pois, conforme ele próprio relatou (2021), havia uma escassez de motoristas, o que o levou a ser escalado para o Pelotão de Transportes do Batalhão. Já em 1973, casou-se com a sua primeira esposa, Ana Lúcia Pontes, uma jovem que morava na mesma rua que ele, em Natal-RN. Ainda no mesmo ano, nasceu o primeiro filho do casal, Paulo Roberto Bulhões Júnior.

Na figura abaixo, da esquerda para a direita, estão: Paulo Roberto Bulhões Neto, Antonia Pequena Neta, Roberto Bulhões Júnior, Yório Bulhões e Roberto Bulhões:

Figura 16 – Família de Roberto Bulhões



Fonte: Instagram de Roberto Bulhões (2024).

A função de motorista no Exército acompanhou Roberto Bulhões até 1974. De acordo com ele (2021), o general Walter Pinho perguntou se ele gostaria de continuar na carreira militar. Diante de sua resposta afirmativa, o general sugeriu a sua transferência para o Batalhão de Engenharia, uma vez que ele teria mais oportunidades para crescer no serviço militar. Assim,

⁶⁵ Pau de arara é um meio de transporte irregular que ainda é utilizado no Nordeste do Brasil. Consiste em se adaptar nos caminhões para o transporte de passageiros, constituindo-se em substituto improvisado para os ônibus convencionais.

⁶⁶ Localizada no litoral do Rio Grande do Norte, a cidade está a cerca de 23 km de Natal.

Roberto Bulhões foi transferido para o 3º Batalhão de Engenharia de Construção, localizado na cidade de Picos, no interior do Piauí.

A viagem para Picos teve início em 31 de outubro de 1975, com partida de Natal e destino à cidade de Crato, no Ceará. Durante o trajeto, Roberto Bulhões teve o seu primeiro contato com a cidade de Juazeiro do Norte, durante uma das paradas do ônibus. No dia 2 de novembro de 1975, chegou à cidade de Picos (PI) e, no dia seguinte, apresentou-se oficialmente no 3º Batalhão de Engenharia de Construção. Assim,

Ao ser levado até a presença do comandante, fui indagado sobre o motivo de ter escolhido o batalhão em Picos para trabalhar. Ao relatar meu interesse em aprender uma nova profissão, disse que queria mesmo ir para a frente de serviços, que era o de construir rodovias. E, mais uma vez, a sorte me abraçou e fui imediatamente autorizado pelo comandante a ir para a 1ª Companhia de Engenharia de Construção, em Tauá/CE, na época responsável pela construção da BR 020 (Bulhões, 2021, p. 17).

O primeiro casamento de Roberto Bulhões, com Ana Lúcia, durou de 1973 a 1976. Após a separação, sua ex-esposa e seu filho, Roberto Bulhões Júnior, retornaram para Natal-RN. Pouco tempo depois, em 1977, Roberto Bulhões conheceu a sua segunda esposa, Antônia Pequena Neta, na cidade de Tauá, localizada na região do sertão dos Inhamuns, no Ceará.

O casamento foi realizado em 17 de setembro de 1977, na Igreja Matriz de Tauá. Além das mudanças em sua vida pessoal, o final da década de 1970 também marcou uma transição em sua carreira profissional. Com o término das obras nas estradas, o Batalhão em Tauá começou a demitir alguns civis. Observando esse cenário de incerteza e a demissão de colegas, Roberto Bulhões decidiu buscar um novo emprego.

Figura 17 – Roberto Bulhões e a esposa Antônia Pequena Neta em 1985



Fonte: Acervo pessoal Roberto Bulhões (2021).

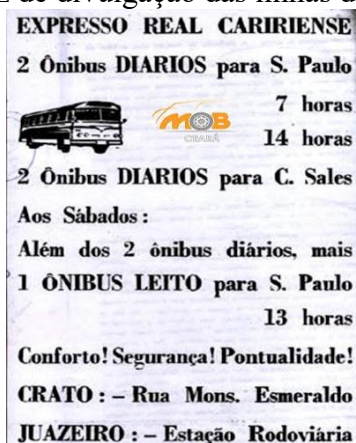
Em 28 de fevereiro de 1978, Roberto Bulhões pediu baixa do Exército e passou a procurar uma vaga de motorista na Viação Itapemirim, que, na época, ampliava as suas linhas de ônibus para as regiões Norte e Nordeste do Brasil. Conforme Roberto Bulhões (2021, p. 22),

Dirigir um ônibus pelas estradas do Brasil foi uma experiência e tanto para quem acaba de deixar a vida militar. Ao chegar em Petrolina/PE, procurando vaga para trabalhar na Viação Itapemirim como motorista de ônibus, encontrei alguns colegas que também estavam vindo do batalhão de Picos. No mesmo dia, fiz o teste com mais de 30 candidatos, sendo imediatamente aprovado. No dia seguinte, enviaram-se para a sede da Itapemirim, na cidade de Cachoeira do Itapemirim, no Espírito Santo.

A sua passagem pela Viação Itapemirim foi breve. Em 1979, a empresa reduziu o seu quadro de funcionários em cerca de 10%, e Roberto Bulhões perdeu o emprego como motorista. No entanto, no dia seguinte, conseguiu uma nova vaga na Expresso Real Caririense, também como motorista. Essa empresa de ônibus, fundada na década de 1960, no Crato, região do Cariri cearense, tinha sua sede em Juazeiro do Norte e foi criada por José Gonçalves Bezerra, conhecido na região como Zézito (MOB Ceará, 2018).

A principal e mais importante linha da Expresso Real Caririense era a rota Crato–São Paulo, passando por Juazeiro do Norte e Rio de Janeiro. Além disso, a empresa também conectava o Cariri a algumas capitais nordestinas, como Natal (Rio Grande do Norte) e Maceió (Alagoas), além de atender cidades do próprio estado do Ceará, como Campos Sales. A seguir, apresentamos o cartaz utilizado pela empresa para divulgar suas linhas, dias e horários:

Figura 18 – Cartaz de divulgação das linhas da Expresso Real Caririense



Fonte: <https://www.mobceara.com/2018/11/viajando-no-tempo-com-expresso-real.html> (2026).

Ainda de acordo com informações obtidas no site MOB Ceará (2018), na década de 1980, a Expresso Real Caririense, assim como outras empresas pioneiras de ônibus nordestinas que operavam linhas para o Sudeste, foi extinta. As suas principais rotas foram assumidas pela empresa mineira Gontijo (linhas para São Paulo e Natal) e pela pernambucana Auto Viação Progresso (linha para Maceió). A figura abaixo apresenta o modelo de ônibus utilizado pela empresa.

Figura 19 – Ônibus da Viação Expresso Real do Cariri



Fonte: <https://www.mobceara.com/2018/11/viajando-no-tempo-com-expresso-real.html> (2026).

Residindo na cidade de Petrolina-PE, Roberto Bulhões mudou-se com a sua segunda esposa para Juazeiro do Norte-CE após começar a viajar pela nova empresa. O ano de 1979 não representou apenas uma mudança de emprego, mas também um marco pessoal. No dia 31 de dezembro de 1979 nasceu o seu segundo filho, José Yório Pequeno Bulhões. Segundo Roberto Bulhões, o nome foi escolhido em homenagem a um amigo de infância.

A partir da década de 1980, houve uma mudança na trajetória profissional de Roberto Bulhões. Em 1981, a Viação Itapemirim adquiriu a empresa de ônibus Expresso Real Caririense, resultando na transferência direta de Roberto Bulhões para a sua antiga empregadora, a Itapemirim, onde permaneceu até 1982. Nesse mesmo ano, ingressou na Viação Boa Esperança, uma empresa amplamente conhecida no Pará, que operava a linha Juazeiro do Norte – Teresina (PI) – Belém (PA).

Com um novo casamento, filho e emprego, Roberto Bulhões também decidiu retomar os estudos. Em 1982, ingressou no curso de supletivo⁶⁷ e, após ser aprovado, realizou o vestibular para a Faculdade de Filosofia, localizada em Crato-CE. Roberto Bulhões foi aprovado no curso de Geografia e, decidido a focar nos estudos, passou por mais uma mudança profissional que culminaria no fim de sua longa jornada como motorista, como ele próprio explica:

⁶⁷ O supletivo escolar é uma modalidade de ensino acelerada, oficialmente chamada de EJA (Educação de Jovens e Adultos). Ela é voltada para pessoas que não concluíram o Ensino Fundamental ou Médio na idade regular. O formato permite concluir várias séries em menos tempo e possui a mesma validade legal que o ensino tradicional.

Na pretensão de levar meus estudos à frente, saí da Viação Boa Esperança, em 1982, rumo à Viação Brasília. No início de 1983, fiz minha matrícula na Faculdade, período em que já transportava alunos para a faculdade no Crato [na Viação Brasília] e aproveitava também para estudar. Já no quarto semestre do curso, fui chamado pela direção da empresa, que me deu uma notícia nada agradável: deixar a Viação Brasília e passar para a Viação Rio Negro, pertencente ao mesmo grupo empresarial. Na Viação Rio Negro, eu teria que viajar todas as noites para Fortaleza. Prontamente, disse não à proposta, pois achei indecente, imoral e discriminatória. E assim, fui demitido em 20 de outubro de 1984, mesmo sendo membro da Comissão de Prevenção de Acidentes (CIPA). A partir desse dia, encerrei minha carreira de motorista profissional (Bulhões, 2021, p. 27-28).

Mas, como Roberto Bulhões foi parar no jornalismo? Compreendemos que a única ligação de Roberto Bulhões com a comunicação ocorreu durante a sua adolescência, na década de 1960, quando frequentava emissoras de rádios na capital potiguar. Após esse período, não houve qualquer envolvimento, seja profissional ou por interesse pessoal, com a comunicação. Afinal, como mencionado, a sua trajetória profissional esteve ligada à atuação como motorista de ônibus de viagem e ao serviço no Exército. No entanto, a partir de 1985, houve uma nova reviravolta em sua carreira, marcando a sua entrada no mundo do jornalismo.

4.1.2 De motorista a comunicador: os caminhos que o levaram até a TV

A virada profissional na vida de Roberto Bulhões aconteceu na década de 1980. Com o fim de sua atuação como motorista, ele precisou buscar outra forma de sustentar a família. Foi nesse contexto que ocorreu a transição do motorista para comunicador. No entanto, essa mudança foi acompanhada por outras experiências profissionais, como o seu trabalho como professor no Colégio Paraíso e na Escola de Segundo Grau Padre Francisco Murilo de Sá Barreto, conhecida como “O Murilão”, em Juazeiro do Norte.

No campo da comunicação, Roberto Bulhões conta que a sua trajetória começou no jornal *O Povo*, em Fortaleza, entre 1984 e 1985. Em sua autobiografia (2021), ele explica que iniciou a sua carreira como correspondente no Cariri cearense, com a ajuda do jornalista Edvar Costa. Segundo ele, “[...] não ganhava nada, mas bastou uma matéria importante – a ‘Chacina do Panorama Hotel’ – para que fosse contratado pelo jornal, recebendo um salário mínimo por mês” (Bulhões, 2021, p. 29).

A sua atuação como correspondente no Cariri cearense para o jornal *O Povo* proporcionou um dos momentos mais marcantes de sua carreira, ao conseguir um grande furo jornalístico. Em 1986, José Andrade Souza, funcionário do Banco do Brasil, a sua esposa, Sônia, e os seus dois filhos pequenos foram sequestrados na noite de 28 de dezembro por dois assaltantes, André e Raimundo, que invadiram a casa do bancário e fizeram a família refém na cidade de Juazeiro, na Bahia (*Jornal do Brasil*, 1986). No dia seguinte, 29 de dezembro, os

reféns foram libertados em um posto rodoviário no Ceará, entre as cidades de Barbalha e Juazeiro do Norte. Enquanto se dirigia à delegacia de polícia em Juazeiro do Norte para acompanhar as ocorrências, Roberto Bulhões foi informado sobre o sequestro e a libertação dos reféns.

Ao chegar no posto rodoviário, percebi uma pessoa malvestida, assustada e ainda trêmula, sentada ao lado de dois policiais. Era o bispo baiano que tinha sido libertado [...]. De máquina fotográfica em punho, consegui umas 15 fotos, entrevistei o bispo e segui para a cidade do Barro, interior do Ceará, para enviar o filme ao Jornal *O Povo*, em Fortaleza. [...] No dia seguinte, a matéria saiu na primeira página, com fotos, todas feitas por mim (Bulhões, 2021, p. 32).

Com essa matéria, Roberto Bulhões chamou a atenção do jornal concorrente, o *Diário do Nordeste*, também sediado em Fortaleza-CE. Segundo ele, “*O Diário do Nordeste* estava em ascensão e me chamou, com uma proposta duas vezes maior do que eu ganhava no *O Povo*” (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Em sua autobiografia, Roberto Bulhões detalha essa mudança de jornal:

No início de 1987, estava indo tudo bem na área jornalística, quando surgiu a proposta de contratação para o Jornal *Diário do Nordeste*, do Sistema Verdes Mares de Comunicação. O convite veio através do jornalista Antônio Vicelmo, que trabalhava em Crato. A solicitação foi do diretor de jornalismo Francisco Bilas. Em 29 de janeiro [de 1987], eu e Vicelmo viajamos pela Varig até Fortaleza, a fim de acertar os termos do contrato do jornal. ao saber que meu salário no *O Povo* era apenas um salário mínimo, Bilas me propôs o piso salarial de Repórter do Setor, uma média de dois salários mínimos e meio. Dia 1º de fevereiro de 1987, fui efetivado no *Diário do Nordeste*, onde permaneci até o dia 7 de outubro de 1986 (Bulhões, 2021, p. 33).

Em entrevista para esta pesquisa, Roberto Bulhões explicou que ser repórter não era apenas um desejo, mas uma verdadeira obrigação para ele (2024). O seu aprendizado ocorreu totalmente na prática, já que ele não possuía formação acadêmica na área de comunicação, jornalismo ou radialismo. Isso era comum na região do Cariri cearense, onde o primeiro curso de graduação em Jornalismo só foi implantado em 2010, com a expansão da Universidade Federal do Ceará – Campus Cariri, atual Universidade Federal do Cariri, desde 5 de junho de 2013.

Figura 20 – Roberto Bulhões no jornal Diário do Nordeste no Ceará



Fonte: Acervo pessoal Roberto Bulhões (2026).

No entanto, a experiência de Roberto Bulhões como repórter no jornal *O Povo* permitiu que ele conseguisse o registro provisório de jornalista junto à Delegacia Regional do Trabalho (DRT-CE), sob o número 170117. Assim, em 30 de março de 1987, ele iniciou a sua trajetória no jornal *Diário do Nordeste*. Entre 1987 e 1996, atuou como correspondente do Cariri cearense, contribuindo com diversas reportagens. Entretanto,

Como vinha há um bom tempo querendo deixar o *Diário do Nordeste*, soube que seria demitido facilmente se entrasse para a política. Não deu outra, lancei minha candidatura a vereador pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), mesmo sabendo que dificilmente seria eleito. Consegui pouco mais de 300 votos nas urnas, o que não me decepcionou. Passada a refrega eleitoral, recebi o aviso prévio do jornal e fui demitido como era esperado (Bulhões, 2021, p. 45).

Um dos motivos que levaram Roberto Bulhões a deixar o jornal *Diário do Nordeste* foi a criação de sua própria empresa de filmagem, fotografia e publicidade, a Bulhões Produções, em 1996. Além disso, ele já havia ingressado no mundo da televisão. A sua trajetória na TV começou na TV Ceará, por intermédio de Silvino Neves, que o levou ao programa *Ceará Caboclo*, apresentado na época pelo radialista e comunicador Carneiro Portela. Desse modo, a sua estreia na televisão ocorreu em 1985, quando passou a atuar como correspondente no Cariri cearense, produzindo reportagens na área policial.

No Programa Ceará Caboclo, que colaborei todos os domingos e, aos poucos, fui ficando conhecido na cidade do Padre Cícero e outras cidades da região. Sempre que podia participava de programas nas rádios locais: Progresso, Iracema e Vale AM. Foi o rádio Estevão Rodrigues, de saudosa memória, um dos primeiros a acreditar no meu

potencial. Estevão comandava um programa na Rádio Vale do Cariri, no qual eu fazia algumas participações (Bulhões, 2021, p. 31).

A seguir, ele detalha como foi a sua primeira experiência na televisão cearense na década de 1980:

Surgiu a oportunidade de ir lá na TVC, através de Silvino Neves, que é o cara da TV Ceará. Como eu estava financeiramente apertado, eu ficava no apartamento do Silvino Neves. Então, aí um dia ele disse: “Bulhões, tu tem camisa manga longa?”. Eu digo: “Eu vou ali comprar uma”. Ele: “Compre uma para ir lá na casa do governador. No final do ano agora vai ter um jantar para a imprensa e tu vai comigo”. Eu arrumei a camisa, mais ou menos e fui para lá, na casa do Gonzaga Mota. Lá, como ele conhecia o Carneiro Portela... Foi aí que comecei a ir para a TV Ceará. E sempre estava indo para Fortaleza. Ele evou o meu número para a TV Ceará... E fazia participação por telefone. Todo domingo eu fazia participação por telefone ao vivo. Foi minha primeira experiência com TV. Primeiro eu fui lá, apareci lá ao vivo. Algumas vezes ao vivo. Depois eu fiz uma matéria... Eu fiz e mandei e eles botaram no ar (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Ao relembrar sua chegada à televisão cearense, Roberto Bulhões detalhou um pouco mais sobre essa primeira experiência:

Eu não tinha um programa. Eu ia para lá participar no domingo. Estava lá e tal. Ele dizia: “Aqui é meu amigo, o Roberto Bulhões lá de Juazeiro do Norte, jornalista e tal, porque eu já era do [jornal Diário do] Povo. Já fazia matéria para o *Jornal O Povo*. É tanto que depois do *Jornal O Povo*, que eu comecei a dar umas pegadas seguras em matéria boa, eu fui para o [jornal] *Diário do Nordeste* (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Após a sua passagem pelos jornais cearenses *O Povo* e *Diário do Nordeste*, além de sua breve experiência na TV Ceará, Roberto Bulhões decidiu seguir seu grande sonho: trabalhar na televisão de forma contínua. Esse momento decisivo aconteceu não em uma emissora local ou regional, mas em uma rede de alcance nacional: o SBT, no renomado telejornal *Aqui Agora*, um dos programas jornalísticos mais marcantes da década de 1990.

4.1.3 O telejornalismo “mundo cão” dos anos 1990: o *Aqui Agora* do SBT

A primeira experiência profissional de Roberto Bulhões em uma emissora de televisão nacional foi em 1991, quando ele iniciou a sua trajetória no SBT, no programa telejornalístico *Aqui Agora* (1991-1997), conhecido por seu viés sensacionalista, frequentemente classificado como um exemplo de “jornalismo mundo cão”. De acordo com Stycer (2023), esse tipo de jornalismo caracteriza-se pela exibição de conteúdos como cirurgias ao vivo, brigas de vizinhos, médiuns demonstrando habilidades, um homem que afirmava estar grávido, ceias para pessoas em situação de rua, além de confusões e casos policiais. Nesse sentido, Sacramento e Roxo (2015) destacam que o “jornalismo mundo cão” emprega

estratégias discursivas e imagéticas que aproximam o senso comum das massas populares do noticiário policial tradicional, enfatizando tanto o aspecto fantástico quanto as mazelas da vida urbana⁶⁸.

Figura 21 – Coberturas jornalísticas para o *Aqui Agora* no SBT



Fonte: Acervo pessoal Roberto Bulhões (2026).

Para compreender a trajetória de Roberto Bulhões na televisão nacional, assim como a representação nordestina em um modelo específico de telejornalismo, é essencial voltar no tempo e analisar a formação da cultura e da televisão brasileira, especialmente entre as décadas de 1970 e 1990. O programa *Aqui Agora*, do SBT, tem sua origem na ideia desenvolvida anteriormente pela Rede Tupi do Rio de Janeiro, com o programa *Aqui e Agora*, lançado em 4 de junho de 1979 (Roxo, 2010).

O programa tinha quatro horas de duração, era classificado como ‘de cobertura jornalística ao vivo’ e destinado aos que ‘desejavam passar a tarde bem informados’. Seu objetivo era ‘retratar a vida diária da cidade’ e produzir ‘notícias interessantes’ de todos os lugares do Rio de Janeiro para o ‘esclarecimento do público’, bem como ‘sugerir soluções para os problemas da cidade’ (Roxo, 2010, p. 180).

A equipe do *Aqui e Agora*, da Tupi, era composta por figuras conhecidas. O diretor Wilton Franco havia trabalhado na Rádio Nacional, onde apresentou o programa *Balança Mais Não Cai*⁶⁹, enquanto Wagner Montes atuava como repórter policial, vindo do programa de Paulo Barbosa na TV Tupi. O elenco também incluía Teresa Fernandes, Rejane Goulart, Eliane Matos, Ary Soares, Fernando Leite Mendes e Eliza Fernandes. Ainda de acordo com Roxo (2010), a força dessa primeira versão do *Aqui e Agora* residia no imprevisto e em seu caráter místico, que refletia a visão de mundo dos grupos socialmente dominados. Sua estrutura era simples: o diretor, Wilton Franco, colocava no ar:

⁶⁸ No contexto atual, esses programas ainda continuam presentes na grade de programa da televisão aberta (seja em rede nacional ou locais/regionais), a exemplo de programais como: Balanço Geral e Cidade Alerta (Record) e Brasil Urgente (Band).

⁶⁹ Foi um programa humorístico brasileiro criado por Max Nunes e Paulo Gracindo na Rádio Nacional do Rio de Janeiro na década de 1950. O programa migrou para a TV Globo em 1968.

Somente casos com finais potencialmente dramáticos [...]. Mas isso só acontecia após passarem pelo crivo das estagiárias, que faziam uma espécie de primeira ‘triagem’, e, posteriormente, pelo diretor, que avaliava o grau de ‘noticiabilidade’ de cada caso antes de encaminhá-lo para o auditório (Roxo, 2010, p. 182).

Em 1980, o presidente João Baptista de Oliveira Figueiredo⁷⁰ (1979-1985) cassou a concessão da TV Tupi, que já enfrentava uma grave crise nos últimos anos. Com o encerramento da emissora, Roxo (2010) explica que surgiram duas novas redes de televisão: a TV Studios Silvio Santos (TVS) e a TV Manchete, de Adolpho Bloch. Nesse contexto, o *Aqui e Agora* mudou de emissora, passando a se chamar *O Povo na TV* e sendo produzido nos estúdios cariocas do recém-criado Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

Além desse programa, o estilo conhecido como “mundo-cão” já estava presente na programação televisiva desde a década de 1960. Programas como *002 Contra o Crime e Polícia às Suas Ordens* (Excelsior, 1965-1966), *Patrulha da Cidade* (Tupi, 1965), *Plantão Policial Canal 13* (TV Rio, 1965-1966), *A Cidade Contra o Crime*, *Longras 004* e *O Homem do Sapato Branco* (TV Globo, 1966-1968) foram precursores desse formato na televisão brasileira (Wanderley, 1995, p. 82). Esses programas seguiam uma estética informal, conduzidos por apresentadores carismáticos, mas também geravam fortes reações de setores da sociedade civil (Sacramento; Roxo, 2015).

Figura 22 – Roberto Bulhões no programa *Aqui Agora* no SBT



Fonte: Acervo pessoal Roberto Bulhões (2026).

Dentre os programas mencionados, um dos mais famosos e lembrados foi *O Homem do Sapato Branco*, apresentado por Jacinto Figueira Júnior. Segundo Stycer (2023), Jacinto estreou como apresentador no programa *Um Fato em Foco* e, posteriormente, comandou *O Homem do Sapato Branco* na TV Cultura. Ele foi acusado de promover um verdadeiro “show

⁷⁰ Sendo o 30º presidente do Brasil, João Figueiredo foi o último presente no período da ditadura militar brasileira (1964-1985).

de horrores”, exibindo criminosos algemados no palco. Além da TV Cultura, Jacinto passou por diversas emissoras brasileiras, como TV Globo, Record, Bandeirantes e SBT.

Ao analisarem a televisão brasileira dos anos 1990, Brittos e Simões (2010, p. 231) destacam a intensificação da concorrência. Segundo os autores, “A disputa pela audiência, diante do maior número de emissoras e redes e da migração progressiva para a televisão fechada dos estratos socioeconômicos mais elevados, levou à queda na qualidade da programação, proliferando a exploração humana”. Foi nesse contexto que surgiram programas como *Aqui Agora*, no SBT, marcados pela exploração sensacionalista de tragédias e dramas pessoais.

A exploração humana na televisão aberta, no entanto, não se restringiu aos programas jornalísticos. Outras atrações e emissoras adotaram formatos semelhantes na busca por ampliar a audiência. Exemplo disso foi a sexualização dos corpos femininos em quadros populares, como a *Banheira do Gugu*, exibido nas tardes de domingo no programa *Domingo Legal*, apresentado por Augusto Liberato (1959-2019), mais conhecido como Gugu. Na TV Globo, o *Domingão do Faustão*, comandado por Fausto Silva (1950-presente), investiu em atrações como o polêmico quadro *Sushi Erótico*. Conforme Castro (2019, online), em reportagem para o portal *Notícias da TV*:

O ano de 1997 ficou marcado pelo baixo nível das atrações das tardes de domingo, especialmente depois da ida do Domingo Legal, do SBT, para o mesmo horário do [programa] *Domingão do Faustão*, da Globo. Em 26 de outubro daquele ano, Fausto Silva exibiu o famigerado sushi erótico e deixou chocado Roberto Marinho (1904-2003), proprietário da emissora [...]. Apareceram três modelos nuas, cobertas apenas por iguarias da culinária japonesa. Os sushis foram devorados por Márcio Garcia, Mateus Rocha e Oscar Magrini, que ainda fizeram comentários sobre a anatomia das moças.

Além disso, a programação da época também incluía o quadro *Teste de DNA*, do *Programa do Ratinho*, no SBT, que levava pessoas ao palco para revelar a paternidade em meio a um espetáculo sensacionalista. Paralelamente, a televisão brasileira apresentava ao público personagens icônicas, como Tiazinha (Suzana Alves) e Feiticeira (Joana Prado), no extinto *Programa H* (1996-2002), comandado por Luciano Huck na TV Bandeirantes. Essas figuras femininas seminuas eram exploradas como estratégia para alavancar a audiência do programa.

Diante desse contexto, fica evidente que a existência do *Aqui Agora* estava alinhada com a busca incessante por audiência, refletindo o lema não oficial da televisão comercial: “tudo pela audiência”. E além disso, demonstrava o que era fazer TV nos anos 1990, no Brasil. Assim, a exploração sensacionalista de histórias humanas também se tornou a porta de entrada de Roberto Bulhões na televisão em rede nacional.

Figura 23 – Ivo Morganti e Christina Rocha no *Aqui Agora* do SBT em 1990



Fonte: site Na Telinha (2021).

Mas, como ocorreu a sua chegada ao SBT? Segundo o seu relato autobiográfico (2021), no dia 21 de outubro de 1991, ele (Roberto Bulhões) visitou os estúdios do SBT para conversar com Felisberto Duarte (1937-2008), conhecido como Feliz – humorista e apresentador, famoso por ter sido o “Homem do Tempo” no *Aqui Agora*. Antes disso, Roberto Bulhões e Feliz haviam conversado por telefone, e o apresentador o convidou para conhecer os estúdios do SBT na Vila Guilherme, zona norte de São Paulo. Durante a visita, Roberto Bulhões foi apresentado a Lúcia Costa, coordenadora de rede do SBT. Ao mencionar que residia em “Juazeiro do Padre Cícero” e trabalhava com jornalismo no Ceará, Lúcia sugeriu que ele produzisse algumas imagens para o SBT, especialmente para o *Aqui Agora*.

Não deu outra. Ao lado do amigo Roberto Santana, iniciei uma série de matérias com imagens para o *Aqui Agora*, que teve ainda a colaboração de Miguel Pereira, Bulhões Júnior, Yório Bulhões e Carlos Bezerra. De 1991 até o *Aqui Agora* sair do ar, não sei mensurar a quantidade de matérias que fizemos e que foram ao ar pelo SBT (Bulhões, 2021, p. 42).

Em seu canal no YouTube, Roberto Bulhões disponibilizou algumas das reportagens que realizou para o programa do SBT. Entre elas, destacam-se a primeira visita da dupla Leandro & Leonardo na Colina do Horto, em Juazeiro do Norte.

Figura 24 – Entrevista com a dupla Leandro & Leonardo em Juazeiro do Norte



Foto: Arquivo pessoal Roberto Bulhões (2026).

Além disso, Roberto Bulhões foi o responsável por uma das primeiras entrevistas televisivas do cantor cearense Falcão, antes da fama; e a curiosa história de um homem conhecido como o “He-Man do Nordeste”, que desafiava vários adversários ao mesmo tempo em combates.

Figura 25 – Reportagens feitas para o *Aqui, Agora* no Nordeste⁷¹



Fonte: Captura da tela do canal do *YouTube* de Roberto Bulhões (2026).

Embora nosso objetivo não seja a análise desse material audiovisual, é possível observar que as reportagens produzidas por Roberto Bulhões apresentavam um Nordeste exótico, bizarro e estereotipado. Esse olhar não apenas dialogava com a linha editorial do *Aqui Agora*, como já apontado, mas também refletia a própria construção televisiva da década de 1990, em que o Brasil – especialmente o Norte e o Nordeste – era representado na TV por meio de suas peculiaridades e exotismos. Essa concepção de produção televisiva, ainda presente na mídia brasileira, parece ter funcionado como uma espécie de “escola” para Roberto.

Para Roberto Bulhões (2024), “O que o povo quer ver na televisão é alegria” – uma frase que resume a proposta da TV Padre Cícero. Com base nas contribuições de Albuquerque

⁷¹ As reportagens completas estão disponíveis em: <https://www.youtube.com/@jnbulhoes>. Acesso em: 31 jan. 2025.

Júnior (2011), podemos entender que a televisão, ao longo da história, consolidou determinados territórios como pontos de referência, a exemplo da região Sudeste, com destaque para São Paulo e Rio de Janeiro. Dessa forma, outras realidades, como a do Nordeste brasileiro, foram “vendidas” e transmitidas na TV por meio de suas diferenças, peculiaridades e supostas bizarrices, frequentemente associadas ao atraso, ao arcaico e à imitação: “[...] marcadas com o rótulo do atraso, do arcaico, da imitação [...]” (Albuquerque Júnior, 2011, p. 54).

Durante a sua passagem pelo SBT, Roberto Bulhões relatou ter convivido com renomados jornalistas, especialmente entre os anos 1990 e o início dos anos 2000, como Gerson de Sousa, Sérgio Frias, Carlos Cavalcanti, Gil Gomes, Herbert de Sousa, Celso Russomanno e Magdalena Bonfiglioli. Além das reportagens sobre o Nordeste, os arquivos de imagem disponíveis no canal de Roberto Bulhões no YouTube registram aspectos culturais e tradicionais da região, como a Missa do Padre Cícero – realizada e transmitida até hoje no dia 20 de cada mês –, a Festa de Vaquejada e a trilha percorrida pelos pagadores de promessas que vão ao Juazeiro do Norte até o Santo Sepulcro, na Colina do Horto.

Figura 26 – Reportagens feitas para o *Aqui, Agora* em Juazeiro do Norte⁷²



Fonte: *Printscreen* da tela do canal do *YouTube* de Roberto Bulhões (2026).

A partir da análise desses dados, compreendemos que a experiência de Roberto Bulhões no SBT foi fundamental para a sua trajetória profissional na comunicação e televisão. Após deixar a emissora com o fim do *Aqui Agora*, ele fundou a sua própria empresa de televisão: a TV Padre Cícero, em 1999. Surgiu, assim, a primeira experiência televisiva pioneira em Juazeiro do Norte – uma emissora local com o propósito de retratar e transmitir a paisagem do sul cearense para a televisão.

Na figura abaixo, foi possível ter acesso a outra reportagens produzidas por Roberto Bulhões em Juazeiro do Norte. De um lado, temos uma cobertura realizada no Balneário do

⁷² As reportagens completas estão disponíveis em: <https://www.youtube.com/@jnbulhoes>. Acesso em: 31 jan. 2025.

Caldas, no município de Barbalha-CE. Do outro, a cobertura feita no aeroporto de Juazeiro do Norte sobre o Balão da Nasa.

Figura 27 – Outras reportagens feitas para o *Aqui Agora* em Juazeiro do Norte



Foto: Arquivo pessoal Roberto Bulhões (2026).

Contudo, antes mesmo de fundar a TV Padre Cícero, Roberto Bulhões e sua família já haviam iniciado uma jornada no setor audiovisual. Poucos anos antes da extinção do *Aqui Agora*, eles criaram uma produtora de fotografia e filmagem, a Bulhões Produções – iniciativa já mencionada e que será detalhada a seguir.

4.1.4 A produtora audiovisual: a porta de entrada para a criação da TV

A Bulhões Produções, produtora de filmagem, fotografia e publicidade fundada em 1996, também surgiu no ambiente familiar. Conforme Roberto Bulhões registrou em sua autobiografia: “O sonho de ter meu próprio negócio começou no dia seguinte à minha demissão do *Diário do Nordeste*. Em minha residência, reservei um espaço para o escritório e criei uma empresa de filmagem, fotografia e publicidade” (Bulhões, 2021, p. 45).

Figura 28 – Identidade visual da produtora



Fonte: Arquivo TV Padre Cícero (2026).

A fundação da produtora no espaço doméstico evidencia como esse ambiente foi (e continua sendo) fundamental para a história da família e para a criação da TV, também de cunho familiar, em 1999. Para compreender a história da produtora, ouvimos o relato de Roberto Bulhões Júnior (2024, entrevista):

Primeiro, meu pai era jornalista. Jornalista e radialista, fazia programa de rádio, fazia participação em programas de rádio também. E aí, o que aconteceu? Como [ele] começou a fazer reportage, nessa época não era comum ter câmera de vídeo, nem câmera fotográfica. Com muito custo conseguimos comprar uma câmera de vídeo e as pessoas começaram a chamar a gente para fazer evento social: casamento, batizado, aniversário para poder registrar isso. Nós começamos a registrar isso: casamento e eventos sociais. Daí veio os comerciais. Comerciais que eu já não peguei tanto, quem pegou foi meu irmão, a parte comerciais, TV, essas coisas. E foi daí que surgiu a produtora fazer as coisas, documentárias.

Roberto Bulhões também nos deu outros detalhes sobre a criação da produtora:

[...] em 1996, eu comecei a minha produtora, a Bulhões Produções e tal. E já fazemos eventos, casamentos, batizados, essas coisas, os eventos sociais. Começou em família. Eu e meu filho [o Bulhões Júnior]. Meu filho vai para São Paulo para o SBT, o outro filho assume [Yório]. E tem mais dois rapazes que trabalham comigo aqui [Carlinhos e o Reginaldo], que começaram também nesse período, né? Ajudando na filmagem, na fotografia. Eu ajudando também nas fotografias (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Nas entrevistas realizadas com os filhos de Roberto Bulhões (Roberto Bulhões Júnior e Yório Bulhões) foi possível compreender melhor o surgimento da produtora, que inicialmente recebeu o nome RBJ (Roberto Bulhões Júnior), conforme explicou Roberto Bulhões Júnior. Ao falar sobre a origem da produtora, Yório Bulhões apresentou outra interpretação para o nome inicial da empresa: “Começou na produtora, que antigamente era a RBJ, que era Roberto Bulhões Júnior ou Roberto Bulhões Juazeiro, não tinha definição” (Yório Bulhões, 2024, entrevista). Entretanto, a Bulhões Produções tornou-se o nome oficial da produtora, que passou a ser gerenciada por sua esposa, Antonia Pequena Neta.

Com os filhos já trabalhando como cinegrafistas para o ‘Aqui Agora’, adquiri uma máquina fotográfica de boa qualidade e coloquei minha esposa num curso de fotografia. Nascia a Bulhões Produções, que até hoje funciona em família, realizando seus trabalhos normalmente (Bulhões, 2021, p. 45).

Aliás, o eixo familiar não se restringe apenas aos laços sanguíneos dos Bulhões. A partir das entrevistas realizadas com colaboradores da produtora e da televisão – que permanecem desde a década de 1990 –, compreendemos que essa família se expandiu com a chegada de vizinhos que se tornaram amigos e parceiros no sonho de Roberto Bulhões de fundar uma TV.

Os dois colaboradores mais antigos, Carlos Bezerra (Carlinhos) e Reginaldo Arraes, eram vizinhos e amigos dos filhos de Roberto Bulhões. A presença de Carlos Bezerra e Reginaldo Arraes foi fundamental para o desenvolvimento e a ampliação da produtora, assim como a de seus dois filhos. Com mais experiência, Roberto Bulhões Júnior e Yório Bulhões ensinaram e dividiram funções com Carlos Bezerra e Reginaldo Arraes, que não tinham vivência prévia no universo do audiovisual.

Figura 29 - Carlos Bezerra



Fonte: Instagram da TV Padre Cícero (2024).

Pouco tempo depois do início da produtora, Roberto Bulhões Júnior foi trabalhar como cinegrafista no SBT, em São Paulo. Com isso, a gestão da produtora ficou sob a responsabilidade de Roberto Bulhões e de seu outro filho, Yório Bulhões. Inicialmente formada essencialmente por familiares, a equipe da produtora cresceu aos poucos, mas não de maneira planejada, como narram os próprios envolvidos. A entrada de Carlos Bezerra, por exemplo, não fazia parte de seus planos, especialmente porque ele não tinha familiaridade ou experiência com filmagem, câmeras e outros aspectos técnicos.

Assim, eu comecei aqui, eu trabalhava na eletrônica. Com o conserto de equipamento e essas coisas. Eu sempre morei aqui próximo, aí vinha e estava aqui. Conhecia o [Bulhões] Júnior, o Yório, amigo deles de brincar aqui na rua. E comecei a trabalhar na eletrônica. Quando tinha alguma coisa pra consertar, na época era videocassete, ar-condicionado ninguém usava muito, tinha que ser ventilador, aquelas coisas. A gente sempre dava uma ajustadazinha pra funcionar. E, na época, essas coisas do Paraguai começou a surgir esses rádios... Aí ficou tudo descartável. Se você tinha um rádio, mandava consertar (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

A presença de Carlos Bezerra na produtora tornou-se cada vez mais constante:

Depois que surgiu esse, dava problema e já descartava. O setor de eletrônica começou a ficar mais fraco. Como eu estava sempre aqui, surgiu uma oportunidade. O Bulhões Júnior me chamou pra ajudar ele iluminando. Porque eu também não entendia muita coisa. E fui auxiliar, uma luz com 150 metros de extensão na mão. Nessa primeira vez, acho que eu passei uns 4 dias com ele, gravando um documentário lá em Jardim, aqui no Ceará. Na mesma época o Bulhões já trabalhava para o Aqui Agora. E a gente também ajudando com Aqui Agora. E fiquei por aqui. Quando aparecia um evento [da Bulhões Produções], como casamento e essas coisas, aí comecei a fazer. Ajudando, auxiliando. Extensão, fio, essas coisas. Como eu entendia coisa de eletrônica, ligação, tudo eu sabia fazer. Tinha as reportagens do Aqui Agora e os eventos da Bulhões Produções. Eu sempre fui ajudado. Na reportagem, Yório filmava e o Bulhões Júnior já estava na transição para São Paulo. E o Yório assumiu fazendo câmera, ele já sabia. E eu ajudando ele. E fui ali aprender um pouquinho alguma coisa. Acontecia, às vezes, da gente está em um evento e surgir uma reportagem. [o Yório dizia]: “Fica aí. Vai fazendo aí o que tu sabe”. Até ele fazer a reportagem [para a TV] e voltar. Aí fui aprendendo (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

O caso de Reginaldo Arraes é semelhante ao de Carlos Bezerra. No entanto, enquanto Carlos Bezerra tinha experiência com o ramo da eletrônica, Reginaldo Arraes trabalhava com o pai no ramo da construção civil.

[...] eu venho de uma família que meus pais, toda a minha família praticamente trabalha no ramo da construção civil. É pintura, é pedreiro. E nos anos 1997, 1996, meu primo já aqui [trabalhando na Bulhões Produções], o irmão do Carlinhos, o Livonio, era uma época de muito evento, muita coisa, e se usava muito auxiliar para puxar os cabos. E a gente já precisando ganhar alguma coisa, e ele me chamou para auxiliar. Coisa pequena, batizado, uma coisa. Beleza, eu vim, a gente pegava o equipamento, saía, não tinha muito contato aqui dentro. Foi a primeira experiência, só peguei, fui para o evento e voltei (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Ao deixar o trabalho ao lado do pai, Reginaldo Arraes passou a se envolver mais ativamente na produtora. O seu relato revela que, assim como Carlos Bezerra, ele também tinha curiosidade em aprender a operar uma câmera de vídeo.

Figura 30 – Reginaldo Arraes como cinegrafista da TV Padre Cícero



Fonte: Arquivo TV Padre Cícero (2026).

Além da filmagem, começou a demonstrar interesse pelo processo de edição de vídeo.

E isso, dois, três eventos que eu vim, eu já percebi o movimento, da produtora, aquela coisa e tudo. E comecei a me interessar mais, né? E eu via o Yório [filho do Roberto Bulhões] editando. O Yório ficava na salinha e eu ficava vendo ele editando aquele monte de vídeo cassete, que era vídeo cassete, né? Eu botava de um, botava uma fita aqui, saía dali. E eu disse, rapaz, quando eu tiver uma folga eu vou vir para cá. E eu vinha para cá. Ficava ali... E [vendo] ele editando lá e eu aqui olhando (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Nesse momento inicial, Reginaldo Arraes também desempenhava outras funções, como ele próprio explicou. Além disso, ele contou como surgiu sua primeira oportunidade de aprender a editar um vídeo.

Nesse primeiro momento, às vezes também quando precisava pintar aqui, aí eu vinha pintar. Mas era eu pintando e de olho lá, né? Até que... Isso lá para 1997, um certo dia, o Yório viajou, e eu já tinha visto ele editando muitas vezes, e estavam os eventos acumulando. E o Bulhão já confiava em mim, a gente já tinha um conhecimento de eventos e tudo. E eu peguei e disse: “Eu consigo fazer isso aí”. Peguei, liguei, aí fiz um batizado. O batizado que eu fui auxiliar, eu fiz e editei. Entreguei na mão do Bulhões e ele disse: “O que é isso aí?”. Eu digo: “É o batizado que eu fiz”. E ele disse: “Yório te ensinou a ligar isso aí?”. Eu disse: “Não”. Ele: “Foi mesmo?”. Eu disse: “Foi”. Ele disse: “Pois, bota aí para eu ver”. Eu dei play. Quando ele assistiu, disse: “Pronto, pois você vai ficar fazendo”. Oxe, eu fiquei numa alegria tão grande. Eu desci daqui, meus pais moravam aqui perto. Fui lá, cheguei para o meu pai e disse: “Pai, não vou mais auxiliar o senhor na pintura”. Ele: “Como assim?” Eu disse, “Eu vou trabalhar lá na Bulhões Produções”. Ele: “Mas você não tem curso, vai fazer como?”. Eu disse: “Mas, ele disse que eu aprendo”. Eu vim e fiquei. Eu fiquei editando. Passou-se uns 15 dias, o Yório voltou. Aí quando ele voltou, ele mandou eu fazer um [vídeo editado]. Eu fazendo, todo me tremendo, e ele olhando. Ele disse: “Oxe! Tá fazendo melhor do que eu”. E daí comecei. Comecei a editar (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Nesse período, Roberto Bulhões trabalhava para o *Aqui Agora*, e os investimentos em equipamentos eram voltados à produção de reportagens enviadas ao SBT. E os aparelhos eram adquiridos em São Paulo.

Eu comprava sempre em São Paulo, sempre. Eu comprei em uma empresa chamada Merlin Vídeo, ainda hoje [existe]. Eu ligava para lá e sempre comprava, porque eu conheci lá. Então, algumas vezes eu fui buscar realmente, fui buscar iluminador. Uma vez que eu estava em São Paulo, eu trouxe o iluminador, trouxe um bocado de coisa, aproveitando a viagem. Então, as câmeras eu sempre compro lá. Ainda hoje eu compro na mesma empresa. Era Magic Vídeos, depois passou para Merlin Vídeos. Hoje essa empresa existe e ela nem atende ainda com equipamentos (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Além de serem utilizados nas reportagens, os equipamentos foram fundamentais para o início da produtora. Com o crescimento da empresa e o aumento da demanda, novos recursos foram adquiridos e atualizados. O surgimento da produtora também nos levou a refletir sobre o processo de operacionalização da televisão, como veremos adiante. Ao contar sobre sua

entrada na produtora e seu aprendizado como cinegrafista e editor, Yório Bulhões nos forneceu informações valiosas.

No dia a dia, na produtora, na convivência. Então eu comecei como cinegrafista. Aliás, comecei como auxiliar, segurando luz, chamava o pau de luz. Aí logo depois eu comecei a filmar. A gente aprendeu a filmar. Tive que aprender a editar também pra dar de conta. Que além da parte de jornalismo, nós tínhamos também a parte de eventos sociais. A gente gravava casamento, batizado. Dizem até uma lenda, uma frase que a gente usa aqui: “De nascer até morrer a gente faz tudo”. Então pode gravar um parto, pode gravar um velório, né? Com a empresa de registro de eventos que a gente tinha (Yório Bulhões, 2024, entrevista).

Essa ideia de que todos fazem tudo é uma constante nos relatos dos entrevistados. Por um lado, trata-se de uma empresa pequena, com poucos colaboradores e recursos. Por outro, podemos entender que, como todos sabem e conseguem executar diferentes funções, as empresas entendem que não há necessidade de investir em uma equipe maior de forma fixa. Outra leitura possível dessa questão é o laço de proximidade e intimidade que se fortaleceu ao longo dos anos entre eles. A partir da trajetória e história de vida do fundador da TV Padre Cícero e da criação da produtora, foi possível registrar uma conjuntura que levou à introdução de Roberto Bulhões na televisão e no telejornalismo, bem como na área de vídeos. As suas vivências e o sonho de ter uma empresa televisiva foram compartilhados com a família e com os colaboradores que participaram da estruturação e do desenvolvimento da televisão.

A passagem pelo SBT, no programa *Aqui Agora*, foi essencial para que Roberto Bulhões adquirisse mais preparo, especialmente no âmbito prático, para criar uma empresa de televisão no sul do Ceará. A experiência com o jornalismo nos jornais *O Povo* e *Diário do Nordeste*, assim como no telejornalismo em rede nacional, foi fundamental para o amadurecimento profissional. Além disso, como já mencionado, o envolvimento familiar foi ampliado na fundação da TV Padre Cícero e utilizado para reforçar um de seus diferenciais: a relação de proximidade entre a equipe e o público. Esse fator pode ser considerado um diferencial da experiência televisiva em Juazeiro do Norte.

A falta de experiência prévia dos colaboradores ou a oportunidade dada para que eles aprendessem um novo ofício pode ser vista como uma “marca” da TV Padre Cícero. Durante as entrevistas, esse tema apareceu com frequência nos relatos dos entrevistados, como apresentaremos a seguir.

[...] aqui, a Bulhões Produções é assim, é de oportunidade. Você não sabe, mas você tem interesse? Vem que, aqui, a oportunidade é toda sua (Ana Luiza Domingos, 2024, entrevista).

Aqui a gente dá a oportunidade, você que faz o show. E se você é bom ou ruim, isso não sou eu que vou dizer, quem vai dizer é o público (Roberto Bulhões Júnior, 2024, entrevista).

Como eu estava sempre aqui, surgiu uma oportunidade. O Bulhões Júnior me chamou pra ajudar ele iluminando. Porque eu também não entendia muita coisa (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

Neste sentido, seguiremos para analisar e compreender o processo de criação da TV Padre, Cícero, a sua estruturação desde os primeiros anos, a programação e a intensificação da condição “familiar” na manutenção dessa primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte.

4.2 TV Padre Cícero: a primeira experiência televisiva local

No dia 23 de março de 1999, a TV Padre Cícero entrou no ar pelo Canal 13. Foi a primeira vez que a população do Crajubar (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha) assistiu a uma transmissão televisiva a partir de uma emissão local. A iniciativa pioneira transmitiu ao vivo a Missa do Padre Cícero, diretamente da Praça do Socorro, localizado ao lado do centro da cidade, dentro das comemorações dos 155 anos de nascimento de Padre Cícero Romão Batista. Dois fatores são fundamentais para compreendermos o surgimento, a existência e a permanência da TV Padre Cícero: de um lado, o foco na transmissão das missas em homenagem ao Padre Cícero; de outro, a exibição ao vivo não apenas de eventos religiosos, mas também de manifestações culturais e festivas da região.

É, no mínimo, intrigante e curioso, refletir sobre o fato de que a primeira experiência televisiva no sul cearense tenha surgido apenas no final dos anos 1990, já no encerramento do século XX. Afinal, a televisão chegou ao Ceará (Fortaleza) em 1960 e, ao longo das décadas seguintes, outras emissoras foram sendo inauguradas, como a TV Verdes Mares (1970), a TV Educativa (1974), a TV Uirapuru (1978) e a TV Manchete (1984), conforme aponta Cunha (2009). Além disso, como já mencionado, a primeira transmissão televisiva em Juazeiro do Norte ocorreu em 1965, e, nos anos seguintes, a televisão foi sendo incorporada ao cotidiano dos caririenses (mas sempre de fora para dentro do território).

Entretanto, foi somente com a implantação da TV Padre Cícero que a região do Cariri cearense passou a ser representada na televisão de forma mais direta, com um olhar interno e de proximidade, de quem fazia parte da cultura, da história e dos costumes locais. Esse aspecto se diferencia significativamente da maneira como, até então, o território caririense era exibido na TV: sob a perspectiva externa, da capital Fortaleza e das empresas midiáticas que apenas realizavam pequenas inserções sobre os acontecimentos do sul do estado. Dessa forma, a seguir, analisaremos o processo de implantação da TV Padre Cícero.

4.2.1 TV Padre Cícero: a TV com o nome do “santo do povo” nordestino

A escolha do nome para a primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte, TV Padre Cícero, soa um tanto óbvia, uma vez que essa figura religiosa é emblemática para a região. Padre Cícero deu nome à ruas, praças, museus, lojas e diversos estabelecimentos que carregam a marca do “Santo do Povo” nordestino. Além disso, a sua imagem, representada em pequenas e grandes estátuas, fotografias, camisetas e outros objetos religiosos, sempre circulou, e continua a circular, pela cidade, com ainda mais intensidade durante as romarias. Especialmente as realizadas no mês de fevereiro (Romaria das Candeias) e setembro (Romaria de Nossa Senhora das Dores).

Uma segunda possibilidade seria o uso da palavra “Juazeiro”, que também está amplamente presente na identidade local, especialmente no comércio. No entanto, sobre a escolha do nome para “batizar” a TV, Roberto Bulhões Júnior (2024, entrevista) explica que:

Ah, mas por que o nome Padre Cícero? Leia sobre Padre Cícero que você vai entender que é o Padre Cícero. Que é um cara muito além de ser padre. Aí quando você entender, ler e perceber isso aí, você vai entender porque é o nome TV Padre Cícero. É o nome de padre, sim. Mas você sabe quem foi o Padre Cícero? O que ele fez? Qual é a história dele? Quando você souber você vai entender o porquê que a TV tem esse nome. E não tem nome mais forte do que esse. Qual o nome colocar? TV Juazeiro? TV Crato? Qual o nome? Não tem, não tem.

Contudo, mesmo diante dessa explicação, não nos surpreende a escolha de um nome tão emblemático para inaugurar a primeira experiência e empresa de televisão de Juazeiro do Norte. Afinal, como destaca Santos (2019, p. 10), “Padre Cícero foi elemento central no processo de formação da cidade de Juazeiro do Norte”. Complementando essa perspectiva sobre sua imagem, Souza e Belizário (2021, p. 170) afirmam que “[...] a perpetuação da imagem do Padre Cícero no imaginário popular cria conexões simbólicas que fortalecem seu legado de fé e devoção”.

A história da TV Padre Cícero tem início em um período de transição na vida profissional de Roberto Bulhões. Com o fim do programa *Aqui Agora* (1991-1997) e sua saída do *Jornal do Cariri* em 1998, ele explicou que, com o surgimento da televisão, deu “[...] início a um projeto inédito e ousado: o de colocar uma emissora de TV aberta em Juazeiro do Norte. Começa o ano de 1999, e a ideia da TV aos poucos vai tomando forma, mas pouca gente acreditava que daria certo” (Bulhões, 2021, p. 48).

A desconfiança quanto ao surgimento de uma empresa local de televisão não nos soa indiferente. Embora Roberto Bulhões e seus filhos já tivessem experiência com as reportagens e transmissões feitas para o SBT e com filmagens realizadas para a produtora de

vídeo, conceber e inaugurar uma empresa televisiva no interior cearense era um grande desafio. Afinal, estamos falando da necessidade de toda uma estrutura física para a operação da emissora, da contratação de mão de obra qualificada e de questões jurídicas, como a obtenção de uma concessão pública para o funcionamento de uma TV. Como nos lembra Mattos (1990, p. 6):

O processo de concessão da televisão brasileira, inicialmente, foi efetivado a partir do favoritismo político. A proliferação de estações de TV começou, entretanto, muito antes do Golpe Militar de 1964, mais precisamente durante a administração do presidente Juscelino Kubitschek, e prolongou-se até o governo da Nova República, de José Sarney. A Constituição de 1988 estabeleceu normas e diretrizes que anulam o critério casuístico utilizado até então.

Entretanto, a presença do Estado, representado pelos líderes políticos, tem exercido uma forte influência na outorga de concessões para emissoras de rádio e televisão, especialmente “[...] devido à dependência dos veículos de massa em relação aos subsídios oficiais” (Mattos, 1990, p. 7). E quando direcionamos essa reflexão para os municípios do interior brasileiro, a força da elite política local, em consonância com o empresariado, tende a ser ainda mais expressiva e potente.

Ainda assim, a descrença de muitos não foi um impedimento para aqueles que acreditavam e investiam na implantação da primeira experiência de televisão local. Essas poucas, mas decisivas pessoas contribuíram para que o projeto se concretizasse. Foi o caso de sua esposa, Antônia, de seus filhos, Roberto Bulhões Júnior e Yório Bulhões, e de colaboradores como Livônio, Carlos Bezerra e Reginaldo Arraes. Também tiveram papel fundamental o amigo e técnico em eletrônica Roberto Santana e o então prefeito de Juazeiro do Norte, Mauro Sampaio (1997-2000), filiado ao Partido Democrático Trabalhista (PDT).

Essa relação entre política, economia e meios de comunicação permeia toda a história da mídia brasileira, e, no contexto de Juazeiro do Norte, não foi diferente. Ao tratar da relação entre televisão e prefeituras, Görgen (2007, p. 1) destaca o papel das retransmissoras de televisão e compreende que:

Caracterizada como um dos esteios do projeto de integração nacional dos governos militares, complementar em solo ao sistema de satélites, a figura da RTV transformou-se em uma das pontas-de-lança do jogo político de formação da opinião pública brasileira ao ampliar e assegurar a penetração da programação das redes nacionais de televisão em 98% do território brasileiro. [...] Essa malha invisível de distribuição de bens simbólicos é mantida até hoje, em parte, graças ao suporte das prefeituras dos pequenos e médios municípios.

No caso da TV Padre Cícero, o estreitamento da relação entre o empresário Roberto Bulhões e o político Mauro Sampaio ocorreu por meio de uma proximidade construída no ambiente de trabalho. Roberto era funcionário público e trabalhava na prefeitura de Juazeiro do Norte. Em qual setor? Ele era responsável pela repetidora da prefeitura. “Como eu trabalhava na prefeitura, eu vivia lá na prefeitura... Eu era funcionário público. Estou aposentado [hoje], mas era lotado na prefeitura e comandava a repetidora. Era minha responsabilidade” (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Essa proximidade com a prefeitura, enquanto espaço de poder, contribuiu para aproximar Roberto Bulhões do então prefeito Mauro Sampaio.

Pai que sempre pensou em televisão, tanto é que ele falou com o Mauro Sampaio, que era o prefeito da cidade. E o Mauro Sampaio teve uma época que estava oferecendo a concessão. Ele estava oferecendo uma concessão, ofereceu inclusive para o pai. Mas, pai sem dinheiro, como é que você bota um negócio sem dinheiro?! E aí, pai não aceitou. [...] Então, ele sempre gostou dessa parte audiovisual e a carência daqui, porque ele sempre falava disso: “Como é que uma região tão rica como essa não ser vista?!” (Roberto Bulhões Júnior, 2024, entrevista).

A primeira tentativa de implantar uma emissora de televisão local ocorreu durante o mandato de Mauro Sampaio, na década de 1980. No entanto, de acordo com Roberto Bulhões (2024), na época ele não tinha condições financeiras para viabilizar o projeto pioneiro em Juazeiro do Norte. Foi somente quase duas décadas depois, que o sonho de possuir sua própria estação de televisão se tornou realidade. Na prática, os anos de experiência com reportagens para o telejornalismo nacional proporcionaram a Roberto Bulhões e a seus filhos o conhecimento necessário para dar esse passo. Mas, se hoje, ao ligarmos a TV, podemos sintonizar na TV Padre Cícero, como explica Yório Bulhões, filho de Roberto, o grande responsável por essa conquista foi seu pai:

Diante do jornalismo, né? Era um desejo dele ter uma televisão, né? Então foi quando ele lutou pra conseguir colocar a TV Padre Cícero no ar. [...] Então, era uma tevezinha simples, né? Meio que de improviso. Mas com uma programação bacana, sempre tentando atender a expectativa do público, né? (Yório Bulhões, 2024, entrevista).

Além disso, o técnico em eletrônica Roberto Santana, que possuía conhecimento na área, foi uma figura essencial para que a ideia da TV Padre Cícero saísse do papel. Para colocar a emissora no ar, os amigos Roberto Bulhões e Roberto Santana viajaram até Aracati, onde funcionava a primeira emissora de televisão do interior cearense: a TV Maré. Conforme o radialista e apresentador Luiz Bilal (2024, entrevista), a TV Maré, Canal 7, foi criada pelo jornalista Tertuliano Siqueira e surgiu em meados de 1998.

O diretor da emissora, o jornalista Tertuliano Siqueira, também era o diretor da rádio FM Canoa. Contudo, apesar de realizar transmissões televisivas, a TV Maré não possuía todas as licenças para o seu pleno funcionamento. Ainda conforme as informações coletadas, o fechamento da emissora ocorreu por questões políticas, não esclarecidas no final dos anos 1990. A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) foi acionada, e os demais órgãos lacraram os equipamentos, pois não havia a certeza de uma concessão educativa ou comercial para o seu funcionamento (Souza, 2023, p. 206).

Com a visita à TV Maré, eles compreenderam não apenas o funcionamento técnico da emissora, mas também os requisitos legais para a solicitação e abertura de uma TV.

Antes de colocar a TV no ar, aí eu soube que tinha a TV Maré, hoje é a TV Sinal, lá em Aracati. Aí, eu e o Roberto Santana saímos daqui de carro e fomos lá na TV Maré. Chegamos lá, o cara mostrou como era, como estava, como funcionava. Tudo direitinho. Aí explicou tudo como era. Como estava. Tudo certo. A TV era Educativa e mostrou o caminho de fazer a regulamentação. Toda cidade tem o direito de ter uma TV Educativa. Foi lá que nós pegamos o macete de como montar (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

A TV Maré desempenhou um papel essencial na estruturação da TV Padre Cícero. Como o próprio Bulhões (2024) explicou, eles a utilizaram como modelo para criar e desenvolver a primeira experiência televisiva no sul cearense. Após essa visita, os amigos seguiram para Fortaleza em busca dos primeiros equipamentos.

O Roberto Santana era técnico da Rádio Tempo e muito entendido. Então, [eu perguntei]: “Como é que a gente faz?”. De lá, fomos para Fortaleza. Fomos lá no técnico que atendia a gente aqui na manutenção. E que atendia a TV Ceará. Ele disse: “Rapaz, tem um transmissor velho aqui da TV Ceará que eu posso ajeitar para você aqui, emprestar...”. Aí, eu montei aqui. É um transmissorzinho de 10 watts. Para você mandar o sinal lá para o horto. Não deu outra, ele preparou e mandou o sinal. Botamos no ar, ao vivo. Fomos enxeridos (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Após retornar a Juazeiro do Norte, Roberto Bulhões solicitou a concessão do Canal 13 junto à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). “E a gente tentou descobrir qual era o canal [que estava livre], o canal 13. Então, o canal 13, que é o canal que estava aberto. Nós preparamos tudo e colocamos a TV no ar com a liminar da Justiça, em 1999” (Roberto Bulhões, 2024, entrevista). Conforme Feitosa (2013, p. 47), “O sinal da emissora foi concedido pelo Ministério das Comunicações para que a mesma funcionasse com sinal Plano Básico, ou seja, apenas como comunitária”.

No entanto, além da autorização, a abertura de uma emissora de televisão também exigia um alto investimento financeiro. Retomando o que discutimos no capítulo 2 sobre a televisão no interior, podemos inferir que todo o processo de idealização e desenvolvimento da TV Padre Cícero teve um caráter mais comportamental do que estrutural. Ou seja, essa experiência televisiva esteve mais próxima da realização de um sonho do que de um

planejamento ou estudo prévio que apontasse a sua viabilidade e sustentabilidade. Assim, teve início a trajetória da TV Padre Cícero.

No começo até [utilizei um] empréstimo no Banco do Nordeste, para poder comprar [os equipamentos]. Um empréstimo de R\$ 40, não, de R\$ 35 mil reais, mais ou menos, para comprar uns videocassetes pra edição. Tudo era na época era videocassete. Super VHS [formato de fita] para fazer edição. Com mil reais eu comprei os equipamentos. Então fomos fazendo esse serviço para a prefeitura, para isso, para aquilo... E a produtora foi crescendo. Então, depois desse crescimento da produtora, eu disse: “Rapaz, vamos botar a televisão no ar”. Era um sonho que eu tinha de botar a televisão no ar, de trabalhar em TV (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Uma parte dos equipamentos, especialmente algumas câmeras, Roberto já possuía devido às reportagens feitas para o programa *Aqui Agora*. No entanto, além das câmeras, outros equipamentos foram necessários, tais como: “Videocassete. Transmissor. Transmissor eu não comprei, foi meio emprestado, que era o transmissor para poder mandar o sinal daqui para o Horto. Lá do Horto tinha o transmissor da prefeitura, que a prefeitura comprou em 1987” (Roberto Bulhões, 2024, entrevista). Como, na época, Roberto trabalhava para a prefeitura de Juazeiro do Norte e, além disso, era responsável pela repetidora, o processo para utilizar os equipamentos foi facilitado.

Como o transmissor estava encostado, eu não pedi licença de ninguém. Ajeitei. Mudei a frequência, né. E coloquei no ar o canal 13. A prefeitura dando apoio, logicamente, para o prefeito ter interesse. Então o prefeito deu apoio. Nós colocamos no ar. O Doutor Mauro Sampaio [era] uma pessoa de muita visão. Foi ele que conseguiu o canal para Juazeiro (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Além disso, a TV Padre Cícero também recebia apoio financeiro do próprio prefeito de Juazeiro do Norte, Mauro Sampaio:

Tive que investir um pouco mais, comprar mais alguma coisa, comprar iluminação, comprar mais alguma coisa, comprar microfone. Como eu era lotado na prefeitura, tinha uma facilidade. Ele conseguia um apoio, preparava o material para a prefeitura, para divulgar e fomos correr [atrás]. A prefeitura foi patrocinando. Ah, então teve essa ajuda. Teve ajuda do doutor Mauro Sampaio. Teve vez de ele chegar aqui na tirar dinheiro do bolso dele (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

A partir da fala acima, podemos inferir como a proximidade entre os interesses privados de Roberto e os interesses políticos da prefeitura se unificaram, possibilitando que a primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte saísse do papel. Além disso, o fato de Roberto trabalhar na prefeitura foi indispensável para viabilizar ainda mais o uso dos equipamentos públicos para fins comerciais próprios – mesmo que a justificativa, como ele ressalta, fosse dar visibilidade à cultura local.

A ideia de uma televisão familiar, no caso da TV Padre Cícero, ganha ainda mais respaldo com o seu local de instalação: a casa de Roberto Bulhões. Localizada na Rua das Dores, nº 105, no Bairro do Socorro, a família Bulhões divide o espaço da rotina familiar com a empresa de televisão. A escolha do local foi estratégica, já que a casa possuía um amplo espaço, que ao longo dos anos foi sendo modificado.

Figura 31 – Fachada da TV Padre Cícero



Fonte: Autor (2024).

Na configuração atual, por exemplo, o andar inferior é utilizado pela TV, enquanto o espaço residencial foi transferido para o andar superior. No entanto, com a ampliação das instalações televisivas, a sala do *master* já foi expandida para uma parte do andar superior. Isso, mais uma vez, nos leva a compreender o caráter comportamental da TV Padre Cícero, entendida como uma televisão do/no interior, com base nos estudos de Dornelles (2012) sobre a imprensa local.

[A TV] Sempre foi aqui. Aqui é a minha morada. Então a minha casa era aqui embaixo. Eu ampliei para cima. E fui crescendo até lá. Fui crescendo aqui. Você conhece o estúdio, né? O estúdio era o quintal da casa. Então nós fomos aumentando para lá. Aí o meu filho foi embora para São Paulo. Ficou uma vaga. No quarto dele já foi ampliando. Mas fiz em cima. Então eu passei a morar em cima. E na parte de baixo é tudo da TV e da produtora. Entendeu? Aí era ali dentro [se referindo ao estúdio]. Não tinha iluminação, tudo precário. A qualidade de imagem do equipamento era diferente de hoje. Então a gente fazia tudo aqui ao vivo. Entrevista fazia aqui. Então, tinha os horários previstos para a gente entrar (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Assim, com o local definido, os equipamentos organizados e uma equipe previamente preparada para o funcionamento da TV, o próximo passo foi a instalação da antena,

que ficava no Horto do Padre Cícero – o ponto mais alto de Juazeiro do Norte e ideal para a transmissão do sinal televisivo.

Figura 32 – Instalação da antena no Horto do Padre Cícero



Fonte: Arquivo TV Padre Cícero (2024).

Os burburinhos de que Juazeiro do Norte teria sua primeira experiência televisiva local foram ganhando força. Inicialmente, dentro da própria equipe e, depois, entre os telespectadores. Ao rememorar a criação da TV, Reginaldo nos conta sobre o processo de desenvolvimento e implantação:

E quando foi no final de 1998, começou os rumores da TV. O sonho do Bulhões, que ele queria, queria muito. E pegava transmissor daqui, transmissor dali, testava. Até então nunca dava certo por em prática mesmo, porque era tudo muito caro, muito difícil para trazer. O Júnior [Bulhões Júnior, filho mais velho do Roberto] trabalhava já no SBT, em São Paulo, conseguia muita coisa seminova, [por] um preço mais barato para mandar para cá. Mas, assim mesmo ainda era difícil. Mas aí, não sei como, obra de Deus, o Bulhões, que ele tem coragem mesmo, conseguiu. Juntou os equipamentos e disse: “Vou botar no ar” (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Ainda com base na entrevista com Reginaldo, identificamos algumas das dificuldades enfrentadas pela TV na busca pelo sinal televisivo, como ele explica a seguir:

E até que em 1999, tem as imagens, foi lá no aniversário do Padre Cícero, montou [os equipamentos] e fizemos aquela transmissão. Para quem estava dentro, que nem eu, que nem o próprio aí [o Roberto], nós não tínhamos assim, a noção do que ia causar aquilo, né? A gente só estava fazendo para ver se o sinal chegava lá no Horto e voltava para cá. O nosso intuito era saber se o sinal ia e voltava (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Essa passagem nos remete aos primórdios da instalação da primeira antena retransmissora em Juazeiro do Norte, em 1965. Uma breve comparação entre a primeira antena

(1965) e a primeira emissora de TV (1999), à primeira vista, nos dá a percepção de que, mesmo após mais de três décadas (34 anos), os pioneiros da televisão em Juazeiro do Norte – sejam os primeiros ou os mais recentes – enfrentaram os mesmos problemas e dilemas técnicos.

Entretanto, com a antena instalada e o sinal funcionando, o próximo passo era realizar a primeira transmissão. A data escolhida tinha uma forte ligação com a história que seria construída ao longo dos anos pela TV: a missa em homenagem ao Padre Cícero – no dia 20 de cada mês. Esse evento simbólico marcou a conexão entre a televisão e uma das figuras religiosas mais representativas para os católicos no Nordeste brasileiro, especialmente em Juazeiro do Norte: o Padre Cícero.

É interessante refletirmos sobre os relatos apresentados até aqui na construção da trajetória da TV Padre Cícero. Durante as entrevistas, foi possível perceber uma narrativa que busca enfatizar os feitos de Roberto Bulhões – o que não representa um demérito nem uma inverdade. Bulhões, de fato, teve um papel fundamental ao se empenhar na implantação da empresa de TV pioneira no interior do sul cearense. No entanto, notamos que as relações políticas entre a TV e a prefeitura, por exemplo, não são tão detalhadas nos relatos, especialmente nos relatos de Roberto Bulhões.

Outro aspecto pouco explorado nas entrevistas é o viés comercial da emissora, que acaba sendo ofuscado pelo destaque dado ao seu papel cultural na região. No entanto, é importante lembrar que, como qualquer outra empresa, a TV é um negócio e depende de investimentos (públicos e/ou privados) para se manter em funcionamento. O aspecto econômico influencia diretamente na definição da programação, nos investimentos, na estrutura de funcionários, entre outras questões. Assim, a tentativa de minimizar ou omitir tais contextos sugere um certo silenciamento da proximidade entre a empresa televisiva e a esfera política.

4.2.2 De 1999 aos anos 2000: uma breve experiência na TV aberta

A cobertura de estreia da TV Padre Cícero foi conduzida pelo próprio Roberto Bulhões, que, atuando como repórter, apresentou ao público as festividades em homenagem aos 155 anos de nascimento do Padre Cícero Romão Batista. A seguir, é possível acessar algumas imagens dessa primeira transmissão, armazenadas no canal da TV Padre Cícero no YouTube:

Figura 33 – QR Code para vídeo da primeira transmissão da TV Padre Cícero



Fonte: elaborado pelo autor (2026).

No vídeo acima, Roberto Bulhões enfatiza o feito realizado pela TV Padre Cícero, em 1999, como ilustrado neste pequeno trecho:

Boa noite, Juazeiro do Norte! Nós estamos aqui ao vivo, diretamente da Praça do Socorro. Pela primeira vez na história de Juazeiro, a gente faz uma transmissão ao vivo. Ao vivo realmente, aqui aos pés da estátua do Padre Cícero. E Juazeiro do Norte inteiro está vendo agora esse trabalho inédito na nossa cidade. E a nossa luta para colocarmos a nossa TV, a nossa TV comunitária (Bulhões, 1999, online).

Além das primeiras imagens da transmissão, também visualizamos a primeira identidade visual utilizada pela TV Padre Cícero, localizada na parte superior do vídeo, no canto esquerdo. Conforme explicou Reginaldo Arraes (2024), eles fizeram um rascunho com base nas ideias iniciais, e Yório Bulhões solicitou a um designer gráfico que transformasse essas ideias em um projeto final. Assim, surgiu a primeira identidade visual da TV, que tem como um de seus principais símbolos o famoso chapéu utilizado pelo Padre Cícero, envolto por uma espécie de moldura – possivelmente representando a tela de um televisor –, com o nome da emissora logo abaixo da figura.

Figura 34 – Primeira identidade visual da TV Padre Cícero (1999)



Fonte: Arquivo TV Padre Cícero (2024).

Essa identidade visual foi utilizada durante os dois primeiros anos de funcionamento da TV, ainda sob o domínio temporário do Canal 13 (1999-2000). Posteriormente, uma segunda identidade visual foi criada, marcando uma nova fase da emissora. Com um design mais moderno, a nova (e atual) identidade manteve o chapéu do Padre Cícero e a sigla “TV” dentro de uma caixa que representa uma tela, podendo ser interpretada tanto como um aparelho televisor quanto como uma tela de exibição.

Figura 35 – Nova identidade visual da TV Padre Cícero



Fonte: Arquivo TV Padre Cícero (2024).

A equipe da TV foi formada a partir da expansão da equipe que já atuava na produtora, como relata Roberto Bulhões (2024, entrevista):

Sempre foi, eu meus filhos, Carlinhos, que está comigo ainda, Reginaldo que está comigo e o Roberto Santana. Desde o começo. Roberto já faleceu, que era o técnico da gente. Mas aí ficamos trabalhando e ficamos fazendo esse trabalho. O que era o nosso foco, né? Transmissão ao vivo.

Como discutimos anteriormente, uma nova figura essencial para o desenvolvimento da TV Padre Cícero surgiu: Roberto Santana. A partir das entrevistas concedidas, ele foi descrito como uma pessoa organizada, que, junto a Bulhões, conduzia a emissora. Naquele período, Roberto Santana era mais do que um técnico; ele também era um dos responsáveis por dirigir a programação da TV – cargo que, posteriormente, seria assumido por Bulhões Júnior na segunda fase da emissora. E como foi o primeiro dia de transmissão da TV? Sobre esse momento, Reginaldo relembra os acontecimentos:

Só me lembro que eu, eu fiquei, fui para a parte da montagem, de cabo e tudo. Depois, eu fiquei aqui [na sede da TV], né? Eu não estava na equipe que estava lá na, porque não tem como estar em todo canto, né? Lá, eu acho que estava no Socorro [bairro onde

ocorreu a transmissão], eu acho que estava o Bulhões, eu acho que o Livonio, o Yório, acho que estava no corte. E eu não me lembro quem era o outro (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Para que a transmissão acontecesse os trabalhos nos bastidores foram intensos. Durante a entrevista com Reginaldo Arraes, percebemos seu apreço por fazer parte dessa história, já que esteve presente desde o início da TV. Tudo o que sabe sobre televisão, ele aprendeu no dia a dia da TV Padre Cícero:

E eu estava lá em cima, lá no Horto, né? Porque tinha que ficar alguém lá. Por que como era que era feito o sinal? Hoje em dia é tudo computadorizado. Você solta daqui, o sinal vai lá e volta sozinho, não precisa ter ninguém lá no Horto. Mas antigamente, quando começou, ele botava o sinal aqui [se referindo ao local físico da TV], aí ele [Roberto Bulhões] ligava para lá [por telefone fixo], aí dizia: “Vamos entrar” [no ar]. Aí tinha uma chave, tipo essa chave disjuntor. [Ele dizia]: “Vira aí a chave, para poder entrar no ar” (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Em uma época em que tudo era praticamente analógico, os desafios para fazer uma estação televisiva funcionar no interior cearense eram muitos. Não à toa, podemos afirmar que a equipe da TV Padre Cícero aprendeu a fazer televisão, literalmente, na prática cotidiana. Isso foi consequência, como identificamos, da falta de um planejamento mais robusto para a existência e funcionamento da emissora – uma questão presente desde os processos que antecederam a primeira transmissão e que acompanhou toda a trajetória da TV pioneira em Juazeiro do Norte. Mais uma vez, isso nos remete ao conceito de TV do/no interior, em que o aspecto comportamental se sobressai em relação à estrutura televisiva.

Não tinha um planejamento. Ele foi assim: eu vou fazer e eu vou fazer. Então, a gente aproveitou que matérias que ele já tinha, material do *Aqui Agora*, né? E tudo, e a gente começou a fazer eventos por aqui, que a gente já fazia [as transmissões ao vivo], vaquejadas, coisas regionais, tudo a gente já cobria. Só que era intuito de matérias para a capital. E a gente só fez [mudou] o foco, fazia para lá e fazia para cá também. Então, Pau da Bandeira - você vê o tempo que a gente já cobre?! -, Pau da Bandeira de Santo Antônio, a própria festa do Padre Cícero (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

A fala de Reginaldo Arraes explicita, de forma direta, como funcionou a TV Padre Cícero nos primeiros anos. O caráter improvisado, amador e sem muitas estratégias evidencia que o surgimento dessa experiência televisiva estava profundamente ligado ao sonho de um homem apaixonado por fazer televisão - mas que não possuía o *know-how* de um homem de negócios da mídia. Outra fala que ajuda a evidenciar a falta de estruturação da TV é a do filho de Roberto Bulhões: “Quando fomos começar esse projeto [da TV], ele colocou o telefone dele. Aí eu disse: ‘Pai, não coloca o seu telefone, porque isso vai começar a crescer’” (Roberto Bulhões Júnior, 2024, entrevista).

Mesmo após mais de 25 anos, o principal telefone da TV Padre Cícero continua sendo o número pessoal de Roberto. No entanto, conforme constatamos na entrevista com Reginaldo, esse caráter amador e a falta de planejamento podem ser considerados quase como uma característica inerente à TV Padre Cícero. Os desafios, as dificuldades, os acertos, os erros e os momentos de aprendizado sempre passaram diretamente pela ausência de uma estrutura mais planejada.

O cenário apresentado, contudo, nos fornece indícios para compreender as especificidades da TV Padre Cícero, especialmente quando analisamos pelo eixo familiar. Nas entrevistas com Bulhões (2024), ele não discorre sobre a TV como um negócio. Entretanto, é por meio dela, enquanto empresa, que ele, seus filhos e seus colaboradores garantem a sua subsistência financeira. Assim, percebemos um misto entre a figura de um homem de negócios que não busca consolidar essa imagem e, ao mesmo tempo, alguém que apresenta a TV Padre Cícero como um sonho realizado. Uma espécie de “televisãozinha simples”, como destacou Yório Bulhões (2024).

Essa ideia de uma TV que não se configura como uma empresa tradicional também foi constatada em outras entrevistas. O único que reconhece e enfatiza essa função é o filho mais velho de Roberto, Roberto Bulhões Júnior. Acreditamos que essa visão empresarial decorre dos anos de experiência que ele adquiriu no SBT. Assim, sua perspectiva reflete na implementação de um cronograma de participações para o *Programa Panorama Regional* e na modernização de softwares e equipamentos da TV.

4.2.3 Mas, afinal, qual era a programação da TV Padre Cícero em 2000?

Durante os dois primeiros anos de funcionamento na televisão aberta, a TV Padre Cícero investiu massivamente em transmissões ao vivo. Missas, romarias, festas e eventos locais como o São João, a vaquejada, o desfile do 7 de setembro entre outros eventos importantes para a cidade e região (abragendo as cidades de Crato e Barbalha) foram transmitidos na TV. As transmissões ao vivo, desde o início, é uma marca registrada da TV Padre Cícero:

A gente fazia mais coisa ao vivo, né?! Era mais nos eventos ao vivo, tinha a Missa do Padre Cícero, que era ao vivo também. E esses eventos... Uma vez retransmitiu um trechinho da festa de Barbalha também ao vivo de lá. Um trabalho danado. A gente gosta mais do vivo. Você faz, terminou, está pronto. Atualmente, a gente pega e, às vezes, faz uma reprise dos melhores momentos (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

Isso nos remete ao início da operacionalização da televisão no Brasil, com a TV Tupi. Como explicita Mello (2014, p. 315), “Todos os programas eram feitos ao vivo, pois não havia ainda o videoteipe”. Todavia, entre o início da TV Tupi, em 1950, e o da TV Padre Cícero, em 1999, há uma diferença de 49 anos. Nesse período, a tecnologia televisiva avançou consideravelmente no Brasil e no mundo. Assim, mais uma vez, retornamos a duas dimensões essenciais: planejamento de conteúdo e investimento financeiro, que também impacta a elaboração da programação.

Com um orçamento limitado e uma evidente falta de planejamento sobre o que seria transmitido, a TV Padre Cícero adotou a transmissão ao vivo como principal forma de produção de conteúdo. Isso ocorreu porque, além da necessidade de investimento financeiro, a produção de material editado demandaria um tempo que a equipe não possuía. Assim, ao longo dos anos, as transmissões ao vivo tornaram-se parte integrante da rotina da emissora.

Além disso, a falta de planejamento a longo prazo também influenciou a forma de contratação dos colaboradores. Inicialmente, todos eram contratados com carteira assinada, conforme a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). No entanto, diante das dificuldades para manter a emissora funcionando, Bulhões explicou que foi necessário demitir formalmente todos os funcionários. Desde então, eles passaram a atuar na TV como profissionais *freelancers*⁷³, um regime que permanece até o momento.

Tinha um período que era carteira assinada, na época da produtora. Todo mundo com a carteira assinada, até meus filhos eram com a carteira assinada, minha esposa era com a carteira assinada. Tanto que ela se aposentou com o tempo de serviço que ela tinha e juntou com o daqui. Todo mundo com a carteira assinada. Por causa disso começou a arruinar. Então, não vai dar para continuar com a carteira assinada. Fui dando baixa em todos (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Uma vez que não identificamos pesquisas no Cariri cearense sobre a situação dos trabalhadores em televisão, aproximamos a discussão a partir do estudo realizado por Pereira, Sousa e Rodrigues (2023) sobre a condição laboral dos jornalistas na região. Os autores destacam que essa realidade transita entre o regime CLT e diversas gambiarras trabalhistas, evidenciando aspectos como informalidade, flexibilidade e precarização da atividade profissional.

Essa situação também se estende aos profissionais da TV Padre Cícero. Segundo Antunes (2020), o trabalho jornalístico, antes marcado pela estabilidade, contratação sob o regime CLT e regulamentação, foi (e continua sendo) progressivamente substituído pela

⁷³ Profissionais autônomos que trabalham por conta própria, sem vínculo empregatício fixo com uma empresa.

informalidade. Tal cenário, conforme Filgueiras (2021), implica também na perda de direitos trabalhistas, uma vez que: “[...] há uma falsa ideia de que cortar custos (direitos) determina a ampliação da contratação de trabalhadores pelos empresários” (Pereira; Sousa; Rodrigues, 2023, p. 4). Essa realidade foi constatada no funcionamento da TV Padre Cícero, a partir do atual modelo de contratação adotado pela emissora.

Outra forma encontrada para preencher a lacuna da “grade televisiva”, praticamente inexistente naquele período, foi retransmitir o sinal de outras emissoras, como relatou Roberto Bulhões: “A gente pegava o sinal da Rede Minas pelo satélite e colocava na programação, como uma repetidora da Rede Minas” (Roberto Bulhões, 2024, entrevista). Dessa forma, foi possível obter mais conteúdo sem a necessidade de um grande investimento financeiro, visto que: “[...] ele [Bulhões] queria ficar rodando material 24 horas” (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Com a saída de Bulhões Júnior para o SBT, a responsabilidade pelo andamento da TV Padre Cícero passou, parcialmente, para o outro filho de Roberto, Yório Bulhões. Ele assumiu diversas funções, como cinegrafista e editor de vídeo, além de dividir outras tarefas com seus colegas de trabalho. Nessa fase da TV Padre Cícero, Yório Bulhões teve um papel significativo, pois, além de ser mencionado por outros entrevistados, administrava a emissora ao lado do pai. A partilha de saberes é outro elemento marcante na história da TV Padre Cícero, refletindo o próprio processo de aprendizado que se desenvolveu ao longo da estruturação da emissora.

[...] cada um tem a sua forma que chegou aqui, né? E aqui, vamos dizer, foi meio que plano de cargos e carreiras, naturalmente, né? Aqui ninguém tinha a obrigação de entrar pequeno e sair pequeno não. Entraram como auxiliar, como eu também comecei, como auxiliar, segurando luz, e foi desenvolvendo, aprendeu a filmar, aprendeu a editar... E todo mundo aqui chegou... Todos fazem tudo na empresa (Yório Bulhões, 2024, entrevista).

A explicação de Yório Bulhões está diretamente relacionada ao surgimento da produtora e, consequentemente, à abertura da televisão, uma vez que os colaboradores são os mesmos desde a fundação da Bulhões Produções. Carlos Bezerra e Reginaldo Arraes aprenderam a filmar e a trabalhar com vídeo e televisão na prática. Da mesma forma que Livônio, primo de Carlos Bezerra, que também foi um dos pioneiros da TV. Os relatos de Reginaldo Arraes e Carlos Bezerra evidenciam essa relação de aprendizado e vivência dentro da TV Padre Cícero:

O Yório ficava na salinha e eu ficava vendo ele editando aquele monte de vídeo cassete, que era vídeo cassete, né? Eu botava de um, botava uma fita aqui, saía dali. E eu disse, rapaz, quando eu tiver uma folga eu vou vir para cá. E eu vinha para cá.

Ficava ali... E [vendo] ele editando lá e eu aqui olhando. Aí nesse primeiro momento, às vezes também quando precisava pintar aqui, aí eu vinha pintar. Mas era eu pintando e de olho lá, né? Aí, até que... Isso lá para 1997, um certo dia, o Yório viajou, e eu já tinha visto ele editando muitas vezes, e estavam os eventos acumulando. E o Bulhão já confiava em mim, a gente já tinha um conhecimento de eventos e tudo. E eu peguei e disse: “Eu consigo fazer isso aí”. Peguei, liguei, aí fiz um batizado (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Como eu estava sempre aqui, surgiu uma oportunidade. O Bulhões Júnior me chamou pra ajudar ele iluminando. Porque eu também não entendia muita coisa. E fui auxiliar, uma luz com 150 metros de extensão na mão. Aí foi. Aí, nessa primeira vez, acho que eu passei uns 4 dias com ele, gravando um documentário lá em Jardim, aqui no Ceará. Na mesma época o Bulhões já trabalhava para o Aqui Agora. E a gente também ajudando com Aqui Agora. E fiquei por aqui. Quando aparecia um evento [da Bulhões Produções], como casamento e essas coisas, aí comecei a fazer. Ajudando, auxiliando. Extensão, fio, essas coisas. Como eu entendia coisa de eletrônica, ligação, tudo eu sabia fazer. Aí, tinha as reportagens do Aqui Agora e os eventos da Bulhões Produções. Aí, eu sempre fui ajudado. Na reportagem, Yório filmava e o Bulhões Júnior já estava na transição para São Paulo. E o Yório assumiu fazendo câmera, ele já sabia. E eu ajudando ele. E fui ali aprender um pouquinho alguma coisa. Acontecia, às vezes, da gente está em um evento e surgir uma reportagem. Aí [o Yória dizia]: “Fica aí. Vai fazendo aí o que tu sabe”. Até ele fazer a reportagem [para a TV] e voltar. Aí fui aprendendo (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

Os relatos acima são fundamentais para registrar o processo de estruturação da experiência televisiva pioneira em Juazeiro do Norte. Além disso, também contribuem para a compreensão de que, no período inicialmente analisado (1999 e 2000), ainda não havia uma profissionalização formal – no sentido de formação ou curso específico – no sul do Ceará. Dessa forma, todo o aprendizado era resultado da prática cotidiana. Ainda sobre a programação, um fato curioso foi descobrir que a TV Padre Cícero produziu aquele que pode ser considerado o primeiro telejornal de Juazeiro do Norte: *Notícias da Semana*. Apresentado pelo radialista Jucimar Leite, o telejornal era exibido aos domingos e trazia um resumo dos principais acontecimentos da semana.

4.2.3.1 *Notícias da Semana: o telejornal da TV Padre Cícero*

A realização do telejornal *Notícias da Semana* surgiu a partir de uma combinação de ousadia, improviso e da possibilidade de Roberto Bulhões exercer seu lado repórter – devido à experiência adquirida no *Aqui Agora*. Além disso, também representava uma forma de reaproveitar o material previamente gravado ao longo da semana, editá-lo e preencher a grade de programação da TV Padre Cícero.

A ideia era simples, como explica Roberto Bulhões (2024, entrevista): “[...] em alguns horários, a gente entrava com um jornalzinho chamado *Notícias da Semana*. E os eventos ao vivo, a missa do Padre Cícero, Carnaval, São João, outra coisa que nós tivemos ao vivo aqui,

o Ceará Juninho”. Os registros sobre a programação ainda não foram digitalizados, mas há um pequeno trecho disponível no YouTube.

Figura 36 – QR Code de acesso ao vídeo do programa Notícias da Semana



Fonte: elaborado pelo autor (2026).

A partir dos breves segundos do vídeo, é possível observar que o *Notícias da Semana* apresentava uma estética e produção que Silva (2018) caracteriza como pertencente à primeira fase do telejornalismo brasileiro: o *telejornalismo falado*. Conforme a autora (2018, p. 21-22):

A estrutura de cenário era básica: tapadeira ao fundo mesa com bancada e microfone. O apresentar, à época chamado de locutor de notícias sentado em uma cadeira, tendo uma bancada à sua frente trajava-se com um terno e gravata, lia as notícias ao vivo e aparecia em quadro no televisor. Os tipos de enquadramento valorizados entre a década de 50 até meados dos anos 1960 para os apresentadores foram o primeiro plano e o close.

Com algumas ressalvas, o trecho acima descreve o programa jornalístico criado em 1999 pela TV Padre Cícero. No entanto, é importante considerar que Silva (2018) apresenta uma realidade referente às primeiras décadas do telejornalismo brasileiro, enquanto o *Notícias da Semana* foi produzido mais de 40 anos depois. Diante disso, poderíamos classificar esse programa como pertencente à primeira fase do telejornalismo no sul do Ceará? De certo modo, a resposta parece ser afirmativa. Por outro lado, é fundamental lembrar que a falta de uma estruturação prévia para o funcionamento da TV Padre Cícero também levou ao uso de estéticas e linguagens mais simplistas, sem a necessidade de um alto investimento em produção – algo que remete aos primórdios da televisão.

O *Notícias da Semana* era exibido aos finais de semana. Alguns afirmam que ia ao ar aos sábados, outros dizem que era transmitido aos domingos. O fato é que se tratava de um grande resumo dos principais acontecimentos da semana:

A gente pegava, por exemplo, num sábado, pegava tudo o que aconteceu do principal na semana e ele fazia aquele resumo, né, Notícias da Semana. E teve deles que a gente gravava dentro do trailer mesmo. Tá lá o sol quente, dentro do trailer de terno, gravava Notícias da Semana. [...] a gente gravava, a partir dos resumos. Eu editava, ele

[Roberto] fazia as matérias e ele [Jucimar] fazia as cabeças e a gente botava no ar. Era exibido de final de semana (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Na conversa com Carlos Bezerra (2024, entrevista), registramos mais detalhes sobre o noticiário:

A gente pegava, assim, os apurados da semana todinha. Tipo assim, acontecia uma coisa ali, tipo uma reportazinha e guardava. Aí no [outro] dia fazia e juntava, quando era no domingo fazia o programa Notícias da Semana. E era ao vivo, as reportagens gravadas da semana e exibia no domingo. Também não tinha esse negócio de internet pra todo mundo ficar sabendo, né?! Aí a gente fazia lá do Horto. Tinha uma casa lá que tinha uma torre e a gente fazia lá, tinha uma sala, uma madeira lá com a logomarca. Aquela logomarca da TV era um negócio bem simples mesmo, mas a gente fazia lá soltava as reportagens com um videocassete. Às vezes travava e voltava de novo...

Na figura abaixo, é possível observar a imagem transmitida ao público pelo noticiário na TV. O registro também evidencia a postura mais rígida do apresentador, uma característica marcante do telejornalismo brasileiro por muitos anos.

Figura 37 – Programa Notícias da Semana



Fonte: Arquivo TV Padre Cícero (2024).

Mas, embora o programa aparentava ser simplista, o processo de produção e gravação apresentava alguns desafios para a equipe da TV Padre Cícero:

Eram dois videocassetes. Como já tava tudo editado, era tipo assim: gravava uma reportagem dava um espaçozinho e gravava outra, mas já editado, né?! Aí quando o apresentador, era Jucimar Leite... Aí ele fazia abertura do programa, comentava tudo. Aí durante a semana aconteceu isso, isso e isso. Um jogo do Icasa... O repórter, teve vários radialistas que participaram com a gente né quem cobria a parte de esporte com a gente era Jader Guga, acho que era esse. Aí ele ia fazer a reportagem toda e aí ele chamava na hora do programa ao vivo, ele chamava a reportagem aí soltava aqui o play. E tinha outro vídeo gravando, que gravava ele apresentando já com a reportagem (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

Apesar de Carli Luiz Carlos de Souza Bezerra ter mencionado que “vários radialistas participaram”, outros nomes não foram lembrados ou citados por ele e pelos demais integrantes da TV. Além do estúdio, o noticiário também chegou a ser apresentado diretamente da Colina do Horto: “E nós inventamos uma vez de tirar de lá, tiramos de dentro da casa puxando o carro lá para o estacionamento lá do Horto. E o fundo era a estátua do Padre Cícero, lá atrás” (Luiz Carlos de Souza Bezerra, 2024, entrevista). Os desafios de produção também estavam presentes quando a equipe precisava alternar a transmissão do sinal da Rede Minas para a programação ao vivo.

[...] quando a gente foi transmitir o ao vivo: tinha uma menina que morava lá próximo, que ficava lá. Aí ela ia lá para o transmissor e tinha só um botão, criação do nosso amigo Roberto Santana. Era um botão, assim, tinha uma TV que ela ficava vendo a gente quando mandava o sinal lá de baixo ela já estava vendo que tinha chegado o sinal (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

O processo era feito manualmente a partir da comunicação via telefone fixo:

Aí o Bulhões, ligava nessa época já tinha telefone, não era celular era telefone [fixo] ainda. Eu acho que o Bulhões tinha celular, mas lá era uma linha fixa, se eu não me engano. Aí o Bulhões ligava: “Está me vendo aí já na tela?”. Ela ouvindo: “Tô, está chegando bom”. Aí quando a gente ia entrar o ao vivo o Bulhões dizia: “Eu vou contar até três quando eu disser um, dois, três aí você vira a chave”. Aí cortava da Rede Minas para o link ao vivo. Aí pronto, dali entregava para a gente e aí a gente ia se virando. Bota isso, fala isso, mostra ali, mostra aqui até terminar (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

O *Notícias da Semana* foi a única experiência de um programa jornalístico realizado pela TV Padre Cícero ao longo desses 25 anos de funcionamento (1999-2024). A partir das entrevistas, ficou evidente que a emissora não tem interesse em produzir conteúdo jornalístico. De um lado, essa decisão está relacionada ao alto custo de produção. Por outro, a passagem de Roberto Bulhões pelo *Aqui Agora* e sua experiência com o telejornalismo “mundo cão” também são apontadas como fatores que contribuíram para esse desinteresse. Na conversa com Roberto Bulhões (2024, entrevista), compreendemos melhor essa questão:

Jornalismo, você faz jornalismo, jornalismo hoje, com isso aqui [apontando para o celular], jornalismo hoje perdeu muito acesso. Quando você vai dar notícia, você já botou na frente há muito tempo. E é muito caro, muito caro e trabalhoso. Muito caro e trabalhoso. Então, eu sonho ter uma equipe própria de fazer uma entrevista. Vai ter um evento importante, vai lá fazer a abertura do evento ao vivo. Essas coisas que marquem, que sejam coisas importantes. Desgraça eu não quero. Pegou fogo no mercado? Todo mundo vai mostrar. Quando vocês vão mostrar na TV, o mundo todo já viu. No Instagram. Hoje todo mundo pega um celular, bota um pau aqui do lado, sai filmando ao vivo. Cheio de deles. Aí vão lá e recebe 500 de um, 50 de outro. É prostituir uma coisa. Então você tem uma estrutura como eu tenho, boa, preparando. Aí, para divulgar.

A fala de Roberto Bulhões nos remete a uma frase citada por ele e por todos os outros entrevistados, que representa o lema da TV Padre Cícero: “Coisa boa é com a gente. Coisa ruim, deixa pras outras”. Com esse lema em mente, a emissora direcionou seu foco para a transmissão da cultura regional e local. “O foco já ficou mais em fazer uma coisa regional, vamos fazer uma coisa voltada para a cultura, vamos dar vez a quem não consegue em outras TVs, que são esses músicos, vamos mudar o foco” (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Essa decisão de se afastar do jornalismo e da informação televisiva se acentuou ainda mais durante a pandemia de Covid-19, em 2020 – como veremos adiante. Os desafios para viabilizar as transmissões foram muitos. Como já mencionado, o espaço físico da TV funcionava (e ainda funciona) no bairro do Socorro, enquanto a antena retransmissora estava localizada na Colina do Horto, a cerca de 10 km de distância. Ao lembrar o processo de transmissão da programação, Roberto Bulhões (2024, entrevista) explica que:

Cortava o sinal lá do Horto. E era coisa simples. Lá em cima tinha uma mocinha, e ela morava lá. E morava vizinho da casa onde estava o transmissor. Então quando a gente queria falar com ela, ligava para o orelhão que tinha lá na porta da casa dela. Dizia: “Olha, tal hora nós vamos entrar ao vivo”. Ela ia lá para o transmissor, na salinha do transmissor que tinha a chave e ficava lá esperando. Lá tinha um monitor. Ela via. Eu dizia: “Olha, atenção! Eu vou entrar daqui a pouco. No três, quando eu contar o três, você vira a chave”. O que era a chave? Um interruptor que ela botava para cá e botava para lá. Só fazia isso. Para cá ou para lá. Quando ela botava para lá. O satélite. Para cá. Ao vivo. Então ela dizia. Um, dois, três. Ela virava. Dava aquele corte mal feito. Aí entrava. Estamos aqui ao vivo.

Reginaldo, que no início da operação televisiva fazia um pouco de tudo na TV, também explicou o funcionamento das transmissões:

A maioria era ao vivo. Ao vivo, sempre o nosso foco foi chegar lá, montava o trailer, assim, que a gente andava num trailer tipo de hambúrguer, puxado por uma por uma Brasília [um carro], saía arrancando o retrovisor e encostava lá. E sempre o nosso foco era ao vivo. Quantas vezes nós não estávamos aí, faltando 15, 20 minutos para começar o evento, estava o Bulhões trepado, em cima de uma igreja com a antena, porque tinha que ver o Horto. Lá no Crato mesmo, em cima daquela igreja mesmo [A igreja matriz localizada no centro de Juazeiro do Norte], lá apontando para poder dar o sinal para chegar lá no Horto. Sempre o nosso foco foi ao vivo (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Nesse relato, também fomos apresentados aos recursos utilizados pela TV Padre Cícero, a exemplo da primeira unidade móvel.

A unidade nova da gente era uma Brasília marrom. Abria aquela parte de trás e os equipamentos era ali em cima, tudo fora mesmo. Um barulho e a gente ali se concentrando, mas era tudo na traseira de uma Brasília. Aí com o tempo foi que Bulhões conseguiu adquirir, acho que foi com a prefeitura, um trailer abandonado que era um negócio do posto de saúde (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

Na figura abaixo, apresentamos, parcialmente, o trailer que funcionava como uma extensão de atendimento de um posto de saúde da prefeitura. Com algumas adaptações, ele foi transformado na primeira unidade móvel da TV Padre Cícero.

Figura 38 – Primeira unidade móvel da TV Padre Cícero



Fonte: Arquivo TV Padre Cícero (2024).

Ainda de acordo com Carlos Bezerra (2024, entrevista):

Ele [Roberto Bulhões] falou com o pessoal da prefeitura, deixou a gente ficar usando... Aí foi que ali tivemos a primeira unidade móvel, mas quem puxava era a Brasília. Aí la dentro botamos um ar-condicionado, tinha o rádio transmissor, que era o link que mandava lá para o Horto. Aí tinha toda aquela briga. Tem que estabilizar ele, para não ficar balançando e a antena amarrada nele. Tinha uma base de ferro, que a gente colocava o pneu da Brasília e travava para não ficar balançando. Porque a antena, o link não pode balançar não. Se der no vento o sinal some. Era uma confusão para fazer isso.

Com o tempo, a unidade móvel da TV Padre Cícero foi modernizada e aprimorada, como podemos observar na figura abaixo. Atualmente, ela é um equipamento essencial para as transmissões realizadas fora do estúdio, como a Missa do Padre Cícero, no dia 20, as romarias, as festas e outros eventos na região. Além disso, o avanço tecnológico, como a internet, potencializou e agilizou diversos processos e comandos na TV Padre Cícero.

Figura 39 – Atual unidade móvel da TV Padre Cícero



Fonte: Autor (2024).

A respeito da relação do público (audiência) local com a chegada da TV Padre Cícero, no final dos anos 1990, não é possível mensurá-la devido à falta de dados e registros. No entanto, a partir do relato de Ana, que passou a integrar a equipe da produtora e da TV em 2007, podemos obter algumas informações:

Então, quando há 25 anos atrás, olha hoje o que é que você tem essa dificuldade de encontrar, do Cariri se ver, imagina há 25 anos atrás. Então, não tinha nem jornal local. Imagine uma TV ou rádio, internet, nem pensar, que mostrasse coisas do cotidiano aqui da região. Um evento religioso, um 7 de setembro, qualquer coisa que fosse. Então, quando surgiu a TV Padre Cícero, eu, como telespectadora, fiquei tão entusiasmada com aquilo de ver a rua da minha avó, o bairro da minha tia, sabe?! Se reconhecendo na TV, exatamente. Então, veio a TV Padre Cícero, justamente, num evento que, hoje, é muito repercutido, que é o aniversário do Padre Cícero, né? A seresta do Padre Cícero. Então, há 25 anos atrás, a gente sabia, assim, por alto, porque não tinha tanta informação assim. Acontecia já, a seresta, era uma coisa mais resumida (Ana Luiza Domingos, 2024, entrevista).

É necessário considerar algumas ressalvas em relação ao relato de Ana Luiza Domingos, tendo em vista sua participação no projeto televisivo. No entanto, podemos supor que a chegada de uma emissora local, que retratava a cultura, as festividades, os eventos e a própria comunidade, representou uma grande novidade para a população. Além disso, era a primeira vez que os moradores de Juazeiro do Norte ouviam, por meio do boca a boca, sobre a existência de uma emissora de televisão própria, como destacou Ana:

Então, quando a gente ligou à TV, que viu, a gente disse: “Acontece isso aqui em Juazeiro?”. Eu vim de uma família católica, então, foi... Nossa, a gente assistiu tudo. E você queria ver mais. Aí, tudo que o Bulhões ia mostrando, a gente tinha interesse de saber. Porque era notícia daqui, era de gente conhecida. Ele veio com a proposta de mostrar tudo. Era um show, era um evento religioso. Então, aquilo chamava a atenção. A gente tinha sede de saber (Ana Luiza Domingos, 2024, entrevista).

Assim como nos primórdios da televisão no Brasil, a exemplo da TV Tupi, podemos afirmar que a TV Padre Cícero inseriu o sul cearense na formação de “[...] um imaginário tecnológico sobre a televisão” (Barbosa, 2010, p. 16), estabelecendo um espaço simbólico de produção e visibilidade da cultura, da história, das tradições e, principalmente, do povo local. Esse espaço foi ocupado pela TV Padre Cícero durante dois anos (1999-2000), enquanto Roberto Bulhões e sua equipe aguardavam a concessão definitiva para continuar utilizando o Canal 13.

Após esse período, podemos considerar que a primeira fase da TV Padre Cícero chegou ao fim quando a concessão não foi aprovada. Na primeira entrevista realizada com Roberto Bulhões, em 2024, ele explicou o que aconteceu:

Eu consegui a concessão, o problema é que tomaram a concessão. Com isso, nós entramos com um processo na Anatel. E o processo começou a se encaminhar, aquela burocracia e quando chegou na hora da outorga, sabe o que acontece? Na outorga, um deputado aqui da cidade viu e entrou com um processo também. Só que um deputado lá com um processo e o Bulhões aqui, um mero radialista do interior... Ele passou a perna e colocou a TV Verde Vale no ar, a emissora dele. E desde a outorga ele passou cinco anos para colocar a emissora no ar (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Já na segunda entrevista, Roberto Bulhões (2024) deu-nos novas informações sobre o caso:

E de repente, quando estava na luta para regularizar, o deputado Manoel Salviano foi por trás e me deu uma rasteira. Pegou a TV, estou no nome dele. Logicamente, tinha mais condições do que eu, em todos os sentidos financeiros e tudo. Eu continuei na labuta. Ele passou uns 4 a 5 anos para botar no ar. Ele ganhou a outorga e só de mal não botou no ar. Ficou um tempão para botar no ar, botou no ar bem depois (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

O político Manoel Salviano Sobrinho, além de médico e empresário brasileiro, foi deputado federal pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) em três legislaturas (1999-2003, 2003-2007 e 2007-2011). Também exerceu o cargo de prefeito de Juazeiro do Norte por duas vezes: a primeira pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), de 1983 a 1988, e a segunda pelo PSDB, de 1993 a 1996. Além disso, foi deputado estadual pelo PSDB de 1991 a 1995.

Manoel Sobrinho é o proprietário da TV Verde Vale, Canal 13, inaugurada apenas em 2006. Ao se referir ao encerramento das transmissões da TV Padre Cícero em 2000, Yório Bulhões (2024, entrevista) relata que:

Foi uma coisa, uma situação chata até, né? Diante de como aconteceu. Nessa televisão, nós estamos tentando ter direito de ter a concessão há muito tempo, né? E na época, por questões políticas, outra pessoa conseguiu, meio que tomou do meu pai, né?

Tomou na época [o Canal 13]. Que hoje a ideia é a televisão Verde Vale. Então, tomaram o nosso direito de exibir a nossa programação, né? Aí foi puxado.

Na época da disputa pela concessão, Salviano era deputado federal, e esse fator, para Roberto Bulhões, foi crucial para que ele não conseguisse a outorga do Canal 13. Aqui, vale relembrar a discussão apresentada no capítulo 3 sobre as relações políticas e as concessões de televisão, que ajudam a explicar como políticos se tornaram proprietários de emissoras no Brasil e sua influência nos meios de comunicação até os dias atuais.

De acordo com Pinto (2023, p. 48), “Desde a redemocratização do Brasil, em 1985, até 2020, o Senado e a Câmara dos Deputados do país foram presididos, majoritariamente, por políticos donos de mídias e/ou profissionais de comunicação”, o que evidencia tanto o controle sobre a distribuição das outorgas quanto a influência no comando dos veículos de comunicação. Além disso, há também a prática do uso de laranjas: “A atribuição das concessões a terceiros ocorre sem fiscalização” (Pinto, 2023, p. 55).

Diante desse cenário, Cabral Filho e Cabral (2024) destacam a necessidade de uma regulamentação democrática da radiodifusão. Segundo os autores (2024, p. 43), “[...] a comunicação não se faz apenas pela disposição e pelo interesse das pessoas, grupos, organizações [...], mas também por um conjunto de leis e procedimentos” relacionados à regulamentação da radiodifusão brasileira. Essa questão se torna ainda mais relevante quando analisamos territórios mais distantes dos grandes centros urbanos, onde o poder político e econômico se manifesta na estrutura social por meio dos chamados “novos coronéis”.

Sobre esse episódio, Reginaldo Arraes (2024, entrevista) relembra como foi esse momento para a TV: “Eu me lembro das confusões, né? Porque com isso começou muito [com] o povo, que sempre tem aquelas intrigas, né? Ah, porque está irregular, porque não sei o quê, porque não sei o quê. Começou muito bater em cima dele [por causa] disso”. Assim, no final do ano 2000, a TV Padre Cícero foi notificada sobre a concessão do Canal 13. Em entrevista para Feitosa (2013, p. 47), Roberto Bulhões explicou que:

Funcionamos a base de liminar e ficamos no ar por dois anos e alguns meses. Em setembro de 2011 saímos do ar pelo Canal 13, após a ANATEL derrubar a liminar da justiça. Como recusei entregar a chave do prédio onde os equipamentos irradiantes estavam, na Colina do Horto, a ANATEL levou o caso a Polícia Federal.

Devido à resistência em entregar a chave do edifício, mesmo após o fim das transmissões, Roberto Bulhões foi notificado judicialmente em 2001:

Eu fiquei condenado a quatro anos. E daí deu de multa. Apelamos para o tribunal em Recife. O desembargador achou interessante o nome da TV Padre Cícero. E olhou quais eram os atributos: divulga a cultura, a romaria. A religiosidade popular. E acho

que ele era devoto do Padre Cícero, talvez. Aí ele arquivou. Não paguei a multa. Nem fui preso. E ficou o processo aí, e eu continuei na luta. Tentando, batalhando pelo canal e tudo mais, vira para cá, vira para lá (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Entretanto, o caso foi arquivado. Em sua autobiografia, Roberto Bulhões discorre sobre esse momento:

O advogado José Erivaldo Oliveira, o mesmo que conseguiu a liminar para colocar a TV no ar, apelou pra o Tribunal Regional Federal (TRF-5), em Recife/PE, pedindo o cancelamento da condenação. Os desembargadores entenderam que a TV Padre Cícero era um elo de comunicação regional com a comunidade do Cariri cearense, cancelou e arquivou a sentença em primeira instância (Bulhões, 2021, p. 49).

A partir do exposto, entendemos que a TV Padre Cícero, pioneira no sul cearense, foi resultado de um sonho colocado em prática pelo comunicador e empresário Roberto Bulhões, com a ajuda de seus filhos e colaboradores. No entanto, a falta de um planejamento mais arrojado, que contemplasse todas as potencialidades e riscos, pode ser apontada como um dos fatores que levaram ao fechamento precoce da emissora – além das relações de poder e dos jogos de interesse político que envolvem a concessão pública de um canal televisivo.

O fim das transmissões no Canal 13 não representou o fim da TV Padre Cícero. Com a chegada do século XXI, a emissora explorou novas formas de produção e distribuição de conteúdo televisivo, alinhando-se às transformações digitais. No entanto, essa “migração” não ocorreu simplesmente por vontade própria ou como um “caminho natural” diante das mudanças socioculturais e midiáticas, mas sim dentro das possibilidades concretas para garantir a continuidade da TV no interior do sul cearense.

4.3 A TV em transformação: do broadcast ao webcast

Com o impedimento da transmissão televisiva aberta pelo Canal 13 (futura TV Verde Vale) em 2000, a TV Padre Cícero entrou em uma nova fase. Após um período de frustração e angústia, mencionado nas entrevistas realizadas para este estudo, foi criado um site para a emissora. Com o avanço tecnológico, a TV Padre Cícero também expandiu sua presença para o YouTube, onde passou a compartilhar conteúdos e realizar transmissões online.

No final da década de 2010, especificamente em 2019, a equipe da TV Padre Cícero retornou à televisão aberta por meio da concessão da TV Juazeiro, cuja propriedade pertence à prefeitura de Juazeiro do Norte. Dessa forma, a expansão da emissora para múltiplas telas e plataformas consolidou sua presença no meio digital, ampliando seu alcance.

4.3.1 A terceira fase: expansão e interiorização da TV na internet

O final dos anos 1990 e o início dos anos 2000 marcaram o início de um novo processo: o transbordamento das mídias tradicionais para a internet, incluindo a televisão. Autoras como Nogueira (2005) e Renault (2011) analisam as fases de expansão da produção audiovisual para o ambiente digital, destacando conceitos como Webjornalismo Audiovisual e Webtelejornalismo.

Nogueira (2005) classifica o Webjornalismo Audiovisual em três fases. Na Primeira Fase, denominada “Contemplativa”, a expansão do conteúdo audiovisual para a internet foi caracterizada pelos seguintes aspectos: a) a simples presença das empresas midiáticas no ambiente digital; b) a pouca exploração dos recursos desse novo meio; c) a limitação ao acesso de links; e d) a interatividade restrita a botões básicos para assistir aos vídeos disponibilizados.

Na Segunda Fase, chamada “Participativa”, observamos alguns avanços, tais como: a) a existência de interatividade entre o usuário e o conteúdo por meio de um banco de dados audiovisual; b) o desenvolvimento de ferramentas de busca, troca de informações e espaços para discussão; c) a possibilidade de os usuários enviarem vídeos para a empresa ou programa, justificando o nome dessa fase; e d) a ampliação do acesso, permitindo assistir a programas ao vivo, e não apenas conteúdos gravados. Entretanto, apesar desses avanços, é importante destacar que a “participação” e o “maior acesso” ainda estavam condicionados às limitações impostas pelas próprias empresas e às potencialidades do novo meio.

Na Terceira Fase, denominada “Construtiva”, Nogueira (2005) explica que, além das características das fases anteriores, essa etapa se diferencia pela possibilidade de o usuário montar seu próprio noticiário audiovisual por meio de ferramentas específicas. Ou seja, entramos em um cenário de personalização e dinamização do conteúdo. Dessa forma, ao longo dessas diferentes fases, não apenas houve uma ampliação do uso da internet pelas empresas midiáticas e pelos usuários, mas também um maior diálogo entre os dois ambientes comunicacionais (televisão e internet), que, com o tempo, se tornaram cada vez mais entrelaçados.

Quadro 21 – Fases do Webjornalismo Audiovisual

Fases	Descrição
1ª fase (Contemplativa)	O Mosaico Digital de Notícias garante a presença da empresa de comunicação no domínio cibernético, sem explorar muito os recursos multimidiáticos; dá acesso apenas aos arquivos das últimas edições dos telejornais exibidos em canal aberto. A hipertextualidade é limitada ao link para o conteúdo audiovisual e a interatividade aos botões de play, pause, stop, avançar ou retroceder e ao envio de sugestões de pauta por e-mail.

2ª fase (Participativa)	O Mosaico Digital de Notícias consegue promover um maior envolvimento do usuário. Além do acesso aos bancos de dados, permite mais interatividade através de ferramentas de busca, enquetes, fóruns, chats, envio de matérias por e-mail (dinamização descentralizada de conteúdo ⁷⁵) etc. e ainda oferece a possibilidade de se assistir a alguns programas ao vivo.
3ª fase (Construtiva)	Além de possuir todas as características presentes nas fases anteriores, o Mosaico Digital de Notícias deve permitir que o usuário monte o seu próprio noticiário audiovisual através de ferramentas específicas e opte por recebê-lo via e-mail: personalização e dinamização centralizada do conteúdo.

Fonte: Nogueira (2005).

Assim, podemos apontar que, na Primeira Fase, denominada “Contemplativa”, a expansão do conteúdo audiovisual para a internet foi marcada, simplesmente, por: a) a presença das empresas midiáticas no ambiente digital; b) a exploração ainda tímida dos recursos desse novo ambiente; c) a limitação ao acesso de links; e d) a interatividade restrita aos botões básicos para assistir aos vídeos disponibilizados.

Já na Segunda Fase, denominada “Participativa”, identificamos alguns avanços, tais como: a) a existência de interatividade entre o usuário e o conteúdo, por meio de um banco de dados audiovisual; b) o desenvolvimento de ferramentas de busca, troca de informações e discussões; c) a possibilidade de participação ativa, com o envio de vídeos para a empresa ou programa – o que justifica a nomenclatura desta fase; e d) a ampliação do acesso, permitindo assistir aos programas ao vivo, e não apenas a conteúdos gravados.

Entretanto, apesar desses avanços, é necessário pontuar que essa maior “participação” e “acesso” ainda estavam condicionados e centralizados pelas potencialidades do novo meio, bem como pelos limites impostos pelas empresas aos usuários.

Na Terceira Fase, a “Construtiva”, Nogueira (2005) explica que, além das características desenvolvidas nas duas fases anteriores, nesta última fase o usuário passa a ter a possibilidade de montar seu próprio noticiário audiovisual por meio de ferramentas específicas. Ou seja, adentra-se no cenário da personalização e dinamização do conteúdo.

Dessa forma, podemos observar que, ao longo dessas fases, houve não apenas uma ampliação do uso do ambiente digital por empresas midiáticas e usuários, mas também um maior diálogo entre os dois ambientes comunicacionais (televisão + internet), que, com o tempo, se tornaram cada vez mais entrelaçados.

Já Renault (2011), ao discutir o entrelaçamento entre Webjornalismo e Telejornalismo, apresenta a proposta de “Webtelejornalismo” como uma reflexão sobre os processos de migração, transbordamento e expansão do audiovisual telejornalístico para os meios digitais. Assim, a autora caracteriza três fases:

Quadro 22 – Fases do Webtelejornalismo

Fases	Descrição
Transposição	Estão incluídas as emissoras de televisão, que usam a web para postar o conteúdo exibido durante a programação e/ou para disponibilizar vídeos inéditos. Foram desenvolvidos sites de transposição do audiovisual, que produzem e divulgam imagens da televisão.
Híbridos	São os veículos de informação que não possuem vínculo com o audiovisual, reservando um espaço em seu site para postar vídeos complementares a reportagens ou vídeos avulsos com informações sobre outros assuntos não tratados no veículo de origem. É o caso de rádios, jornais impressos e portais de notícias.
Nativos	São os veículos criados especificamente para produzir conteúdo audiovisual para a internet, existindo somente na plataforma virtual, ou seja, as WebTVs.

Fonte: elaborado pelo autor com base em Renault (2011), Caselli e Coutinho (2013).

Na proposta elaborada por Renault (2011), a Primeira Fase, denominada “Transposição”, corresponde, em grande parte, ao que Nogueira (2005) apresentou como a Primeira Fase do Webjornalismo Audiovisual: a simples migração do conteúdo televisivo (os arquivos de vídeos) para a internet. Esse processo funcionou apenas como uma forma de divulgação e disseminação desse conteúdo, utilizado pelas empresas televisivas para reforçar sua presença no meio digital.

Na Segunda Fase, dos conteúdos “Híbridos”, não temos mais apenas as empresas midiáticas e jornalísticas produzindo conteúdo audiovisual. Aqui, há uma expansão para veículos informativos, sobretudo jornais impressos e revistas, que passaram a investir na produção audiovisual e enxergaram na internet uma nova forma de comunicação e interação com seu público. Nessa fase, o audiovisual era produzido tanto como complemento de conteúdos existentes quanto como material inédito, elaborado especificamente para a nova mídia – caracterizando, assim, uma fase de transição.

Já na Terceira Fase, dos “Nativos”, diferentemente das fases anteriores, os conteúdos audiovisuais são produzidos exclusivamente para e na internet. Ou seja, eles não existem em outras plataformas ou veículos midiáticos, como as emissoras de televisão. O grande marco dessa fase é o surgimento das WebTVs. Dessa forma, é a partir da implantação das WebTVs que se observa uma fase inicial de expansão e interiorização da televisão brasileira no ambiente digital.

A exposição feita até o momento serviu como um balizador para compreendermos como os conteúdos televisivos, inicialmente fragmentados – especialmente no que diz respeito ao telejornalismo –, foram ampliados e adaptados para o meio digital. Assim, é possível afirmar

que um dos primeiros passos da expansão da televisão foi seu transbordamento para a internet, iniciado quando as empresas começaram a desenvolver sites institucionais e organizacionais.

Nessa fase, nossa reflexão se concentra, sobretudo, na expansão do audiovisual telejornalístico, que nos ajuda a entender o cenário de abrangência da televisão para novas janelas de exibição, compartilhamento e acesso. De acordo com Souza (2021, p. 112), esse transbordamento ocorre:

Com a abertura da comunicação no formato digital foram estabelecidos novos modelos de disponibilização da informação, passando pelo acesso, uso e (re)apropriação para a construção de uma memória audiovisual em ambientes digitais como observada em sites, redes sociais, aplicativos de vídeos e serviços de *streaming* (seja de forma institucionalizada ou produzida por outros sujeitos, a exemplo de canais na plataforma YouTube). Dessa forma, é possível dialogar sobre o transbordamento do telejornalismo nos meios digitais, a partir dos arquivos de vídeo disponibilizados na internet.

Não por acaso, as primeiras experiências com WebTV no Brasil, surgidas a partir de empresas provedoras de internet, refletem essa relação de proximidade tanto com o modelo tradicional quanto com as novas possibilidades proporcionadas pela mídia digital, como apontamos no quadro a seguir:

Quadro 23 – Primeiras experiências de WebTV no Brasil

WebTVs	Descrição
TV UOL	Está no ar desde o dia 04 de junho de 1997, sendo o primeiro canal feito e veiculado exclusivamente pela internet. Essa TV pertence ao Universo Online, portal lançado em abril de 1996 e que até 2003 funcionou como resultado de uma associação entre o Grupo Folha e o Grupo Abril.
TV Terra	Passou a fazer parte do portal Terra, antigo ZAZ, em setembro de 2000 e permanece 24 horas no ar, todos os dias. Mas, os programas inéditos e ao vivo são veiculados apenas de segunda a sexta, nos finais de semana a programação é reprisada.
allTV	Foi ao ar oficialmente em maio de 2002. No início, o sinal era transmitido pela internet e não por satélite ou antenas. A allTV migrou do ciberespaço para o espaço “real” em agosto de 2003, quando passou a ser oferecida como um canal da TV Paga, podendo ser acessada no canal 12 da TVA de São Paulo.

Fonte: elaborado pelo autor baseado em Amaral (2007).

No caso da TV UOL e da TV Terra, as experiências de transmissão televisiva na internet ainda estavam mais próximas do modelo de televisão broadcasting, apesar de serem canais exclusivos da internet. Já a allTV, embora também utilizasse modelos preexistentes da televisão tradicional, demonstrava interesse na exploração dos recursos digitais, como a possibilidade de interação com o público por meio do bate-papo (um avanço considerável para a época).

Foi a partir dessas experiências pioneiras de modelos e propostas de WebTVs, entre o final da década de 1990 (século XX) e o início dos anos 2000 (século XXI), que começou a

se desenhar um movimento de descentralização da produção televisiva tradicional. Ou seja, a televisão, antes restrita às emissoras e às outorgas, passou a expandir-se para os ambientes digitais. Nesse sentido, conforme apontam Rodrigues e Souza (2023, p. 408):

“Podemos estender esta discussão para a relação entre televisão e territórios descentralizados que almejam o desenvolvimento de conteúdo televisivo baseado no barateamento dos equipamentos e das tecnologias digitais de produção e difusão acessíveis.”

Além disso, consideramos que a produção televisiva desenvolvida na internet promove uma (re)organização e uma (re)configuração do território televisivo. Assim, em nossa proposta, a terceira fase de expansão e interiorização da televisão é caracterizada pela descentralização da presença televisiva, que, nas duas primeiras fases, esteve sob o domínio exclusivo das grandes empresas midiáticas e conglomerados (representados, respectivamente, pela Rede Tupi e pela Rede Globo).

Esse processo de transbordamento e expansão da televisão para a internet, impulsionado pela fragmentação e criação das WebTVs, marca o estabelecimento da terceira fase do processo de expansão e interiorização da televisão no Brasil. Esse movimento também nos permite analisar a trajetória da TV Padre Cícero na era digital.

4.3.2 *Uma nova forma de (re)existir: a TV Padre na era da internet*

Após o encerramento das transmissões da TV no Canal 13, Reginaldo Arraes (2024, entrevista) relata: “[...] foi um baque tão grande que a gente passou assim um ano e meio, um ano depois que fechou, a gente ficou meio sem chão, sabe?! Pegava um evento aqui, acolá. Mas ficamos meio perdidos.”

Ao recordar o acontecimento, Reginaldo demonstrou uma expressão de tristeza. Até então, seu rosto refletia o entusiasmo de ter participado do início da história da TV Padre Cícero. No entanto, ao relembrar esse momento difícil, ele fez uma pausa no relato e chegou às lágrimas, o que evidencia o quanto a TV era importante e significativa em sua vida. Não era apenas um trabalho; era sua segunda casa. Sua segunda família.

Yório Bulhões (2024, entrevista) também relembra o fechamento da TV:

Foi uma coisa, uma situação chata até, né? Diante de como aconteceu. Nessa televisão, nós estamos tentando ter direito de ter a concessão há muito tempo, né? E na época, por questões políticas, outra pessoa conseguiu, meio que tomou do meu pai, né? Tomou na época [o Canal 13]. Que hoje a ideia é a televisão Verde Vale. Então, tomaram o nosso direito de exibir a nossa programação, né? Aí foi puxado.

A partir desses relatos, fica evidente que a TV Padre Cícero não esperava que, após dois anos, fosse impedida de continuar transmitindo em sinal aberto. No entanto, alguns entrevistados, como Roberto Bulhões e Yório Bulhões, enfatizam que a TV nunca parou:

Na verdade nós nunca paramos, né? Nós sempre continuamos a parte de jornalismo. Porque a TV para Cícero ela ficou em domicílio, ela ficou ali em *stand-by*. Porém, a gente continuou a nossa vida normal. A empresa de eventos, que eu falei lá atrás, ela continuou existindo [a produtora]. Com o jornalismo continuamos existindo. A gente foi fazer matéria na época. Continuamos com a Record na época, com a TV Cidade, aqui de Fortaleza. Meu pai conseguiu colocar a matéria no Jornal Nacional. No Fantástico (Yório Bulhões, 2024, entrevista).

Contudo, houve, de fato, uma paralisação das atividades da TV no final do ano 2000, no que se refere à transmissão em Juazeiro do Norte. Essa interrupção pode não ter ocorrido de maneira absoluta, pois, como explicado, as gravações de reportagens continuaram a ser feitas e enviadas para emissoras de rede nacional. No entanto, no âmbito local, as transmissões não tiveram continuidade naquele momento. Foi após esse período que surgiu a ideia de criar o site da TV Padre Cícero:

E aí quando deu essa lacuna, que aí quando começou a internet mesmo, que começou a vir a partir de internet. Que a gente viu a possibilidade de, de, de que a gente podia voltar, né, na internet. Aí começou a ressurgir de novo aquela vontade. Mas, tanto tempo, será que ainda vai? Será que? Até que o Yório resolveu, diretamente com o Bulhões e o Júnior: “Então, vamos botar”. E aí botou na internet. Aí passou num tempão, só na internet (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

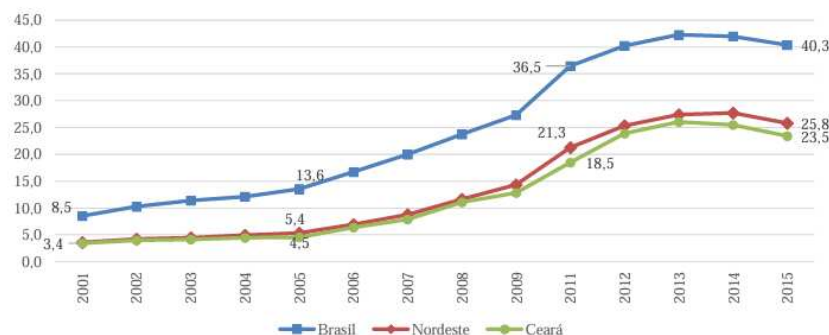
Após um período não especificado, mas que, a partir dos relatos, pode ser estimado entre o final de 2002 e o início de 2003, foi desenvolvida a primeira versão do site da TV Padre Cícero, ainda de forma bastante embrionária. Como relata Yório Bulhões (2024, entrevista): “[...] a gente conseguiu gravar, editar, e justamente quando a gente não tinha mais o direito de usar o canal aberto, nós conseguimos colocar a nossa TV no site.”

No entanto, a ideia de “colocar a nossa TV no site” naquela época era completamente diferente dos moldes atuais, especialmente quando analisamos o processo de expansão da TV para a internet. Roberto Bulhões (2024, entrevista) relata como ocorreu essa inserção da TV na internet no início dos anos 2000:

O sinal de internet era muito ruim no começo. Era arriscado, né? A gente quase não conseguiu, mas compramos um modem. Um modem da Claro. Então, com o modem eu transmitia a missa. Com o modem, a gente ia para lá e levava o notebook. E transmitia a missa com o modem. Com duas câmeras lá. Fazia a transmissão da missa. Aí começamos a descobrir a internet. O Roberto era muito inteligente. Aí começamos.

Sobre o acesso à internet e a presença de computadores nos lares cearenses na época, de forma geral, o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE), em dados divulgados em 2020, corrobora essa análise ao apresentar algumas estatísticas:

Figura 40 - População em domicílios com acesso à internet



Fonte: IPECE (2020).

Embora os dados não sejam específicos do município de Juazeiro do Norte, podemos inferir que, entre 2002 e 2003, o acesso à internet no Ceará era inferior ao de outras regiões do Nordeste. Considerando que Juazeiro do Norte está localizada no sul do estado, sendo uma cidade do interior em processo de desenvolvimento, é provável que o acesso à internet fosse mais precário do que na capital, Fortaleza, dificultando para a população acompanhar a TV Padre Cícero naquele período.

O próprio Bulhões destaca a questão do alcance da TV na internet: “Aí fizemos uma página na internet da TV Padre Cícero. Só que não era a potência que é hoje, né?! A ‘tvpadrecicero.com.br’, esse domínio é nosso há muito tempo. E a marca é registrada por aquele negócio de patente, é patenteado” (Roberto Bulhões, 2024, entrevista). Carlos Bezerra também explica como foi esse momento para a TV Padre Cícero:

Aí para não morrer a gente foi atrás, estava surgindo a internet... Começou a surgir a internet, site, essas coisas. Aí procuramos uma pessoa. Era um amigo da gente aqui. Vamos fazer. Só que não tinha como fazer ao vivo. A gente gravava uns videozinhos e colocava lá. Demorava o tempo todo, que era aquela internet discada. Hoje, eu acho que a gente não tem esses arquivos. Porque antes você mandava e não tinha como salvar. Ficava lá e você assistia. E era um arquivozinho tão pequenininho, que mal você via (Carlos Bezerra, 2024, entrevista).

Carlos Bezerra (2024, entrevista) ainda relembra: “Eram umas imagens ruins, tinha que converter e botar uns arquivos tão pequenininhos”. Sua descrição explicita as dificuldades enfrentadas com a internet no Brasil naquele momento. Além disso, destaca a perda desses arquivos devido aos desafios de salvaguarda do material audiovisual – uma problemática

fundamental que nos leva a refletir sobre a importância dos arquivos televisivos como parte da memória e da história local.

As informações sobre esse período da TV são vagas e escassas, mesmo diante das lembranças dos entrevistados. A dificuldade de acesso a essas informações também se tornou um obstáculo para determinar com precisão quanto tempo durou a primeira versão do site. Nesse contexto, compreendemos que, apesar da importância da história oral para o registro das informações, ela também apresenta limitações no que se refere à comprovação. Baseada na memória e naquilo que o(a) entrevistado(a) tem vontade de lembrar ou esquecer, a história oral, sem o suporte de outras fontes documentais, torna-se a única referência disponível para refletirmos sobre a trajetória da TV Padre Cícero.

Durante esse período de mudanças e transformações, a TV Padre Cícero perdeu um de seus fundadores, Roberto Santana. De acordo com reportagem do Portal Miséria (2021), em 2 de março de 2001, Roberto Santana faleceu vítima de um câncer linfático no estômago. Técnico em eletrônica e primeiro diretor de programação da TV Padre Cícero, ele foi uma figura fundamental para o estabelecimento da primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte.

4.3.3 As problemáticas da transmissão da Missa do Padre Cícero para o Brasil

Durante o período de criação e utilização do site, que disponibilizava pequenos vídeos, Roberto buscou apoio para viabilizar a transmissão ao vivo da Missa do Padre em âmbito nacional. Para isso, recorreu ao prefeito eleito de Juazeiro do Norte, o médico Raimundo Macêdo, do PSDB (gestão 2005-2008).

Chega o ano de 2004. Juazeiro do Norte elege seu novo prefeito, o médico Raimundo Macêdo. Ciente de minha luta incansável em divulgar Juazeiro do Norte a nível nacional, o prefeito procurou se informar de como poderia colocar no ar, ao vivo, a Missa do dia 20, ou Missa do Padre Cícero, para todo Brasil. Orientei Dr. Raimundo a procurar a TV Diário, de Fortaleza, que na época estava no satélite, sendo captada em todo o território nacional, através de antenas parabólicas (Bulhões, 2021, p. 54).

Dessa forma, a equipe da TV Padre Cícero conseguiu transmitir ao vivo a Missa do Padre Cícero diretamente de Fortaleza, pela TV Diário. No entanto, devido a questões políticas e econômicas, em 2008, a TV Diário foi obrigada pela Rede Globo a interromper a transmissão do seu sinal via antena parabólica, já que sua audiência estava superando a da emissora da família Marinho. Sobre essa questão, Martins (2009, online) explicou que:

Desde o último dia 25 de fevereiro, o canal cearense TV Diário, auto-intitulado ‘A TV do Nordeste’, teve seu sinal via parabólica tirado do ar. A retirada foi resultado de pressões da Rede Globo junto ao grupo Verdes Mares, controlador da emissora. Com

isso, a oferta da TV Diário, que até então chegava a uma parcela significativa do território brasileiro, ficou restrita apenas ao estado do Ceará. A Rede Globo, em nota, justificou a investida argumentando que ela teve como objetivo harmonizar os sinais de emissoras afiliadas, restringindo-os aos seus territórios de origem.

Além disso, o ano de 2008 marcou o início de mais uma disputa política municipal. O então prefeito Raimundo Macedo (PSDB) perdeu a reeleição em Juazeiro do Norte para Manoel Santana, do Partido dos Trabalhadores (PT). Essa mudança resultou na falta de apoio e empenho político para a retomada da TV Padre Cícero e das transmissões em nível nacional da Missa do Padre Cícero.

Paralelamente a esses acontecimentos, novas mudanças estruturais e conceituais ocorreram com o retorno de Bulhões Júnior à TV Padre Cícero, também em 2008. Com a experiência adquirida durante sua passagem pelo SBT, ele trouxe um caráter mais profissional à emissora. Embora algumas informações sejam vagas, a partir de seu relato, entende-se que, entre 2003 e 2008, o site da TV também ficou fora do ar.

E aí, quando eu cheguei aqui, eu vi que era meu pai na luta dele, né, pra botar [a TV], só tinha praticamente um papel. Porque não tinha onde mostrar as transmissões dele, não tinha onde passar. E aí, eu vi a dificuldade, não tinha um site, não tinha uma página de redes sociais, essas coisas. E aí eu fui introduzindo isso. Primeira coisa, um site. Por quê? Porque a programação tá lá. Tem que ter uma programação. Eu bolei a programação, vamos fazer assim, assim, e colocamos lá. [Foi] a primeira coisa que eu fiz. Como é que vocês não têm um site? Como é que vocês querem ser visto? Como é que vocês vão saber, as pessoas vão saber que vocês existem? (Roberto Bulhões Júnior, 2024, entrevista).

Além dessa (re)organização e (re)estruturação do site, Bulhões Júnior também ressaltou, de forma indireta, o amadorismo da TV ao mencionar a necessidade de registrar a marca “TV Padre Cícero”:

Ah, mas é só pra Juazeiro que a gente queria fazer [disse Roberto, o pai]. Legal, mas é pra Juazeiro que tem que ter um site. Porque é preciso ter um site, cara. Um site pras pessoas saberem onde encontrar. Ah, a TV Padre Cícero, onde é a TV Padre Cícero? Aí outra coisa, o nome registrado. Tem que ter registrado. Tem que registrar a marca, essa marquinha que foi inventada aí, tem que registrar. Aí eu fui cutucando ele pra essas coisas acontecerem (Roberto Bulhões Júnior, 2024, entrevista).

É interessante observar que, com o retorno de Bulhões Júnior, surge também um certo conflito de ideias e gerações. Sobre essa questão, ele explica que:

[...] porque aquela questão, ele [o pai, Roberto Bulhões] não leva [para] esse lado comercial, ele leva para o lado artístico. O lado artístico, o lado da essência da coisa. E você tem que levar para o lado comercial. Tem o lado artístico? Óbvio, mas o artístico não vive sem o comércio. Uma empresa não vive apenas produzindo, vamos dizer, produzindo alguma coisa. Ela tem que ter a parte financeira. Porque, quebrou

uma peça de uma máquina, sei lá o quê. De onde vem o recurso? Do financeiro (Roberto Bulhões Júnior, 2024, entrevista).

Esse conflito se manifesta em pequenos detalhes, especialmente na forma de compreender a TV. Durante a conversa com Roberto Bulhões, sua fala girava em torno do antigo sonho de ter uma estação televisiva. Para ele, a TV não é vista, ao menos inicialmente, como um negócio, mas como a continuidade do projeto iniciado no programa *Aqui Agora*, do SBT, na década de 1990: transmitir a cultura nordestina para todo o Brasil.

Já o seu filho, Bulhões Júnior, adotou uma perspectiva mais empresarial da TV, como destacado anteriormente. Não por acaso, ele é o atual diretor de programação e responsável por conduzir os programas *Leriado* e *Panorama Regional*. Embora não seja explicitamente mencionado, percebe-se a coexistência de duas visões – a do pai e a do filho –, que caminham juntas para o desenvolvimento da TV Padre Cícero. Afinal, como ressaltaram Roberto Bulhões Júnior e Yório Bulhões, a TV representa a realização de um sonho do pai deles, mantido até hoje com muita luta e esforço.

Ao analisarmos a transmissão da Missa do Padre Cícero no contexto das disputas políticas, observamos que, a partir de 2009, as transmissões pela TV Padre Cícero foram retomadas. No entanto, esse retorno, durante a gestão municipal de Manoel Santana, foi marcado por interferências, conforme relatado por Bulhões (2021, p. 56-57):

No início de fevereiro [de 2009], surgiram, como sempre oportunistas se passando por ‘salvador da pátria’, prometendo transmitir a missa por intermédio de três emissoras com sede no Sudeste do Brasil. Na mesma hora, receberam como adiantamento pelo ‘serviço’ quase 20 mil reais para custear a transmissão. Chega, então, o dia 20 de fevereiro de 2009, celebra-se a missa como de costume, mas ninguém sabe e ninguém assistiu em nenhum canal de TV.

Sobre esse acontecimento, Roberto Bulhões (2024) esclareceu que os responsáveis pela transmissão fugiram com o dinheiro, impedindo sua realização. Diante da situação, Roberto e o prefeito Manoel Santana buscaram uma solução viável para garantir a transmissão das missas.

Diante das amizades feitas em vários canais de TV no Sudeste, no dia seguinte [após a reunião], viajei para São Paulo à procura de falar com o Padre Cleodon, um amigo que tinha um programa na TV Século 21, com sede na cidade de Vinhedo/SP. Padre Cleodon me recebeu no mesmo dia, e conseguiu que o Padre Eduardo, diretor presidente da Século 21, me recebesse. Ao declinar sobre o assunto, Padre Eduardo concordou em transmitir a missa do Padre Cícero nos dias 20 de cada mês (Bulhões, 2021 p. 57).

Com o retorno das transmissões ao vivo da missa para todo o Brasil, emissoras locais e regionais também demonstraram interesse em exibí-la, como foi o caso da TV Ceará

(Fortaleza), TV Verde Vale (Juazeiro do Norte) e TV Aparecida (Aparecida/SP). A expansão da televisão, que já ocorria por meio da transmissão no site da TV Padre Cícero e em outras emissoras, ganhou ainda mais alcance com a criação de um canal na plataforma YouTube e a entrada na TV a cabo, por meio de uma parceria com a empresa de telecomunicações cearense Brisanet⁷⁴.

4.3.4 Do YouTube à TV a cabo: novos movimentos de expansão audiovisual

O primeiro movimento de expansão audiovisual da TV Padre Cícero para a internet ocorreu com o desenvolvimento do site⁷⁵. Após a criação e disponibilização de conteúdos online, a transmissão (inicialmente das missas) foi ampliada com a criação de um canal na plataforma YouTube⁷⁶, em 4 de maio de 2015. No entanto, as informações sobre a criação desse canal também são escassas. Ao falar sobre o surgimento do canal no YouTube, Roberto Bulhões Júnior (2024, entrevista) explicou: “Foi ideia minha e do Carlinhos. Carlinhos também é danado para a rede social. E [foi ideia] de Carlinhos colocar os vídeos no canal do YouTube. Mas Carlinhos é que é mais puxado para isso”. Essa iniciativa fez parte do processo de reformulação da TV Padre Cícero, iniciado com a chegada de Bulhões Júnior.

Além disso, o interesse e o envolvimento de um colaborador, como Carlos Bezerra, também são aspectos recorrentes na história da TV. Conforme identificado durante as entrevistas, todos os colaboradores demonstraram grande interesse em contribuir para que a TV continue evoluindo e esteja alinhada com os avanços tecnológicos e comunicacionais. Esse aspecto ressalta o caráter familiar da TV Padre Cícero e a percepção de que essa experiência televisiva vai além de um simples trabalho para eles.

A criação do canal no YouTube também se consolidou como um espaço de compartilhamento e preservação das transmissões, reportagens e programas produzidos pela TV Padre Cícero. Assim, o YouTube desempenha um papel essencial como repositório da memória televisiva local na internet. Segundo Cajazeira e Souza (2020, p. 265), o YouTube representa uma das “[...] estratégias de armazenamento e salvaguarda dos arquivos audiovisuais, a partir de modelos e plataformas online”. O uso dessas plataformas ocorre principalmente entre empresas e instituições que não possuem um acervo audiovisual próprio,

⁷⁴ Brisanet é uma empresa brasileira de telecomunicações e provedora de Internet, fundada em 1988 no município de Pereiro no estado do Ceará. Está presente nos estados de Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe.

⁷⁵ Disponível em: <https://www.tvpadrecicero.com.br/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

⁷⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/TVPadreC%C3%ADcero>. Acesso em: 20 jun. 2025.

nem profissionais especializados, como arquivistas ou bibliotecários, para gerenciar a preservação da história audiovisual da organização.

As lacunas temporais na trajetória da televisão, sob o viés da memória, estão intrinsecamente ligadas ao desejo de lembrar e esquecer (Gondar, 2005). De acordo com a autora, a memória é um processo seletivo, no qual alguns fatos e acontecimentos são lembrados, enquanto outros são conscientemente ou inconscientemente esquecidos. Esse aspecto é especialmente relevante para esta pesquisa, pois as fontes documentais sobre a história da TV Padre Cícero são praticamente inexistentes, tornando necessário recorrer quase integralmente aos relatos orais dos profissionais da TV. Isso também se reflete no surgimento do canal no YouTube como espaço de registro e memória.

A memória pode ser compreendida sob os aspectos de aquisição, formação, conservação e evocação de informações. No contexto da aquisição, a memória está relacionada ao aprendizado, enquanto a evocação envolve recordação, lembrança e recuperação de informações. Segundo Izquierdo (2002), a memória é a capacidade do cérebro de adquirir, armazenar e recordar informações, o que se aplica diretamente à trajetória da TV Padre Cícero.

Sem operação na televisão aberta, o YouTube tornou-se a principal plataforma de exibição da TV Padre Cícero. Foi nesse período que surgiu o Programa *Leriado*. Entretanto, em 2017, a TV Padre Cícero expandiu sua transmissão para a internet e para a TV a cabo por meio de uma parceria com a empresa de telecomunicações cearense Brisagnet. Fundada em 1997 pelo empreendedor José Roberto Nogueira, a Brisagnet tem sede no município de Pereiro (CE) e, ao longo do tempo, ampliou sua atuação, passando a oferecer serviços de telefonia fixa, pacotes de internet e TV a cabo.

Sobre a presença da TV Padre Cícero na Brisagnet, Roberto Bulhões (2024, entrevista) explicou que:

E eu fiquei lutando, lutando e lutando, com a TV na internet, ficava só na internet, mandando sinal pela internet, aí foi melhorando, veio o espaço no YouTube e tudo mais, abriu uma página, foi quando foi em 2017, chegou a Brisagnet. A Brisagnet, que é essa empresa de TV a cabo e TV por assinatura e internet. E veio aqui conhecer a gente e disse [o responsável]: “Vou botar o seu canal no ar”. E colocou na grade da Brisagnet, e nós estamos aí desde 2017 no ar com o canal na Brisagnet.

A partir da parceria com a Brisagnet, a TV Padre Cícero retornou às transmissões televisivas em seu formato clássico, o broadcast. No entanto, o sinal utilizado não foi o da

televisão aberta, mas sim da TV a cabo, transmitido pelo canal 171. A matéria publicada pelo portal Flávio Pinto News⁷⁷ (2018), ajuda a rememorar esse momento de retomada:

Por vários anos a emissora juazeirense vinha com sua programação apenas na internet, realizando transmissões ao vivo e levando para o Brasil e o mundo, informações, músicas, shows e documentários dos mais diversos, produzidos na região do Cariri cearense. A parceria com a Brisnet coloca a TV Padre Cícero em outro patamar, levando sua programação inicialmente aos estados do Ceará, Paraíba e Rio Grande do Norte, para milhares de assinantes da Brisnet (Portal Flávio Pinto News, 2018, online).

Além do retorno à TV broadcast, a parceria com a Brisnet também possibilitou a expansão da TV Padre Cícero para além do território cearense, alcançando outros estados onde a empresa atua, como Paraíba e Rio Grande do Norte. Pode-se afirmar que, a partir desse momento, iniciou-se um novo ciclo das transmissões televisivas da TV Padre Cícero, culminando em seu retorno à TV aberta em 2019.

4.3.5 *Um pedido ao político: nasce a TV Juazeiro, renasce a TV Padre Cícero*

Na tentativa de ampliar a divulgação da Missa do Padre Cícero, Roberto (2021) buscou o apoio do senador cearense Eunício Oliveira, que, à época, exercia o cargo de Presidente do Congresso Nacional (2017-2019).

Entusiasmado com a solicitação feita naquele instante, Eunício falou-me da sua intenção em instalar em Juazeiro [do Norte] a primeira repetidora da TV Senado no interior do Brasil. Até então, essas repetidoras só estavam sendo instaladas nas capitais. Eunício afirmou precisar de uma torre e de uma casa-abrigo para os equipamentos, ficando de olhos arregalados quando lhe disse que dispunha do apoio que ele solicitava. Ao saber que eu era o responsável pela repetidora de TV da prefeitura de Juazeiro pediu-me que conseguisse com então prefeito Arnon Bezerra, um documento afirmando que estava de acordo com a instalação da TV Senado (Bulhões, 2021, p. 60-61).

A partir desse fato, algumas considerações podem ser feitas. Com o fim da utilização temporária do Canal 13 pela TV Padre Cícero, os relatos sobre a continuidade da televisão foram direcionados à transmissão da missa em homenagem ao Padre Cícero. Não há menção explícita ao retorno das transmissões especificamente pela TV Padre Cícero. No entanto, é possível considerar que esse retorno também foi articulado pela equipe, especialmente por Roberto Bulhões, cuja relação próxima com políticos cearenses pode ter funcionado como um facilitador nesse processo. Isso evidencia um traço histórico da relação entre políticos e meios de comunicação no Brasil.

⁷⁷ Disponível em: <https://www.flaviopintonews.com.br/2018/01/tv-padre-cicero-com-seu-sinal-via-tv.html>. Acesso em: 21 jun. 2025.

Conforme destacam Aires e Santos (2017, p. 7), “Os meios de comunicação brasileiros parecem caranguejos que vivem numa densa estrutura, permeada pelas raízes da família patriarcal e do mandonismo, pelos troncos e galhos do clientelismo e do compadrio”. Essa estrutura está presente desde a inauguração da TV Tupi, passando pela TV Globo e alcançando as emissoras regionais cearenses, como a TV Verdes Mares e a TV Jangadeiro. Dessa forma, foram essas relações e trocas de favores que possibilitaram o retorno da TV Padre Cícero à televisão aberta. Ao analisar a relação entre televisão e prefeituras, Görgen (2007, p. 7) explica que:

A figura do município como executor dos serviços de radiodifusão está nas origens do marco regulatório da radiodifusão [...] Uma prefeitura só poderia ser detentora de uma RTV caso fosse aprovada lei municipal autorizando-a a executar o serviço e prevendo os recursos necessários.

Após a “promessa” do Presidente do Congresso Nacional de viabilizar uma retransmissora para Juazeiro do Norte, Roberto Bulhões (2021, p. 61) descreve o processo:

Em 15 de janeiro de 2018, o prefeito Arnon Bezerra encontrava-se em Brasília e a convite de Eunício Oliveira foi visitar o Senado Federal. Daí, ficou então acertada a vinda de uma comitiva da TV Senado a Juazeiro do Norte, o que aconteceu no final de janeiro de 2019. Vieram na visita, José Carlos Barizon, chefe da Coordenadoria de Transmissão da TV e Rádio Senado, juntamente com Luiz Carlos Fonteles, Assessor Técnico da SECOM. Em Juazeiro do Norte, fizeram os levantamentos do local onde os equipamentos seriam instalados, sendo assinado um acordo de cooperação entre o município e o Senado Federal.

A partir do relato de Roberto Bulhões, observamos que o processo de implantação da TV Juazeiro foi sendo intensificado e consolidado. Após esse levantamento, os equipamentos começaram a chegar:

Quando foi com dois meses me ligaram. Chegou um caminhão aqui na minha porta de equipamento, um caminhão completo, com transmissor... Quase 480 mil reais de equipamentos, tudo da TV Senado. Com poucos dias, chegou o pessoal para montar, acho que mês de agosto, chegou o pessoal para montar, foi lá, veio aqui, lá de Minas Gerais, montou, testou, ficou no ar, está funcionando (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Para a equipe da TV Padre Cícero, a chegada da TV Juazeiro e a possibilidade de voltar a transmitir na televisão aberta foram eventos de grande importância. Os relatos de Yório Bulhões e Reginaldo Arraes ajudam a compreender, ainda que parcialmente, o sentimento de retorno das transmissões da TV Padre Cícero, agora em conjunto com a TV Juazeiro:

Ah, foi um sonho. Foi um espetáculo e uma oportunidade, assim, única, né? Porque é unir o útil ao agradável, né? Meu pai estava com toda a estrutura montada. O canal do município estava ansioso. Então meu pai só em colocar o sinal lá para a gente foi

espetacular. A prefeitura, o município foram muito bom. Porque tem um espaço lá, um canal, que está à disposição. E para a gente que estava gerando programação local, né? Para a região em canal aberto (Yório Bulhões, 2024, entrevista). Foi a motivação tal qual da primeira vez. Pra gente era algo assim... Como eu digo, a gente fazia, mas a gente não tinha a nossa real noção do que a gente tava fazendo assim, eu como eu tava dentro porque quem eram as cabeças era o Yório, o Bulhão, eu era o que chegava lá e dizia: “Precisa de uma câmera ali, ali, ali, ali como é que a gente faz? E aí, eu ia lá, olhava.. Vou montar aqui, puxa cabo dali, puxa cabo dali. [Eu] era de fazer, né?! (Reginaldo Arraes, 2024, entrevista).

Com a chegada da TV Juazeiro, que pertence à prefeitura, e com base nas reflexões de Görgen (2007) acerca do papel das televisões e das administrações locais, consideramos que a conexão entre a TV Padre Cícero e a TV Juazeiro, ou seja, entre Roberto Bulhões e os políticos locais (prefeitos, deputados e senadores), se insere no cenário histórico, político e econômico dos meios de comunicação no Brasil. Desde o começo, o objetivo da chegada de um novo canal em Juazeiro do Norte não era ser controlado pela prefeitura, mas sim orientar a estação de televisão para que a TV Padre Cícero pudesse se beneficiar dela.

O acordo atua como uma forma de “aluguel” para que a TV Padre Cícero pudesse usar o sinal, os aparelhos e criar a programação. Em outras palavras, todos os envolvidos nessa narrativa se beneficiaram. Juazeiro do Norte teria uma emissora de televisão cuja propriedade é da prefeitura, a TV Padre Cícero seria a utilizadora do canal e receberia um valor por esse serviço, ao passo que a prefeitura não se preocuparia com a produção de conteúdo. No entanto, haveria uma estação de televisão local. Dessa forma, como explicita Görgen (2007, p. 1), a “[...] malha invisível de distribuição de bens simbólicos é mantida até hoje, em parte, graças ao suporte das prefeituras dos pequenos e médios municípios”. Ou seja, um modelo histórico de dominação político, econômico e dos meios de comunicação.

Portanto, a TV Senado iniciou sua fase experimental em Juazeiro do Norte em 14 de outubro de 2019, e se estabeleceu definitivamente em 31 de outubro de 2019, durante a cerimônia comemorativa dos 50 anos e a inauguração da Estátua do Padre Cícero na Colina do Horto. De acordo com a diretora da Secretaria de Comunicação Social do Senado, Érica Ceolin, que esteve presente na cerimônia e enfatizou o esforço pioneiro do Senado para expandir o sinal da emissora, tendo a região do Cariri como o projeto-piloto para as demais áreas:

O sinal da TV Senado e das demais emissoras parceiras tem o potencial de chegar a pelo menos outros quatro municípios da região, alcançando seiscentas mil pessoas. A população de Crato, Barbalha, Missão Velha e Caririáçu vai poder, junto com o povo de Juazeiro do Norte, assistir aos quatro canais que celebramos hoje. Na prática, com a chegada da TV Senado, os cidadãos do Cariri vão poder acompanhar de perto tudo o que acontece no mundo político e cultural do Brasil, do Ceará e do município — acrescentou (Agência Senado, 2019, online).

Além da instalação da TV Senado, Juazeiro do Norte também passou a contar com outros três canais: a TV da Câmara dos Deputados, a TV da Assembleia Legislativa do Ceará e um canal específico para a cidade, viabilizados através do fenômeno conhecido como multiprogramação. Portanto, a TV Juazeiro surgiu a partir deste último canal. A Agência Senado (2019, online) informou que “[...] o sinal da TV Senado e das emissoras associadas deve alcançar pelo menos mais quatro cidades da Região do Cariri, além de Juazeiro: Crato, Barbalha, Missão Velha e Caririaçu, alcançando uma população potencial próxima a 600 mil pessoas”.

O estabelecimento da TV Senado e, por consequência, da TV Juazeiro se relaciona com o contexto do coronelismo eletrônico, discutido no capítulo anterior. Segundo Lima (2011, p. 81), essa prática de negociação política tem sido uma das principais características da radiodifusão desde a segunda metade do século XX. A estratégia de negociação também se faz presente na procura de Roberto Bulhões pela transmissão da Missa do Padre Cícero, conforme observado anteriormente. E esta procura afeta diretamente a sua interação com as personalidades políticas.

A volta da TV Padre Cícero, tanto para a televisão por assinatura na Brisanet, quanto para a televisão aberta na TV Juazeiro, evidenciou a demanda por programas que vão além das transmissões ao vivo de missas e eventos locais. Assim, o primeiro programa, o *Leriado*, surgiu. Em seguida, durante a pandemia, o programa *Panorama Regional* foi introduzido.

4.3.6 A criação dos programas “Leriado” e “Panorama Regional”

O *Leriado*⁷⁸ foi o primeiro programa desenvolvido pela TV Padre Cícero após retornar à televisão convencional (inicialmente na Brisanet), sob a direção do diretor de programação Bulhões Júnior, em 2017. Desde o início, o *Leriado* foi concebido para ser executado fora do estúdio da emissora, uma vez que, de acordo com Bulhões Júnior (2024, informação), a lógica de produção deste programa é mais complexa:

Eu criei o *Leriado*. Um programa que é um show de calor popular, né? Aí, queriam fazer aqui no estúdio. Falei: “Não dá certo. Porque estúdio é um local muito complicado de fazer. Não é tão simples pra lidar com muita gente”. É que é muito pra gente, pra cuidar de muita gente, tem que ter mais gente. Não tem. Não tem recurso pra isso. Aí fizemos na rua. Na rua, demos uma agilidade na edição pras pessoas entenderem o programa. E aí depois que tá o formato tá pronto, né? Aí vai seguindo.

⁷⁸ Equivalente ao lero-lero, papo furado, paleio, conversa mole, conforme Navarro (2013).

O funcionamento do *Leriado* lembra a lógica do circo, devido à sua estrutura móvel (as gravações acontecem em locais públicos, como praças, e em cidades distintas da região do Cariri - Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha). Reginaldo (2024, informação oral) elucidou-nos sobre o “planejamento” do programa:

[...] é o chamado “pega na rua”. Montamos o cenário, montou lá as quatro câmeras, dependendo da cidade a pessoa que chamou a gente, que convidou, bota um carro de som rodando lá: “Atenção, a uma hora da tarde, começa a gravação do programa Lariado, lá na praça não sei quem, não sei quem... Venha participar! Você que canta, que dança, que não sei o quê, que conta história”. E a gente fica esperando. Aí, tem a certeza que vai ter? Não. Mas, até hoje, tem, tem programas que se fosse pra dividir em dois, dava. Porque é pra ser doze participantes. Tem um programa que tá vinte e quatro, vinte e seis, e aí a gente: “Não, não cabe mais, não cabe mais”. E vem de tudo que é jeito.

Como mencionado, a lógica do planejamento consiste em não possuir um plano definido sobre quem participará do programa. À medida que a comunidade local é informada sobre a presença da equipe do programa, os interessados se dirigem ao local de gravação e solicitam sua inscrição. Para a gravação, não existe um número máximo de participantes, porém Bulhões Júnior (2024) esclareceu que são escolhidas aproximadamente 12 (doze) participações para serem exibidas na edição do *Leriado*. Conforme Carlos Bezerra (2024, entrevista), o efeito ao vivo é mantido no programa:

O *Leriado* a gente vai pra uma praça grava tudo, só que na gravação a gente já faz quase ao vivo. Aí tem algumas falhas, na edição a gente corta. Aí bota aqueles efeitos, aqueles risos, aquela legenda, alguma trilha sonora, aqueles barulhos de gato de cachorro. Aí faz na edição. Era possível colocar ao vivo, mas a gente deixa pra colocar só na edição.

Figura 41 – Identidade visual do programa *Leriado*



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=JJesvqUIUp8> (2026).

O programa, que vai ao ar aos sábados, às 14h, é conduzido por Cícero Feitosa, conhecido artisticamente como Ciço Mulato (na foto abaixo ele está vestido de camisa vermelha).

Figura 42 – Edição do programa Leriado em Altaneira-CE



Fonte: Instagram TV Padre Cícero (2024).

Na elaboração do cenário, diversos tipos de tecidos coloridos e estampados são empregados, fazendo referência aos tecidos de chita, cadeiras, microfone e instrumentos musicais. O cenário é simples e esse é o propósito, já que o programa se concentra nas atrações.

Figura 43 – Cenário do programa Leriado



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=JJesvqUIUp8> (2026).

De acordo com Reginaldo (2024) e Roberto Bulhões (2024), o programa *Leriado* visa ser uma grande celebração, uma farra, proporcionando alegria, entretenimento e apresentando ao público os artigos e as “gaiatices” locais. O objetivo não é necessariamente

encontrar uma pessoa talentosa (que cante, dance ou faça uma piada), mas sim encontrar pessoas dispostas a participar e organizar essa grandiosa celebração ao ar livre.

Como destacado pelos profissionais da TV Padre Cícero, apresentar a cultura local/regional do Cariri na televisão, especialmente a partir de uma maior abrangência do sinal, sempre foi o principal objetivo da TV. Para ilustrar, segue um vídeo de uma das transmissões do programa *Leriado*.

Figura 44 – QR Code de acesso ao vídeo do programa *Leriado*



Fonte: elaborado pelo autor (2026).

Também é possível identificar outras possíveis configurações do programa no canal do YouTube, que atua como um repositório de conteúdo audiovisual da televisão. Na ilustração a seguir, vemos uma edição gravada na cidade de Altaneira-CE, em 2024, celebrando o aniversário de 25 anos da TV Padre Cícero.

Figura 45 – Equipe da TV Padre Cícero no programa *Leriado* em Altaneira-CE



Fonte: Instagram TV Padre Cícero (2024).

O *Panorama Regional*, por outro lado, surgiu durante a pandemia de Covid-19, em 2020. “O *Panorama Regional* teve início no começo da pandemia, em março deste ano”. Você pode procurar no YouTube e verá que o cenário era diferente, fundamentado em entrevistas. Então, eram mais entrevistas, mas eu queria adicionar um toque musical, inovar com o musical. “Então começamos a inserir música” (Roberto Bulhões Júnior, 2024, entrevista). Este novo

programa, que já vinha sendo debatido por Roberto Bulhões e Roberto Bulhões Júnior há algum tempo, foi implementado no começo da pandemia. Conforme Ana Luiza Domingos (2024, entrevista) explicou:

[O início] Foi só falando sobre a pandemia. Bulhões chamou o prefeito, o secretário de saúde pra dizer o que estava acontecendo. Quais eram as medidas que a prefeitura, que o secretário de saúde estava tomando. Por que a gente tinha que se afastar? Se só tinha uma pessoa e estava controlada. Por que a gente não aguardava? Por que a gente tinha que obedecer um decreto do governo do estado? Então, foi tudo muito novo. E o Bulhões [disse]: “Vamos explicar pro povo o que estava acontecendo”. Porque tinha gente que nem sabia do que era a covid. Aí veio muitas entrevistas. Porque deu uma louca no povo e o povo queria usar até álcool de acender fogareiro, brasa, na mão, porque estava faltando. Tudo era escassez. Escassez e falta de informação. E na TV era morte, morte, morte, morte. Então, foi essa necessidade que fez o panorama nascer de fato e de direito.

Até o momento, os outros entrevistados não comentaram esse começo mencionado por Ana Luiza Domingos (2024). Particularmente, por abordar temas relacionados à pandemia - o que nos faz lembrar do slogan da TV Padre Cícero: “Coisa boa é com a gente”. Coisa má, deixe para outras pessoas. No entanto, é inegável que as primeiras edições do *Panorama Regional* abordaram questões e incertezas relacionadas à pandemia, especialmente porque tudo era novidade e ninguém tinha certeza sobre o que se tratava essa enfermidade e seus reais impactos.

Figura 46 – Ana Luiza Domingos nos bastidores do Programa Leriado



Fonte: Instagram da TV Padre Cícero (2024).

A identidade visual do *Panorama Regional* é apresentada na figura a seguir.

Figura 47 – Identidade visual do programa Panorama Regional



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=126lxvenWdM> (2026).

Em um dos programas iniciais, a TV Padre Cícero teve como convidado Michel Araujo, Secretário de Desenvolvimento Econômico e Inovação de Juazeiro do Norte-CE, que elucidou algumas questões acerca da pandemia no cenário de Juazeiro do Norte. Abaixo, você pode assistir ao vídeo deste programa transmitido em 2020.

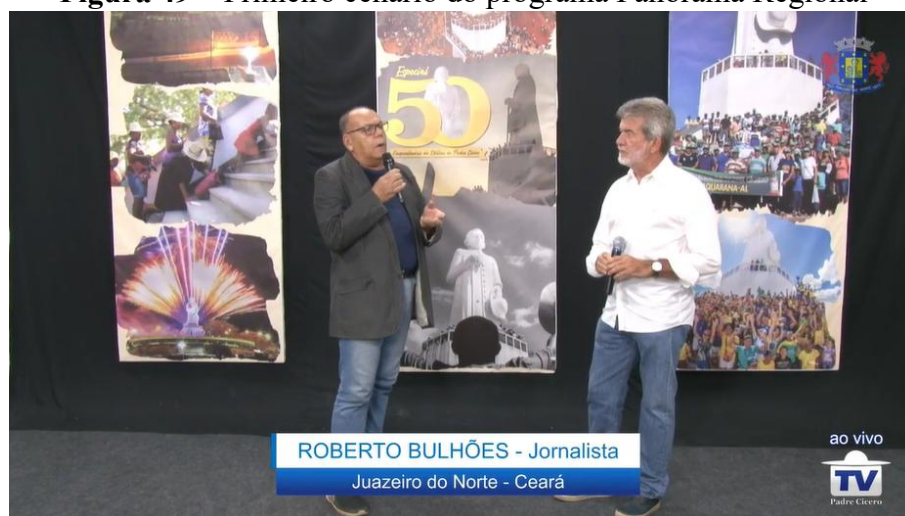
Figura 48 – QR Code de acesso ao vídeo do programa Leriado na pandemia



Fonte: elaborado pelo autor (2026).

Nas primeiras edições do Panorama Regional, Roberto Bulhões era o único responsável pela apresentação. Com a chegada do apresentador Léo Silva, a função passou a ser dividida. Os programas iniciais, ainda sem grande organização, apresentavam um cenário básico: um fundo preto com diversos banners retratando diversas imagens de Juazeiro do Norte e do Padre Cícero, além de algumas cadeiras.

Figura 49 – Primeiro cenário do programa Panorama Regional



Fonte: <https://acesse.dev/uL3F8> (2026).

Além do cenário, os “bastidores da televisão” também se encontravam em fase de organização, como evidenciado na imagem a seguir, onde é possível observar o estúdio - instalado no quintal da residência de Roberto de Bulhões - da TV Padre Cícero.

Figura 50 – Visão geral do estúdio do programa Panorama Regional



Fonte: <https://acesse.dev/uL3F8> (2026).

De acordo com Yório Bulhões (2024, entrevista), a ideia do *Panorama Regional* era apresentar o lado mais cultural do Cariri:

E ele [o pai] conseguiu direcionar a TV mais para a parte cultural e educacional também. Então nossa programação é muito ligada à cultura. Então foi uma decisão que ele tomou. Para poder ficar diferenciando das outras. Porque ter um programa de jornalismo é bacana. Mas não tem como ter jornalismo só mostrando coisas boas.

Com essa perspectiva, Ana Luiza Domingos (2024) elucidou que Roberto Bulhões e sua equipe, aos poucos, começaram a reconsiderar a ênfase na pandemia, presente no conteúdo da TV Padre Cícero. Portanto, a programação do Panorama Regional foi desviando a atenção da pandemia de Covid-19 e concentrando-se no panorama musical. Adicionalmente, estabeleceu-se um período de duração mais curto para o programa. Nas edições iniciais, conforme demonstrado no vídeo acima, o programa tinha uma duração aproximada de 4 horas. Depois, definiu-se que o programa teria uma duração de 2 horas, sendo 1 (uma) hora de entrevista e 1 (uma) hora de musical.

Com pouco tempo a gente já estava estruturado. A gente não pode começar às 18 e terminar às 10 [da noite]. Aí vamos organizar. Às vezes, o convidado chegava um pouquinho mais cedo, um pouquinho mais tarde, aí chegou pronto, bota no ar. Aí a gente foi se organizando de novo. A gente começou o programa no dia 17, 18 de março mais ou menos, de 2020. Quando foi em abril, mais ou menos, a gente já não aguentava mais falar de covid, sabe? Aí o Bulhões disse: “Não, vou botar, chamar Francisquim da Igreja”. Foi a primeira atração musical. Pra ele falar de outras coisas, porque a gente não aguentava mais, meu Deus, é muita morte na cabeça. Você ligava a televisão, qualquer outro canal, era aquele túmulo vazio... No dia que a gente botou o Francisquim da Igreja aqui, aí todo mundo aceitou [o público]. Aí a gente disse: Ó, isso aí é bom. Vamos começar a colocar assim, primeiro uma entrevista, depois uma musiquinha, que é pra descontrair” (Ana Luiza Domingos, 2024, entrevista).

O *Panorama Regional* não sofreu mudanças apenas no seu conteúdo. Com a evolução do programa, o cenário também sofreu alterações. Conforme Bulhões Júnior (2024, entrevista), o pai foi quem elaborou o projeto visual.

[A criação do] cenário, é a invenção dele. Esse cenário cheio de madeira cortada. Ele faz do jeito dele, mas faz. [A gente] orienta, mas ele faz do jeito dele. Essa madeira [que é utilizada no cenário], era para ser a madeira leve. Madeira é pesada que só a molesta. Porque eu expliquei para ele. Tem que ser TV, tem que ser coisas que você troca rápido. Não pode ficar fixo. Tem que se trocar rápido. E aí, anoiteceu... Quando amanheceu já estava com esse negócio aí [se referindo a madeira do cenário]. Mas, não pode contrariar porque é o jeito dele. É o jeito dele e dá certo.

Conforme Ana Luiza Domingos (2024, entrevista), o conceito deste novo cenário era que ele pudesse ser alterado ao longo do tempo, com base nos presentes recebidos. A estrutura da mangueira permaneceu inalterada, porém foram adicionados novos detalhes.

Depois mudou o estúdio, que a gente era tudo preto, o tapete preto, só umas imagens, umas gravuras impressas. O [Bulhões] Júnior disse: “Não, vamos mudar isso”. Aí foi quando veio o branco, houve essas gravuras, e aos poucos a gente foi montando esse cenário, bem regional. O que é que precisa? Ah, uma cabaça. Aí, alguém ia no sítio: “Eu tenho uma cabaça”. Aí outro dizia: “A imagem do Padre Cícero não pode faltar”. Já tinha sanfona, que era daqui da casa, e zabumba, que é nosso regional mesmo, de música raiz. Então, a gente foi construindo, botando cada coisa, cada coisinha que tem aqui foi se construindo, né?! Aquelas espadas [mostrando o cenário] ali, foi um cara

que veio aqui do sítio, que trabalha com madeira, e um dia ele trouxe, ó, trouxe para aqui para botar no estúdio. E a gente foi deixando.

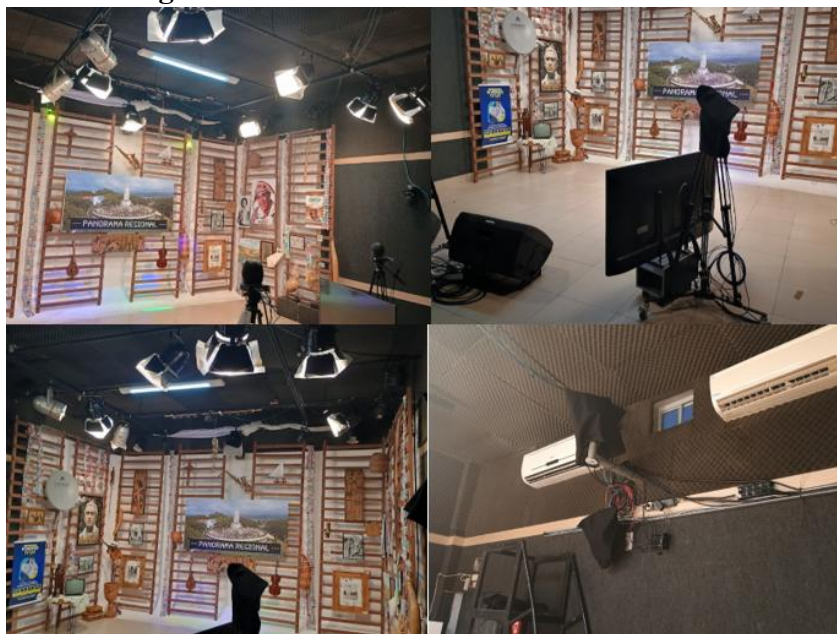
Figura 51 – Mudanças no cenário do programa Panorama Regional



Fonte: <https://encr.pw/D10EK> (2026).

Para além das alterações no ambiente, também foi realizado um investimento na infraestrutura técnica e tecnológica do estúdio. Atualmente, a operação das câmeras é realizada totalmente à distância. A instalação de alguns ar-condicionados no espaço melhorou o sistema de refrigeração do estúdio, assim como a reestruturação da iluminação. Na imagem a seguir, mostramos o atual estúdio.

Figura 52 – Atual estúdio da TV Padre Cícero



Fonte: Autor (2024).

As transformações na TV Padre Cícero não se limitaram apenas à entrada da Brisnet, da TV Juazeiro e à produção dos programas. A programação da TV Padre Cícero

inclui, além dos dois programas, filmes, documentários e conteúdos regionais produzidos na região por produtores autônomos. Bulhões (2024) salientou que a TV Padre Cícero sempre se mostrou receptiva para que produtores e realizadores audiovisuais independentes da região pudessem veicular seus trabalhos na televisão. Portanto, a programação é transmitida por 24 horas (12 horas inéditas + 12 horas de reprise) - uma lógica que se aplica às experiências de televisão na internet.

A chegada de novos parceiros e tecnologias também alterou o ambiente físico e as transmissões. As mudanças no estúdio refletem apenas os novos tempos da TV Padre Cícero. Funcionando no andar inferior da casa de Roberto Bulhões, a TV Padre Cícero possui uma sala, um escritório, a antiga sala do master que foi transferida para o andar superior e o estúdio (o antigo quintal da casa).

Além dos profissionais que atuam, hoje, a TV Padre Cícero já recebeu outros profissionais, como Livônio, primo Carlos Bezerra, e Fábio Venturi, um profissional do audiovisual com experiência em produções nacionais e internacionais para televisão, documentários, vídeos institucionais e publicidade. A contribuição de Fábio para a equipe da TV Padre Cícero, atuando como profissional autônomo, foi crucial para auxiliar nas transmissões dessa experiência pioneira de televisão em Juazeiro do Norte.

Como todos os entrevistados enfatizaram, mesmo com a divisão das funções, todos têm a capacidade de desempenhar diversas funções na televisão, não se limitando a uma ou outra função específica - conforme mencionado anteriormente. A equipe mostrada é a que trabalha diariamente na televisão. Ana Luiza Domingos, que trabalha à distância desde o nascimento de sua filha, e Yório Bulhões, que desempenha a profissão de piloto de avião, alterna entre as duas atividades.

Portanto, Roberto Bulhões, Roberto Bulhões Júnior, Carlos Bezerra e Reginaldo Arraes são os funcionários mais atuantes na rotina diária da TV Padre Cícero. No projeto de reestruturação houve uma mudança em um dos ambientes da TV: a sala do master. Anteriormente situada ao lado do estúdio, na parte inferior da residência, agora se encontra no andar superior. De acordo com Bulhões (2024), a alteração aconteceu para permitir um maior espaço ao master.

Figura 53 – Atual sala do master da TV Padre Cícero



Fonte: Autor (2024).

Conforme explicou Carlos Bezerra (2024), toda a estrutura do master foi projetada e construída por eles mesmos. Adicionalmente à sala de controle, os equipamentos também podem ser operados à distância, caso seja necessário, mesmo que não estejam localizados na sede da TV. Com base na Figura a seguir, é possível comparar as mudanças (estrutura física e recursos tecnológicos) da antiga e da atual sala do master da TV Padre Cícero.

Figura 54 – Antiga sala do master da TV Padre Cícero



Fonte: Roberto Bulhões Júnior (2024).

Figura 55 – Equipe da TV na sala do master da TV Padre Cícero



Fonte: Instagram TV Padre Cícero (2026).

Neste projeto de reestruturação da TV Padre Cícero, particularmente ao ponderarmos sobre a sua “colaboração” com a TV Juazeiro, uma das questões que emergiram foi a respeito da sua viabilidade financeira. Com base na conversa com Roberto Bulhões (2024), entendemos que o dinheiro que entra na TV é proveniente do que chamamos de apoio cultural. Este suporte cultural recebe tanto auxílio governamental quanto capta os valores dos anunciantes.

Tem uma tabela de preço, que não quer dizer que seja rígida. É uma base, a gente, por exemplo, o Governo Federal, ele quer uma base da tabela, ele manda, digamos, 10 mil de verba para cá. Então, para aquele 10 mil de verba, ele distribui dentro do, faz uma API [Interfaces de Programação de Aplicação] dentro do, do que ele quer. Por exemplo, aqui. Essa aqui é a API do Governo do Estado. Ele mandou seis mil, ele manda seis mil e oitocentos, manda, diz a propaganda, vinte e sete chamadas dentro dos trinta dias. Distribui essas chamadas dentro também, aqui dentro, por seis mil e oitocentos reais. E estamos a nível nacional. Ele está mostrando para a nível nacional. Então, é desse jeito que a API, no final do mês, prepara, manda a nota fiscal, e eles pagam pelo serviço. Não é favor, não é gratificação, nem é jabá. É o serviço que está, o uso do serviço. Para divulgar o que ele tem, divulgar o produto dele (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Conforme Roberto Bulhões (2024) destacou, a sobrevivência da TV Padre Cícero depende desses apoios culturais. Adicionalmente, existem também as convocações (outro tipo de suporte cultural) que acontecem dentro dos programas:

Uma chamada no *Leriado* é duzentos e oitenta reais. E a chamada no Panorama [Regional] é duzentos e oitenta reais. Ai você vai baixando. Mas não quer dizer que é duzentos e oitenta reais, se o cara não paga vinte chamadas, dez chamadas, aí se faz uma modificação, se faz um entendimento, contando que tenha a periodicidade. Ele quer contratar por três meses, então, vamos dizer uma coisa que é três mil, dá dez por

cento, vinte por cento, certo? É como a televisão faz, todo mundo é assim. A tabela é essa, mas depende do quanto você quiser (Roerto Bulhões, 2024, entrevista).

Não existe uma uniformidade no valor proposto, mas uma negociação que pode mudar dependendo da quantidade e/ou da relação com a empresa. Portanto, quanto mais chamadas forem realizadas, menor será o preço de cada uma delas. Adicionalmente, a TV Padre Cícero conta com o suporte cultural do governo. “Não discutimos sobre publicidade”. Discutimos sobre suporte, suporte cultural. Desde o início, sempre foi assim. Suporte cultural da administração municipal. Apoio cultural do município. “Suporte cultural das companhias que nos auxiliavam” (Bulhões, 2024, declaração verbal). A captação também ocorre através de empresas privadas, além da iniciativa pública.

Hoje eu estou com o apoio aqui da Cevema, Sombra Importados, Sabão Juá. Porque tudo é custo. Nós somos uma fundação, mas uma fundação sem fins lucrativos. Mas quando é sem fins lucrativos não é para dizer que é com fins de prejuízo. O próprio promotor veio e falou. Como eu era funcionário do Ministério Público, eu já vim maceteado (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Bulhões está se referindo à Fundação Padre Cícero de Televisão, uma entidade sem fins lucrativos que auxilia na obtenção de fundos para a manutenção da televisão. No entanto, ao dizer “Como eu era um funcionário do Ministério Público, já vim maquiado”, Roberto está se referindo a um método de fazer publicidade na televisão sem revelar que é publicidade: o famoso “apoio cultural”.

Dallegrave, Bona e Del-Vechio (2009, p. 3), “O suporte cultural se distingue do apoio comercial”. O anúncio comercializa produtos e o patrocínio cultural apoia algum programa na programação da TV Educativa. No entanto, Carvalho (2005) entende que o que é vetado como publicidade ou propaganda se converte em recurso financeiro sob a denominação de apoio cultural. Roberto Bulhões é o responsável por essa parte administrativa. Por outro lado, seus filhos (Roberto Bulhões Júnior e Yório Bulhões) estão mais envolvidos com o funcionamento da TV, assim como os demais funcionários (Ana Luiza Domingos, Carlos Bezerra e Reginaldo Arraes).

Depois do retorno da TV Padre Cícero à televisão aberta, através da TV Juazeiro, e à televisão por assinatura, através do canal da Brisenet, observamos novos avanços na expansão digital. Roberto Bulhões visita a SET EXPO⁷⁹ anualmente, a principal exposição de tecnologia e negócios do segmento de mídia e entretenimento da América Latina, que acontece anualmente

⁷⁹ Disponível em: <https://set.org.br/events/setexpo/>. Acesso em: 25 jul. 2025.

em São Paulo, no mês de agosto. Durante uma dessas visitas, Roberto Bulhões reencontrou um amigo da época do SBT.

Há dois anos, eu fui para a feira lá em São Paulo de tecnologia [que acontece] em agosto. Todo ano. Aí há dois anos cheguei e encontrei o pessoal do SBT que estão ligados a TV Aparecida. Ele disse: “Olha, eu quero o seu sinal no satélite”. Eu disse: “Você está ficando doido, não posso não”. Não, vocês vão para o satélite (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Primeiramente, por conta do preço e da amizade, a TV Padre Cícero foi transmitida durante um ano pela Vivensis, uma companhia de antena parabólica digital.

Aí veio a parabólica aí, nova que o governo vai dar... Me abriu meus olhos. Ele disse: “Eu deixei sua vaga aqui, TV Padre Cícero”. Ele me botou sem eu ter condições, sem eu querer. Passamos um ano sem pagar um centavo. Agora estamos pagando, todo mês é 25 mil reais pra subir o sinal do satélite. Uma empresa de antena parabólica manda uma parte e o restante eu consigo por aqui. Já estou com mais dois anos [usando o sinal do satélite] (Roberto Bulhões, 2024, entrevista).

Roberto Bulhões Júnior (2024, entrevista) também relatou como aconteceu a parceria com a Vivensis:

A Brisenet foi o início, o início de toda a história junto com a internet, com a página. Mas aí, mais uma vez, o Roberto Bulhões, com pioneirismo, foi a feira de broadcast que se chama SET, a feira de televisão, e conversando com um amigo nosso, engenheiro, que era do SBT, que eu conheço há bastante tempo, o Padilha, entrou em um acordo pra colocar a TV no satélite. Aí, o negócio tomou rumos maiores, né? A Vivensis [TV Sat] ela tá em qualquer antena parabólica, mas a Vivensis que viu, eu acredito que através de pesquisa, que esses caras não dão ponto sem nó, através de pesquisa que a TV Padre Cícero tem uma audiência bacana.

Com essa colaboração, a TV Padre Cícero expandiu o seu alcance para todo o território nacional. Assim, conforme Roberto Bulhões (2024, entrevista), a audiência também foi expandida.

Em tudo. Em tudo que você puder pensar. Nós estamos no Brasil, na América Latina. Somos a primeira emissora do Nordeste, do interior do Nordeste a assumir o sinal do satélite. Não tem ninguém. Nós pegamos um filão no canal da Claro, que é o canal mais popular. Que é o canal das antenas parabólicas. Do povão mesmo. Toda. Quando o instalador chega na casa da pessoa, já tem [disponível o sinal da] TV Padre Cícero.

Questionamos Bulhões sobre como a TV Padre Cícero mede a audiência. Ele explicou que, ao contrário do método convencional, onde pequenos dispositivos são ligados a uma amostra de televisores em uma região específica, eles conseguem identificar o que está sendo transmitido, minuto a minuto, durante 24 horas diárias. Portanto, é possível identificar as alterações através da quantidade de interações nas redes sociais (Facebook e Instagram), além

de comentários no YouTube e no WhatsApp. Roberto Bulhões Júnior (2024, entrevista) também concordou, ressaltando como se mede a audiência:

A nossa audiência é medida através da rede social. Nosso público não é a classe A, B, C. O nosso público é de D pra lá. Entendeu? Pega um pouquinho do C e tal, mas o nosso público é mais povão, pessoas mais simples. Pessoas de idade, pessoas que gostam de ligar a televisão e se divertir. Esse é o nosso público. A pessoa da classe A, B... Não, não é. [E] se tiver é muito pouco, é escondido. É aquele povo que assiste, mas não fala. Mas o povão, o povão entra em contato com a gente direto.

Além das redes sociais, o *feedback* dos participantes ajuda na compreensão do nível de audiência da TV:

Os próprios cantores é que nos dão os feedbacks. Cara, eu tô lá em casa meio-dia e meia, aí uma mensagem pra mim: “Ei, manda um alô pra mim, tal e tal”. Por quê? Porque tá vendo a reprise do programa e fica mandando mensagem pra mim, achando que tá ao vivo. E fica pedindo mensagem. Então, são os próprios cantores, os participantes que nos falam. Mudou sua vida quando você veio pra cá? Teve alguma alteração? Aí vem os relatos (Roberto Bulhões Júnior, 2024, entrevista).

A medição dessa audiência também se estendeu ao retorno que os participantes do programa proporcionam à equipe de televisão. Eles também têm a capacidade de monitorar o público que está assistindo ao programa, mesmo que estejam em outros locais. No entanto, através da cobertura do YouTube e do sinal da antena parabólica, conseguem captar a TV Padre Cícero. Portanto, com base no que foi apresentado, entendemos que a trajetória da TV Padre Cícero ao longo desses 25 anos (1999-2024) foi caracterizada por uma série de eventos que, por um lado, favoreceram sua existência e operação, por outro, complicaram a execução de suas transmissões televisivas em Juazeiro do Norte.

Figura 56 – Equipe da TV Padre Cícero nos 25 anos da empresa



Fonte: Instagram da TV Padre Cícero (2024).

Entretanto, é necessário colocar em discussão o uso dessa forma de medição da audiência (sobretudo dessas experiências televisivas na internet). Pois, compreendemos que não há uma transparência no modo como esses dados são metodologicamente analisados. Dessa forma, apenas os números de visualização, curtidas e acessos são utilizados e apresentados como a “audiência”, apontando para um grande alcance da TV Padre Cícero. Com isso, algumas questões são suscitadas, tais como: esses dados são utilizados para conseguir cotas de patrocínio? Como eles são apresentados para quem vai investir? Ainda que não seja a questão central desta pesquisa, tais questionamentos cercam o fenômeno em análise.

A história dessa TV pioneira no sul do Ceará também é permeada por uma estrutura política e econômica em vigor, assim como a história dos meios de comunicação no Brasil. Uma estrutura caracterizada pelas interações entre poder político e interesses empresariais, como evidenciado pelo surgimento da TV Juazeiro. Na década de 1960, “A integração nacional, através da radiodifusão, se consolidaria como uma estratégia do regime militar para difundir a imagem almejada” (Pieranti, 2008, p. 134), o processo de interiorização e expansão do sinal televisivo no Brasil também foi facilitado por aqueles que detinham o poder: os políticos.

Conforme Pieranti (2008), “[...] pode-se notar a interiorização da radiodifusão, especialmente em relação às emissoras que transmitem em ondas médias”. Essas aparecem frequentemente em maior quantidade no interior do que nas capitais, como ocorreu com a TV Padre Cícero em 1999 - época em que o sinal do Canal 13 estava disponível apenas em Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha. Além disso, a trajetória da TV Padre Cícero evidencia uma característica de resistência (e também de uma experiência televisiva) da presença e atuação de uma empresa de televisão que não mantém uma conexão com um conglomerado de mídia e empresas, seja a nível nacional ou regional.

Nesse sentido, a trajetória da televisão em Juazeiro do Norte, mesmo iniciada mais de quarenta anos após a instação da TV Tupi (em 1950), apresenta e mantém as mesmas estruturas que solidificaram a presença e expansão da televisão no Brasil. Ademais, a inicial história da TV Padre Cícero, no final dos anos 1990, aponta para um cenário em que foi possível fazer essa experiência televisiva existir sem a necessidade de um canal televisivo baseado na lógica da concessão pública. O que demonstrando a importância e o significado social e cultural, como apontado por Williams (2016) da televisão enquanto forma cultural e tecnológica – aqui, aplicado ao contexto brasileiro e, de modo mais específico, ao contexto de interiorização no Ceará.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao desenvolver esta tese conseguimos apresentar, refletir e documentar não somente a trajetória de interiorização da televisão em Juazeiro do Norte, no sul do Ceará, mas também delinear um panorama histórico das diferentes trajetórias de interiorização da televisão no cenário brasileiro, abrangendo desde a Rede Tupi (1950-1964), a Rede Globo (1965-presente), até a discussões contemporâneas acerca da expansão da televisão para ambientes e plataformas digitais, como as WebTVs e produções audiovisuais nativas digitais em redes sociais, explicitando a nossa proposição conceitual de experiências televisivas. A partir da historicidade de tais trajetórias, visualizamos que a chegada da televisão no Brasil partiu dos grandes centros urbanos (com foco para as capitais) e se espalhou pelos territórios brasileiros (partindo para os interiores), como resultado do processo de desenvolvimento, industrialização e modernização desses mesmos territórios.

Devemos considerar que a televisão se expandiu nacionalmente durante a ditadura militar (1964-1985), impulsionada por um ambiente político, econômico e, sobretudo, tecnológico fornecido pelos militares com o objetivo de promover e integrar as suas ideologias pelo Brasil. Nesse contexto, tecnologias como o videoteipe, o sistema micro-ondas e a transmissão via satélite, a criação da Embratel e do Código Nacional de Telecomunicações permitiram uma expansão mais acelerada, quando consideramos a entrada da Rede Globo no mercado de televisão brasileiro e sua conexão com a ditadura militar (em comparação das emissoras de televisão já existentes no país desde 1950).

A introdução da televisão no Nordeste, na década de 1960, foi impulsionada pelo plano de expansão das emissoras de televisão dos Diários e Emissoras Associadas, como o caso da TV Ceará, localizada em Fortaleza-CE. Na mesma década, a primeira televisão instalada no interior do Nordeste foi estabelecida em Campina Grande-PB, com a TV Borborema. O exemplo da implantação da televisão na Paraíba apresenta uma curiosidade: uma cidade do interior implantou uma emissora de televisão antes da capital do estado, em 1966. Em Juazeiro do Norte, no Ceará, especificamente em 1965, a televisão não adentrou no território através de uma emissora, mas através de uma antena retransmissora. E somente mais de três décadas depois, Juazeiro do Norte teve a sua primeira experiência (inicial e temporária) com a criação de uma emissora de televisão em 1999, a TV Padre Cícero.

A primeira experiência de televisão no interior do Ceará ocorreu com a TV Maré, em Aracati, operando como uma emissora educativa, em 1990 (ainda carente de registros acadêmicos). Desde a década de 1960 até o final dos anos 1990, a televisão tornou-se uma

realidade no sul do Ceará, graças à expansão do sinal que vinha de Pernambuco, através da TV Jornal do Commercio, passando para Fortaleza, através da TV Ceará e finalmente para a TV Verdes Mares, a partir dos anos 1970. No entanto, enquanto experiência local de televisão, a TV Padre Cícero foi a primeira a ser inaugurada no Cariri cearense, em 1999. Uma situação que indica que a presença da televisão em Juazeiro do Norte passou da centralização e controle de grandes conglomerados de mídia (Diários Associados e Sistema Verdes Mares) para uma iniciativa independente dessas grandes corporações de mídia. Entretanto, apresentando o mesmo sistema de relações estruturais (políticas e econômicas) de implantação e desenvolvimento.

Desta forma, a partir do estudo realizado foi possível analisar como ocorreu a trajetória de implantação e desenvolvimento da TV Padre Cícero ao longo dos seus primeiros vinte e cinco anos de existência e funcionamento, em Juazeiro do Norte, no sul cearense. Esse movimento pioneiro, realizado pelo empresário Roberto Bulhões, não ocorreu a partir da proximidade com um grupo midiático local e/ou regional, mas, como apresentado, mediante a um sonho de possuir uma empresa de televisão. Além disso, a criação da primeira experiência televisiva no sul cearense, especificamente na região do Cariri, representou o primeiro contato local com uma televisão cuja produção era, e continua, voltada para o público de proximidade.

Compreendemos que a implantação dessa primeira experiência televisiva no sul cearense, no final da década de 1990, foi indispensável para que nos primeiros anos do século XXI, o município de Juazeiro do Norte ganhasse as suas primeiras emissoras de televisão funcionando sob a lógica das concessões públicas – a exemplo das emissoras TV Verde Vale (2006) e TV Verdes Mares Cariri (2009). E, dessa forma, o cenário televisivo na região começou a ser transformado e ampliado. Um cenário que ainda permanece vigente. Mas, agora, com a descentralização da produção televisiva para os ambientes digitais (YouTube, Facebook, Instagram e Tik Tok).

O estudo também aponta que a criação da TV Padre Cícero, quase cinquenta anos após a fundação da primeira emissora de televisão brasileira, a TV Tupi (1950), apresenta similaridades com o seu surgimento como, por exemplo, o caráter amador da experiência televisiva, os constantes processos de experimentação e a falta de uma infraestrutura (técnica, de pessoal, de programação e tecnológica). Entretanto, falamos do final dos anos 1990, quando o Brasil já estava começando a expandir a televisão, ainda de forma rudimentar, para a internet.

Essa averiguação identifica as diferentes e diversas realidades e desigualdades das implantações das televisões no Brasil, a partir da compreensão que estamos falando de um país com dimensões continentais. Por isso, enfatizamos que o mais interessante seria a identificação

de histórias das televisões no Brasil – destacando o caráter plural e regionalista. A apresentação da realidade da TV Padre Cícero, no interior cearense, funciona como um pequeno cenário para que seja possível refletir as inúmeras possibilidades, desafios e formas que a presença televisiva assume no campo comunicacional. E, que, funciona como um elo de comunicação, cultura, serviço e direto à população – especialmente aos sujeitos de proximidade com um certo território.

A pesquisa identificou que o processo de interiorização da televisão em Juazeiro do Norte ocorreu mediante a estruturas de poder, historicamente, consolidadas no Brasil. A criação da TV Padre Cícero está relacionada com a relação de proximidade que o seu fundador, Roberto Bulhões, mantinha (e mantém) com o poder público local, a exemplo da prefeitura. O seu trabalho como servidor público permitiu acesso aos equipamentos que ajudaram no desenvolvimento dessa primeira experiência televisiva. Com isso, mesmo dentro de um contexto menor e interiorizado, a estrutura da TV Padre Cícero é uma replicação das estruturas de poder midiáticas vigentes no Brasil desde os seus primórdios, em 1950. E que, hoje, partem das lógicas das concessões para as lógicas das plataformas digitais.

O que nos direciona a pensar, por exemplo, se a TV Padre Cícero existiria e seria o que é, atualmente, sem essa relação com o poder político local. Ademais, também nos faz refletir sobre a manutenção dessas relações uma vez que a há a mudança de poder na esfera municipal a cada quatro anos. Inicialmente, nos parece que essa mudança no poder político municipal em Juazeiro do Norte, até o presente momento, não afetou a TV Padre Cícero – que continuou e continua a utilizar o sinal da TV Juazeiro mesmo com a mudança de gestão de Arnoz Bezerra, do PTB, (2017-2020) para Glêdson Bezerra, do Podemos, (2021-presente).

Dessa forma, ainda que em um grau menor, a TV Padre Cícero também perpassa o processo de proximidade entre os veículos de comunicação, empresários locais e os políticos. Ademais, a utilização do sinal da TV Juazeiro, para que a TV Padre Cícero, voltasse a operar em sinal aberto, também demonstra esse vínculo entre mídia e política. O que, ao nosso ver, também pode justificar a ausência de uma programação jornalística na televisão – para além da questões econômicas, como foi apresentado pelo seu criador para esta pesquisa.

A proximidade com a questão religiosa, presente desde a escolha no nome da experiência televisiva, também é um fator significativo para compreender o desenvolvimento da TV Padre Cícero. Como apresentado, o território de Juazeiro do Norte, historicamente, teve o seu desenvolvimento e modernização atrelados com a religiosidade, mediante a figura do Padre Cícero. A utilização da fé e da religiosidade impulsionou a expansão comercial desse território, sobretudo com o turismo religioso e a presença constante de romeiros em Juazeiro

do Norte. O fator da religiosidade, aliás, foi (e continua sendo) a força motriz utilizada por Roberto Bulhões para que a TV Padre Cícero voltasse a transmitir o seu sinal em formato aberto. Com o desejo de transmitir a missa do Padre Cícero, que ocorre todo o dia vinte de cada mês.

Desse modo, a questão problema apresentada nesta tese, como ocorreu o processo de implantação e desenvolvimento da TV Padre Cícero no contexto da descentralização e interiorização da televisão em Juazeiro do Norte-CE, entre 1999 e 2024?, pode ser respondida da seguinte maneira: a interiorização da televisão em Juazeiro do Norte, através da TV Padre Cícero, foi um resultado da utilização da combinação de alguns fatores como: a iniciativa empreendedora de Roberto Bulhões e seus filhos; da experiência adquirida, sobretudo, com a passagem pelo SBT; da relação de proximidade com o poder político, representado pela prefeitura de Juazeiro do Norte e; da utilização da religiosidade como força motriz para associar a experiência televisiva com esse território sagrado e; além disso, das potencialidades tecnológicas que permitem a criação e o funcionamento de novos modelos televisivos para além da necessidade de uma concessão pública ou mesmo funcionando somente na televisão aberta.

A questão familiar, presente no histórico das empresas de comunicação brasileiras, também é presente na TV Padre Cícero. Essa experiência televisiva acontece no ambiente familiar, seja ele físico, pois a TV é dentro da casa do fundador, bem como tem a presença ativas dos seus filhos (Roberto Bulhões Júnior e Yório Bulhões). Além dos colaboradores (Carlos de Souza Bezerra, José Reginaldo Arraes de Sousa e Ana Luiza Domingos da Silva). Isso também demonstra as marcas arraigadas de funcionamento da mídia televisiva no país, mesmo em realidades estruturais, econômicas e tecnológicas diferenciadas.

A iniciativa não foi realizada por um grande conglomerado midiático ou mesmo por um empresário com grande influência econômica. Entretanto, a sua proximidade com a política local facilitou a criação da TV. Assim, o percurso de criação e evolução da TV Padre Cícero apresenta vários obstáculos e desafios para a sua manutenção. Isso abrange desde questões jurídicas relacionadas à concessão até questões econômicas que influenciaram na sua organização. A experiência adquirida durante a passagem pelo SBT permitiu que Roberto Bulhões entendesse, mesmo que de forma parcial, o funcionamento de uma televisão e obtivesse os materiais e equipamentos fundamentais para a instalação da TV Padre Cícero.

Portanto, a hipótese previamente levantada pode ser confirmada. Existe uma forte conexão com a política local (sobretudo municipal) que permitiu a expansão da TV Padre Cícero desde a sua criação até o retorno ao sinal de televisão aberta através da TV Juazeiro. A interação com os políticos locais, particularmente os prefeitos, foi crucial para manter a TV Padre Cícero ativa (mesmo diante de inúmeras dificuldades econômicas e estruturais). Essa

conexão forte possibilitou e, ainda permite, que a TV Padre Cícero opere em sinal aberto, graças ao uso da concessão da TV Juazeiro, que pertence à prefeitura. E mesmo com as mudanças de prefeito e, também dos partidos, o arrendamento continua a acontecer (como se a prefeitura não tivesse um canal de televisão e ela pertencesse, de fato, ao empresário Roberto Bulhões).

O objetivo geral deste estudo, registrar a trajetória da TV Padre Cícero a partir do pioneirismo com a implantação da primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte, entre 1999 e 2024, foi atingido ao investigar essa trajetória desde os momentos anteriores à sua inauguração, em 1999, passando pelos desafios de estruturação (estrutura, equipamentos, pessoal, programação), questões legais e econômicas. Ademais, registrar tal trajetória é fundamental para que a sociedade local do Cariri cearense possa ter acesso a história de uma das principais mídias da região, compreendendo o seu desenvolvimento e transformação.

Com o primeiro objetivo específico, apresentar a trajetória de expansão e interiorização da televisão no Brasil, descrevemos e analisamos como a televisão (aparelho, emissoras e linguagem) partiu das grandes cidades, especialmente das capitais brasileiras, para as cidades do interior. Com os casos da Rede Tupi e Rede Globo, identificamos que a expansão e interiorização das emissoras ocorreu a partir de iniciativas de grandes conglomerados midiáticos brasileiro – o que demonstra a forte presença do capital e das relações políticas entre o cenário nacional e local/regional, presente até a atualidade.

No caso da Rede Tupi, as emissoras funcionavam praticamente de forma independente, sobretudo antes da introdução de algumas tecnologias, como é o caso do videoteipe que propiciou a diminuição da produção local em detrimento de produções advindas do eixo Rio-São Paulo. Já a partir da presença da Rede Globo temos uma segunda configuração com o processo de afiliação das emissoras permitindo que a empresa espalhasse a sua programação e uma forma de fazer televisão pelas cinco regiões do Brasil – tornando-se uma grande referência e modelo televisivo.

Em um terceiro momento, marcado pelo processo de digitalização, entendemos que é possível discorrer sobre uma nova fase da expansão da televisão para a internet, desde os sites até o estabelecimento das WebTVs e das produções audiovisuais nativas digitais. A expansão da internet, do barateamento dos equipamentos de captação de novas formas de distribuição e consumo, sinalizamos para uma expansão menos centralizadora que não está necessariamente nas mãos das grandes empresas midiáticas. Mas, sim, propiciando que produtores independentes possam realizar transmissões com marcas e características do modelo tradicional de televisão, mas direcionando para o cenário território local – como é o caso de Juazeiro do Norte.

O segundo objetivo específico, compreender as transformações da televisão a partir das experiências televisivas em Juazeiro do Norte, dialoga com as diferentes fases apresentadas ao longo da história de transformação da televisão. Especialmente no caso de Juazeiro do Norte, as transformações no universo televisivo, a presença das mídias digitais, a utilização do YouTube e do Instagram como plataforma de transmissão e compartilhamento audiovisual possibilitaram que produções locais com linguagem e gramática oriundas do modelo broadcast se tornassem uma realidade. Assim, o audiovisual local não ficou restrito às emissoras que funcionam sob a égide de uma concessão pública. É possível identificar novas audiovisuais nas mídias digitais e nas redes sociais, especificamente sob o uso do Instagram para o seu espalhamento.

As mudanças e (re)configurações da televisão em Juazeiro do Norte também são um reflexo das transmutações ocorridas desde a chegada e a expansão da televisão no Nordeste e, especialmente, no Ceará. A partir de 1960, o sul cearense observou a emergência da televisão, inicialmente a partir de uma antena retransmissora e, posteriormente, com a expansão do sinal das emissoras já existentes na capital cearense (TV Ceará). Contudo, de 1960 até o final de 1990 o Cariri cearense ainda não possuía uma experiência televisiva local própria e que não estivesse a serviço de uma empresa fundada na capital do estado. A chegada da TV Padre Cícero não foi apenas sinônimo de novidade tecnológica para uma cidade localizada no interior do estado. Ela representou a possibilidade da população ter uma produção televisiva direcionada para o local, feita por sujeitos que vivenciaram e conheciam de perto a realidade de Juazeiro do Norte.

Com o terceiro objetivo específico, historiografar a trajetória de expansão e interiorização da TV Padre Cícero a partir do seu pionerismo, registramos a história dessa experiência televisiva pioneira em Juazeiro do Norte desde os momentos que antecedem a sua inauguração em 1999 até o ano de 2024, celebrando os 25 anos de funcionamento. As diferentes fases, dificuldades, transformações, desafios e conquistas corroboram para explicitarmos como uma televisão criada com poucos recursos, sobretudo financeiro, conseguiu se tornar uma realidade no sul cearense. Nessa trajetória de 25 anos, mais do que apresentarmos somente a história da TV Padre Cícero, refletimos sobre a importância da mídia televisiva para o Brasil e com a televisão foi implantada em um território tão importante para o Ceará, como é o caso de Juazeiro do Norte.

Ao entendermos a TV Padre Cícero como uma televisão do interior, ressaltamos não apenas sua característica comportamental que persiste até os dias de hoje. Além disso, enfatizamos que seu pioneirismo é resultado de um anseio que, inicialmente, não está ligado a

uma vocação econômica para estabelecer uma empresa de mídia em um determinado local. Na verdade, essa vocação é questionável quando se trata da TV Padre Cícero. Afinal, o que apresentamos nesta pesquisa sugere que ela poderia ser e fazer mais do que é atualmente.

É fundamental também destacar que a questão da religião não é um mero composto figurativo para a TV Padre Cícero. Nesse cenário local, em Juazeiro do Norte, ela funciona como um dos principais motores para a sua existência e desenvolvimento. Desse modo, podemos refletir que a religiosidade, a fé, o circuito de missas, procissões e festividades, sobretudo as católicas – cuja presença é mais marcante e intensa no território analisado – ajudam a caracterizar as experiências televisivas da região, a começar pela TV Padre Cícero. Ou seja, o uso do nome padre Cícero para identificar essa televisão, também foi uma forma de estabelecer uma associação direta com esta figura que tanto representa e age como um símbolo de Juazeiro do Norte-CE.

A historicidade do início da primeira experiência televisiva em Juazeiro do Norte também nos permitiu compreender que, apesar de Roberto Bulhões e seus filhos possuírem experiência a produção televisiva, como nas reportagens feitas para o SBT, a criação e evolução de uma empresa ocorreu sem a orientação de um profissional com experiência na administração de uma emissora. Logo, sendo possível ressaltar o caráter familiar da TV Padre Cícero.

Aliás, essa característica familiar é crucial para entendermos toda a trajetória da TV Padre Cícero. Portanto, ao categorizar como TV familiar, não apenas indicamos a presença da família na condução (com a participação dos pais e dos filhos). Na TV Padre Cícero, a formação de uma família aconteceu através dos laços e afetos íntimos, criados com alguns colaboradores que estão lá há mais de duas décadas. Todavia, compreendemos que é necessário problematizar essa questão “familiar”, quando discorreremos sobre o contrato de trabalho.

Inicialmente os funcionários trabalhavam com carteira de trabalho assinada (CLT) e após a pandemia de Covid-19, eles passaram a trabalhar como freelancers (CNPJ). Essa dinâmica altera toda a relação trabalhista entre patrão e funcionário. O que pode ser evidenciado com a alteração do termo “funcionário” para “colaborador”. Aliás, essa é uma realidade crescente no país e que aponta para a perdas de direitos trabalhistas dos sujeitos e demonstra a fragilidade das empresas em seu processo de estruturação.

Outra questão da TV Padre Cícero é a ausência de um modelo de planejamento mais detalhado para o seu funcionamento (o que demonstra o seu caráter comportamental). A experiência televisiva não possui reuniões ou encontros regulares ou mensais para avaliação. Geralmente, o *feedback* ocorre durante as transmissões do programa ou até mesmo após as transmissões ao vivo da Missa do Padre Cícero. Além disso, é importante ressaltar que outra

característica marcante foi a formação de sua própria equipe, que não possuía conhecimento prévio ou experiência com uma emissora de televisão. Todo o conhecimento adquirido pelos colaboradores foi adquirido na prática, durante as reportagens diárias e os processos de edição das mesmas.

O processo de expansão da TV Padre Cícero também nos demonstra que a existência de uma televisão, no contexto contemporâneo, não requer necessariamente a obtenção de uma concessão pública. O diálogo com os novos ambientes digitais e a ampliação da lógica da plataforma apontam para uma descentralização das experiências televisivas marcadas pelo uso dos sites, YouTube e redes sociais digitais, como o Instagram, para o seu funcionamento. Esse é o caso de Juazeiro do Norte que vem apresentando uma ampliação do uso dessas plataformas para a disseminação de conteúdos televisivos para além do televisor.

A TV Padre Cícero e as demais experiências televisivas mapeadas em Juazeiro do Norte têm utilizado das novas plataformas digitais para produzir, distribuir e possibilitar uma comunicação de proximidade com o público local. Por um lado, esse processo possibilita que novos atores midiáticos possam produzir conteúdos que estejam diretamente relacionados com o território local e/ou regional. Além disso, essa possibilidade é proporcionada pelo barateamento dos equipamentos e pela presença mais massiva da internet. Por outro, aponta para a fragilidade dessas empresas em termos estruturais, de pessoal e até mesmo de conhecimento. E que também implica na falta de uma regulamentação do seu conteúdo e funcionamento pelo poder público (a exemplo das emissoras que funcionam sob a concessão). Logo, essas experiências televisivas estão sujeitas apenas ao controle das plataformas.

Neste sentido, a partir do estudo realizado visando registrar a trajetória da TV Padre Cícero, foi possível entender a história dessa experiência pioneira de televisão no sul do Ceará, além do histórico de presença, crescimento e interiorização da televisão no Ceará desde os anos 1960. Com isso, também identificamos a existência de várias experiências televisivas, principalmente no contexto da terceira etapa de expansão da televisão. Portanto, podemos explicitar que ao longo desses vinte e cinco anos, a TV Padre Cícero tem contribuído para a disseminação da cultura local, enfatizando os aspectos de proximidade, pertença e identidade em Juazeiro do Norte.

Assim, mesmo que o foco seja o território de Juazeiro do Norte, os processos de expansão e interiorização aqui descritos servem como guias para pesquisadores(as) de outras regiões que possam usá-los como ponto de partida para a elaboração e implementação de seus estudos locais. Afinal, é necessário examinar, ponderar e entender que as diversas realidades

televisivas vão além da presença de uma emissora de televisão, sediada em grandes metrópoles e gerenciadas por grandes grupos midiáticos.

Para além do problema de pesquisa que guiou esta tese, outras questões podem ser levantadas e que funcionam para a realizações de estudos futuros, tais como: problematizar a expansão da televisão em Juazeiro do Norte a partir do uso de diferentes plataformas; a relação política e econômica da TV Padre Cícero com a prefeitura que permitiu que a empresa se tornasse o que é hoje em dia; a questão religiosa e da fé utilizada pela TV Padre Cícero para a sua manutenção; compreender as aproximações com o modelo de surgimento da televisão no Brasil, em 1950, marcada pelas relações políticas e econômicas e a permanência dessa estrutura com o surgimento e desenvolvimento da TV Padre Cícero.

A pesquisa realizada também nos permitiu refletir sobre como a televisão, símbolo de capitalismo tardio, mesmo em pleno ano de 2026, ou seja, na segunda metade do século XXI, ainda se configura como um instrumento de dominação e poder em um dado território. Ao mesmo tempo, a presença e existência dessa nos direciona a refletir sobre a importância de um veículo de proximidade, pertencimento local e regional, corroborando para a história local, nomear seus lugares, reconhecer os seus sujeitos e expressões culturais, a exemplo do território de Juazeiro do Norte.

Ainda apontamentos os seguintes questionamentos: compreender a ideia de uma possível alteração da busca pelas concessões em detrimento do uso das plataformas digitais, que permitem que qualquer indivíduo possa construir a sua própria televisão na internet, no cenário contemporâneo; averiguar a expansão da verticalização da televisão em Juazeiro do Norte no Instagram como uma forma de existência e fabricação da televisão; investigar esses rearrajos ou gambiarras televisivas em Juazeiro do Norte a partir do diálogo com novas plataformas e; entender o processo de plataformização da televisão em Juazeiro do Norte.

Com isso, ainda é possível visualizar que há muitas lacunas, novas perspectivas e possibilidades de estudos e pesquisas tendo a televisão em Juazeiro do Norte como objeto de investigações científicas. E tais questões não apenas precisam ser restringidas ao território analisado, pois como apresentado e defendido no decorrer desta tese: é preciso registrar as diversas histórias das televisões brasileiras e não somente aquelas existentes nos territórios mais centralizados ou de empresas de grandes grupos midiáticos.

Nesse sentido, concluímos essa tese destacando a sua importância para a compreensão do cenário televisivo em Juazeiro do Norte, que apresenta não somente um viés histórico sobre o surgimento e desenvolvimento da TV Padre Cícero e/ou mesmo do processo de descentralização e expansão das televisões. Mas, a pesquisa também se volta para as

reflexões contemporâneas acerca das transformações e hibridizações da televisão e que denominamos, aqui, de experiências televisivas – como parte integrante desses novos arranjos entre as velhas e as novas mídias no Brasil e o seu processo de interiorização e expansão.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Maurício de Almeida. A cidade brasileira: 1870-1930. *In*: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org). **Urbanização e cidade: perspectivas geográficas**. Presidente Prudente: GASPER, 2001. p. 35-44.
- AGUIAR, Sonia. **Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2016.
- AIRES, Janaine; SANTOS, Suzy dos. **Sempre foi pela família: mídias e políticas no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2017.
- ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2011.
- ALCIDES, Jota. **Chegada da Televisão**. Juazeiro do Meu Tempo, 2016. Disponível em: <https://juazeiroanos60.blogspot.com/2016/11/juazeiro-do-meu-tempo-chegada-da.html>. Acesso em: 16 ago. 2024.
- ALENCAR JÚNIOR, J. S. Semiárido, fome e pobreza: a falta de foco nas estratégias de desenvolvimento para o Nordeste. *In*: SEMINÁRIO ESPECIAL FOME E POBREZA, 1., 2003, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Instituto Nacional de Altos Estudos, 2003.
- ALENCAR JÚNIOR, J. S. **Virgílio Távora: o coronel modernizador do Ceará**. 2006. Tese (Doutorado em Sociologia) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006.
- ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. **TV Social: o telespectador como protagonista na televisão em múltiplas plataformas**. Curitiba: Appris, 2020.
- ALMEIDA, Stefânia Helen Patrícia de; SANTOS, Deborah Macedo dos. Estátua do Padre Cícero: importância e memória do monumento por digitalização 3D. **Revista Delos**, Curitiba, v.16, n.43, p. 958-969, 2023,
- AMARAL, N. M. Televisão e telejornalismo: modelos virtuais. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais [...]**. Santos: Unisanta, 2007.
- AMORIM, Edgard de. **História da TV brasileira**. São Paulo: Centro Cultural de São Paulo, 2007.
- ARAGÃO, Raimundo Freitas; DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. Elaboração da imagem turística do Ceará: entre publicidade turística e propaganda política. **Geosul**, Florianópolis, v.21, n.42, p. 45-62, jul./dez. 2006.
- ASSIS, Francisco de. (org.) **Imprensa do interior: conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013.
- AZÊVEDO FILHO, R. F. **Campina Grande, desenvolvimento e televisão regional: o caso da TV Borborema**. 2016. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Programa

de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Regional, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2016.

BACELAR, Tania de Araújo. **Nordeste, Nordestes: que Nordeste?** Recife: Fundaj, 2002.

BARBALHO, Alexandre. Os modernos e os tradicionais: cultura política no Ceará contemporâneo. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 12, n. 22, p.27-42, 2007.

BARBALHO, Alexandre. A modernização da cultura nos “governos das mudanças”. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 23., 2000, Manaus. **Anais [...]**. Manaus: UFAM, 2000.

BARBOSA, Marialva. Anos 1950: a televisão em formação. *In*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor (orgs.). **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 57-106.

BARBOSA, Marialva. Tramas de memória e digitalização da TV no Rio Grande do Norte: vozes testemunhas de uma história em movimento. *In*: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos Kneipp (org.). **Trajetória da Televisão no Rio Grande do Norte: o processo de digitalização** Mossoró, RN: Edições UERN; FAPERN, 2023.

BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. Pensamento, palavras e obras. *In*: PARENTE, Josênio; ARRUDA, José Maria. (orgs.). **A era Jereissati: modernidade e mito**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002. p. 63-82.

BARRETO, Mariana Mont’Alverne. TV Ceará: processo de modernização da cultura local. **Revista Pós Ciências Sociais**, São Luís, v. 5, n. 9/10, p. 155-176, jan./dez. 2008.

BARRETTO, Margarida. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Revista Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 9, n. 20, 2003.

BARROSO, Fernando Luís Alves. **A hora do povo na TV: análise do discurso de uma experiência popular na televisão**. 1996. Dissertação (Mestrado em Sociologia Rural) - Universidade Federal de Campina Grande, Programa de Pós-Graduação em Sociologia Rural, Campina Grande, 1996.

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

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. Dilemas e perspectivas da televisão regional. *In*: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Mídia e região na era digital: diversidade cultural e convergência midiática**. São Paulo: Arte e Ciência, 2006. p.77-103.

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

BELCAVELLO, Frederico. **A TV Industrial de Juiz de Fora: memórias da juizdeforaneidade (1964-1979)**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2010.

BOCKORNI, Beatriz Rodrigues Silva; GOMES, Almiralva Ferraz. A amostragem em snowball (bola de neve) em uma pesquisa qualitativa no campo da administração. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, Umuarama, v. 22, n. 1, p. 105-117, jan./jun. 2021.

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

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

BOTELHO, Caio César Belo; SILVA, Amanda Teixeira da. O retorno de Maria de Araújo, a santa de Juazeiro, à cena pública de Juazeiro do Norte. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43, 2020, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: UFBA, 2020.

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

BRITTOS, Valério Cruz; SIMÕES, Denis Gerson. A reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização. In: RIBEIRO, Ana Paulo Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto, 2010. p. 219-238.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. 3. ed. São Paulo: Boitempo, 2000.

BULHÕES, Roberto. **70 anos: andanças e vivências**. Juazeiro do Norte, CE: [s.e.], 2021.

BUSETTO, Áureo. A televisão na seara de Clio: questões teórico-metodológicas e de fontes relativas à história da TV no Brasil. In: KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos (org.). **Trajetória da Televisão no Rio Grande do Norte: o processo de digitalização**. Mossoró, RN: Edições UERN; FAPERN, 2023. p. 44-73.

BUSETTO, Áureo. Por uma mirada internacional na história da TV no Brasil. In: BUSETTO, Áureo. **História plugada e antenada: estudos históricos sobre mídias eletrônicas no Brasil**. Curitiba: Appris, 2017. p. 117-136.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. O poderio da Rede Amazônica de Rádio e Televisão no norte do Brasil. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 34., 2013, Manaus. **Anais [...]**. Manaus: UFAM, 2013.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. **Concentração da mídia no Brasil: radiodifusão e telecomunicações**. Rio de Janeiro: Anagrama, 2023.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. Entre o local e o global: estratégias dos conglomerados de mídia no Brasil. **Revista EPTIC**, Aracaju, v.18, n.3, p. 76-94, set./dez. 2016.

CABRAL FILHO, Adilson Vaz; CABRAL, Eula Dantas Taveira. Regulamentação democrática e a radiodifusão. In: MAURÍCIO, Patrícia; SABACK, Lilian. **Regulamentação das comunicações e o interesse público**. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2024. p. 23-42.

CABRAL NETO, Manoel Izidoro; VASCONCELOS, Wesley Guilherme Idelfoncio de; CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. Do poder midiático ao simbólico: o grupo Ferreira Gomes e a história política cearense. In: PESSOA, Sônia Caldas; PRATA, Nair (orgs.). **Fluxos comunicacionais e crise da democracia: olhares de jovens pesquisadores**. São Paulo: Intercom, 2020. p. 120-132.

CÁDIMA, Francisco Rui. **A televisão 'light' rumo ao digital**. Lisboa: Media XXI, 2006.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins; SOUZA, José Jullian Gomes de. Estratégias, modelos e plataformas on-line de armazenamento para arquivos audiovisuais. **Biblos**, Porto Alegre, v.34, n.2, p. 265-281, jul./dez. 2020.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional**. Coimbra: MinevaCoimbra, 2002.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distanciamientos. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (org.). **Ágora Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades**. Covilhã: LabCom Books, 2012.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

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

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

CAPARELLI, Sérgio. A periodização nos estudos de televisão. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 1, p. 1-16, janeiro/junho 1997.

CARREIRA, L.; RIBEIRO, M.; PAIÁGUA, S. **Serviços de streaming Over The Top**. Lisboa: MEEC, Instituto Superior Técnico, 2011.

CARVALHO, Bruna Franco Castelo Branco. **O regionalismo nordestino em pauta na TV Diário: a folkcomunicação no contexto da televisão local**. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019.

CARVALHO, C. M. Uma reflexão sobre o papel dos canais educativos no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UERJ, 2005.

CARVALHO, Gilmar. **A televisão no Ceará (1959-1966)**. 3. ed. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2010.

CARVALHO, Rejane Maria Vasconcelos Accioly de. O retorno da competitividade na disputa pelo governo do Ceará em 2002. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v.35, n.1, p. 73-79, 2004.

CARVALHO, Rejane Maria Vasconcelos Accioly de. **Transição democrática brasileira e padrão midiático publicitário da política**. Campinas: Fontes, 1999.

CARVALHO, Sued; CORDEIRO, Anne. Velhas e novas oligarquias se enfrentam em Juazeiro do Norte. **A Verdade**, Fortaleza, 23 de out. 2020.

CARVALHO, Francisco Marcello Feitosa de. **O turismo em serras do Ceará vinculadas à associação internacional de montanhas da China**. 2016. Dissertação (Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos) - Programa de Pós-Graduação Profissional em Gestão de Negócios Turísticos, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2016.

CASELLI, Thais; COUTINHO, Iluska. Webjornalismo Audiovisual: uma análise descritiva da programação da allTV. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 18., 2013, Bauru. **Anais [...]**. Bauru: Unesp, 2013.

CASIMIRO, Luís. A Televisão no Cariri. **Boletim do Instituto Cultural do Vale Caririense**, Juazeiro do Norte, v.1, n.12, 1985.

CASIMIRO, Renato. **Chegada da TV no Cariri cearense**. [Entrevista concedida a] Emmanuelle Monike Feitosa Silva. Juazeiro do Norte, 2013.

CASTELO BRANCO, Samantha. História oral: reflexões sobre aplicações e implicações. **Norus**, Pelotas, v.8, n.13, p. 8-27, Jan./Jul. 2020.

CASTRO, Daniel. Em 1997, sushi erótico do Domingão do Faustão chocou até Roberto Marinho. **Notícias da TV**, São Paulo, 13 out. 2019. Disponível em: <https://11nk.dev/qu0uf>. Acesso em: 11 set. 2024.

COELHO, Pedro. A função social das televisões de proximidade: por um modelo de comunicação alternativo. **Estudos em Comunicação**, Covilhã, v. 10, n. 1, p. 319-331, 2007.

COELHO, Pedro. **A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público**. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

COSTA FILHO, Ismar Capistrano. As rádios educativas no contexto regional do Ceará. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, 9., 2007, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: UFBA, 2007.

COSTA, Leticia Maria Pinto da. O newsmaking na imprensa do interior: a rotina produtiva do jornal A Voz do Vale do Paraíba. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 26, n. 43, p. 105-120, 2005.

COSTA, Jorge Manuel Pedro da. **Televisão de proximidade em Portugal: o audiovisual local e regional na era digital**. 2018. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) -

Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2018.

COSTA, Osmani Ferreira da. A formação da TV no Paraná: notas e avaliações da imprensa (1954-1964). *In*: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 25., Fortaleza, 2009. **Anais [...]**. Fortaleza: UFC, 2009.

CRUZ, Dulce Márcia. **A RBS em Santa Catarina: estratégias políticas, econômicas e culturais na conquista do mercado televisivo regional**. 1994. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1994.

CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. Anotações sobre a história da televisão no Ceará (décadas de 1970 e 1980). *In*: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 7, 2009, Fortaleza. **Anais [...]**. Fortaleza: UFC, 2009.

DALLEGRAVE, Daiane Regina; BONA, Rafael Jose; DEL-VECHIO, Roberta. Comercial de Televisão na TV Educativa? Um estudo sobre os intervalos comerciais da FURB TV Blumenau. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 22., 2009, Curitiba. **Anais [...]**. Curitiba, Universidade Positivo: 2009.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: Edufba, 2020.

DANTAS, Eustógio W. C. **Construção da imagem turística de Fortaleza**. Revista de Geografia da UFC, Fortaleza, v.1, n.1, p. 53-59, 2002.

DANTAS, Eustógio W. C. **Fortaleza et Ceará: Essai de Geopolitique d'un Pays de Colonisation Tardive: de la décourverte à la mutation touristique contemporaine**. 2000. Thèse de Doctorat, Université de Paris IV Sorbonne, Paris, 2000.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. Cidade e indústrias de mídia: distinções entre metrópole e interior. *In*: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA, 13., 2013, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UERJ, 2013.

DIAS, Audisio Santos. **Região caririense: turismo religioso e manifestações culturais na festa do pau sagrado de Santo Antônio de Barbalha**. 2012. Dissertação (Mestrado em Geografia), Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2012.

DIAS, Emerson dos Santos. Televisão e Pioneirismo: um olhar historiográfico sobre as cinco primeiras TVs do interior do Brasil. *In*: MACHADO, Vitor Barletta. **Historiografia da mídia**. Volta Redonda: FOA, 2014. p. 41-57.

DIÓGENES, Glória. Ciro Gomes: percursos de uma imagem. *In*: PARENTE, Josênio; Arruda, José Maria. (orgs.). **A era Jereissati: modernidade e mito**. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha, 2002. p. 107-124.

DORNELLES, Beatriz. **A prática do jornalismo interiorano no Rio Grande do Sul: potencial mercado de trabalho para o próximo milênio**. 1999. Tese (Doutorado em Ciências da

Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1999.

DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo comunitário em cidades do interior:** uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2004.

DORNELLES, Beatriz. O localismo nos jornais do interior. **Famecos**, Porto Alegre, v.17, n.3, p. 237-243, set./dez, 2010.

DORNELLES, Beatriz. O futuro dos jornais do interior. **Intratextos**, Rio de Janeiro, v.4, n.1, p. 21-36, 2012.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. *In*: Duarte, Jorge; Barros, Antonio. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 62-75.

EXPANSÃO. DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2024. Disponível em <https://www.dicio.com.br/expansao/>. Acesso em: 11 abr. 2025.

FABBRI JÚNIOR, Duílio. **A tensão entre o global e Local:** Os limites de um noticiário regional na TV. Campinas, SP. Akadêmica, 2006.

FADUL, Anamaria. Mídia Regional no Brasil: elementos para uma análise. *In*: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina (orgs). **Mídia e região na era digital:** diversidade cultural e convergência midiática. São Paulo: Arte e Ciência, 2006. p. 23-40.

FECHINE, Yvana. **Televisão e presença:** uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

FEITOSA, Antonio Lucas Cordeiro. **Bairro brincante:** estudo sobre entrecruzamentos de socialidades constitutivas de um bairro de Juazeiro do Norte-CE. 2020. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, 2020.

FEITOSA, Antonio Lucas Cordeiro; QUEIROZ, Silvana Nunes; CORDEIRO NETO, José Raimundo. Industrialização, Trabalho e Sociabilidade no Espaço Urbano do Triângulo Crajubar-CE. **Observatorium**, Uberlândia, v. 1, n. 2, p. 91-104, 2009.

FEITOSA, Emmanuelle Monike Silva Feitosa. **Nordeste Rural:** o Cariri se vê por aqui? Um estudo sobre as notícias rurais na TV e o processo de desenvolvimento regional sustentável. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional Sustentável) – Universidade Federal do Ceará, Juazeiro do Norte, 2013.

FERRARETO, Luiz Artur; MORGADO, Fernando. Uma proposta de periodização para a história da TV no Brasil. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 12, 2019, Natal. **Anais [...]**. Natal: UFRN, 2019.

FERNANDES, Rosimeire Aparecida de Castro. **Depois dos comerciais:** o compromisso do telejornal regional com o mercado. 1996. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 1996.

FILGUEIRAS, Vitor. **“É tudo novo”, de novo:** as narrativas sobre as grandes mudanças no mundo do trabalho como ferramenta do capital. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2021.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Canatta de. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. **Famecos**, Porto Alegre, v. 19, n. 2, pp. 373-389, maio/agosto 2012.

FONSECA, Adriano Nogueira da. **Telejornalismo regional:** o percurso histórico do telejornal Bom Dia Tocantins. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2021.

FRANCFORT, Elmo; VIEL, Maurício. **TV Tupi do tamanho do Brasil:** da televisão regional à programação via satélite. v. 2. Brasília, DF: ABERT, 2020.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa.** Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009.

GOMES, Assis Daniel. **Da “Terra do Padre Cícero” à “Cidade do Progresso”:** intervenções urbanas em Juazeiro do Norte (1950-1980). Salvador: Editora Pontocom, 2015.

GOMES, Assis Daniel. **“Faça-se luz”:** a eletrificação urbana no Cariri cearense (1949-1972). 2016. Dissertação [Mestrado em História Social], Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-Graduação em História, Fortaleza, 2016.

GOMES, Elane; VIZEU, Alfredo; OLIVEIRA, Jocélio. Telejornalismo no Youtube: tradição ou inovação? *In:* PEREIRA, Ariane; MELLO, Edna Mello; EMERIM, Cárlida; FINGER, Cristiane. (orgs). **Na TV e em outras telas.** Florianópolis, SC: Editora Insular, 2023. p. 119-138.

GOMES, Isaltina; TROTTA, Felipe; LUSVARGHI, Luiza. **Fora do eixo:** indústria da música e mercado audiovisual no Nordeste. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2010.

GONDAR, Jô. Quatro proposições sobre memória social. *In:* GONDAR, Jô, DODEBEI, Vera (Orgs.) **O que é memória social?** Rio de Janeiro: Contra Capa, 2005. p. 11-26.

GONDIM, Linda Maria. Os “governos das mudanças” no Ceará: um populismo weberiano? *In:* ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM CIÊNCIAS SOCIAIS, 19, 1995, Caxambu. **Anais [...]**. Caxambu: MG, 1995.

GONÇALVES, Kaiane Yamauchi. **Televisão regional:** o discurso de pertencimento da afiliada da Rede Globo “TV TEM” no projeto “Tem Running Bauru 2019”. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2020.

GÖRGEN, James. Redes de televisão e prefeituras: uma dominação consentida. *In:* CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 2., 2007, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Belo Horizonte: Compolítica, 2007.

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

HAESBAERT, Rogério. Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade. *In*: ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR, 9., 2004, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Anpur, 2004.

HAESBAERT, Rogério. **Regional-global**: dilemas da região e da regionalização na geografia contemporânea. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 2010.

HAESBAERT, Rogério. Território e multiterritorialidade: um debate. **GEOgraphia**, Niterói, v. 9, n. 17, p.19-46, 2010.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HAMID, Lorrane; CAMPI, Robson. **TV Tupi Ribeirão Preto**: a primeira emissora de televisão do interior do Brasil. Ribeirão Preto: [s/e], 2015.

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

INTERIOR. DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2025. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/interior/>. Acesso em: 11 abr. 2024.

INSTITUTO DE PESQUISA E ESTRATÉGIA ECONÔMICA DO CEARÁ. **Objetivos do Desenvolvimento do Milênio**. Fortaleza: IPECE, 2020.

IZQUIERDO, Ivan. **Memória**. Porto Alegre: Artmed, 2002.

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

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. A primeira emissora de TV do interior da América Latina. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 3., 2005, Novo Hamburgo, RS. **Anais [...]**. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2005.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. (org.). **Trajetória da televisão brasileira no Rio Grande do Norte**: a fase analógica. Natal: EDUFRN, 2017.

KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV. *In*: COSTA, Alcir Henrique da; SIMÕES, Inimá Ferreira; KEHL, Maria Rita. (orgs.) **Um país no ar**: história da TV brasileira em 3 canais. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 167-276.

KEMPF, Alisson Felipe et al. Consumo das plataformas de streaming antes e durante a pandemia da COVID-19. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO, 34., 2021, Ponta Grossa. **Anais [...]**. Ponta Grossa: UEPG, 2021.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos; SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas. O desenvolvimento da TV no Nordeste: um estudo sobre o início da televisão no Rio Grande do Norte. **Revista Brasileira de História da Mídia**, Teresina, v.8, n.8, p. 54-68, jul./dez. 2019.

LAGE, Leandro. Apontamentos sobre o dispositivo televisivo: uma releitura panorâmica das dimensões técnicas, comerciais, das linguagens e dos regimes de espetatorialidade da TV. *In*: LADEIRA, João Martins. (org.). **Televisão e cinema: o audiovisual contemporâneo em múltiplas vertentes**. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2018. p. 35-50.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. Um olhar histórico na formação e sedimentação da TV no Brasil. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 7., Fortaleza, 2009. **Anais [...]**. Fortaleza: UFC, 2009.

LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada e voto: o município e o regime representativo no Brasil**. São Paulo: Alfa-Omega, 1975.

LEITÃO, Juarez. Virgílio Távora e a transição para o desenvolvimento do Ceará. **Revista do Instituto do Ceará**, Fortaleza, 2013. p. 235-238.

LEITE, Ary Bezerra. **História da energia no Ceará**. Fortaleza: Fundação Demócrito Rocha, 1996.

LIMA, Átila de Menezes. **A particularidade de um projeto modernizador: Virgílio Távora e o processo de eletrificação do estado do Ceará de 1950 a 1980**. 2015. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza, 2015.

LIMA, Maria Érica de Oliveira Lima; LOPES, John Willian. A produção e circulação de conteúdo na mídia regional: o caso da Rede Somzoom Sat. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: USP, 2016.

LIMA, Maria Erica de Oliveira. Nordeste: o desenvolvimento para além das oligarquias. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. **Anais [...]**. UFSM: Campo Grande, 2001.

LIMA, Venício Artur de. **Regulação das comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Paulus, 2011.

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

LOHN, Reinaldo Lindolfo. História, política e mídia no Brasil em redemocratização. *In*: GONÇALVES, Janice. (org.). **História do tempo presente: oralidade, memória, mídia**. Itajaí, SC: Casa Aberta, 2016. p. 59-76.

LOHN, Reinaldo Lindolfo. Reflexões sobre a história do tempo presente: uma história do vivido. *In*: REIS, Tiago Siqueira (org.). **Coleção história do tempo presente: volume 1**. Boa Vista: Editora da UFRR, 2019. p. 11-26.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de *et al.* Brasil: tempo de streaming brasileiro. *In*: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; OROZCO GÓMEZ, Guillermo (coord.). **O melodrama em tempos de streaming**. Porto Alegre: Sulina, 2020. p. 83-116.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; MOURA, Cláudia Peixoto de. O “Brasil profundo” na ficção televisiva. *In*: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BURNAY, Catarina Duff; VILELA, Rosaria Sánchez (orgs.). **O que está acontecendo com as narrativas na ficção televisiva Ibero-Americana?** Santiago: Edicionais UC, 2024. p. 77-106.

LOUREIRO, Luís Miguel; LOZANO, Juan Francisco Gutiérrez. Televisão e vídeo: reconfigurações da comunicação audiovisual. **Revista de Cultura Visual**, Salvador, v.11, n.1, p. 1-9, 2023.

LOURENÇO FILHO, Manuel Bergström. **Juazeiro do Padre Cícero**. 4. ed. aumentada. Brasília-DF: Inep/MEC, 2002.

LOTZ, Amanda D. **Portals: A treatise on internet-distributed television**. Michigan Publishing; University of Michigan Library, 2017.

MACÊDO, Ana Cristina Linard. **Cariri Garden Shopping: consumo, lazer e turismo na cidade de Juazeiro do Norte-Ceará**. 2018. Dissertação (Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos) - Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza 2018.

MACHADO FILHO, Francisco. **TV aberta no Brasil: que televisão queremos ter?** Curitiba: Appris, 2020.

MARQUES, Renan da Silva. **Rede Clube: movimentos estratégicos como processo de regionalização e manutenção de liderança no mercado**. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Piauí, Teresina, 2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesus; REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2004.

MARTINS, Mariana. TV Diário sofre investida da Rede Globo, **Observatório da Imprensa**, 24 mar. 2009. Disponível em: <https://encr.pw/3hdGA>. Acesso em: 11 set. 2024.

MARTINUZZO, José Antônio. A Televisão no Espírito Santo – Trajetória histórica e conexões socioeconômicas e políticas do modelo. **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo, v.1, n.2, p. 21-31, jul. 2012.

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

MATTOS, Sérgio. **Um perfil da TV brasileira: 40 anos de história (1950-1990)**. Salvador: Associação Brasileira de Agências de Propaganda, 1990.

MEDEIROS, Rosa Maria Vieira; VALDUGA, Vander; LINDNER, Michele. Território, identidade e turismo: a Borgonha turística e o Vale dos Vinhedos. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO RURAL, 10., 2017, Porto Alegre. **Anais [...]**. UFSM: Porto Alegre, 2017.

MEIHY, J. C. S. B. **Manual de história oral**. São Paulo: Loyola, 2002.

MEIRE, Elinaldo; LIMA, Maria Érica de Oliveira. **Juazeiro das Candeias**. Fortaleza: Alece, 2022.

MEIMARIDIS, Melina; CAMPANELLA, Bruno. “A TV voltando a ser TV”: a convergência do streaming de vídeo com práticas televisivas. **Famecos**, Porto Alegre, v. 32, p. 1 -15, jan.-dez. 2025.

MELLO, Edna. Telejornalismo e história: permanências e rupturas no fazer jornalístico. *In*: VIZEU, Alfredo et al. **Telejornalismo em questão**. Florianópolis: Insular, 2014. p. 309-328.

MELO, Francisco Egberto de. **Práticas de clientelismo, educação planejada e sonho da redenção humana em torno do Plameg – Plano de Meta do Governo Virgílio Távora (Ceará, 1963-66)**. 2013. Tese (Doutorado em Educação Brasileira) - Programa de Pós-Graduação em Educação Brasileira, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2013.

MENESES, Verônica Dantas. **Cenário da programação de TV regional aberta no Brasil: desafios e perspectivas**. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

MONTAÑO, Sonia. **Plataformas de vídeo: apontamentos para uma ecologia do audiovisual na web na contemporaneidade**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

MOTA, Joanne Santos. Mercado sergipano de televisão aberta: TV Sergipe, TV Atalaia e a invasão do “Sudeste way of life”. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2014, Foz do Iguaçu. **Anais [...]**. Foz do Iguaçu: Unicentro, 2014.

MOREIRA, Ellen Cristina; LEAL, Leonan Leite; AGUIAR, Sonia. Jornalismo local e regional no Nordeste brasileiro: estudo comparativo entre o Correio e o Diário do Nordeste. *In*: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 19., Fortaleza, 2017. **Anais [...]**. Fortaleza: UFC, 2017.

MOREIRA, Sonia Virginia; DEOLINDO, Jacqueline da Silva. Mídia, cidade e “interior”. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, v.11, n.21, p. 19-30, 2013.

MUANIS, Felipe. **A imagem televisiva: autorreferência, temporalidade, imersão**. Curitiba: Appris, 2018.

MUANIS, Felipe. **Convergências audiovisuais: linguagens e dispositivos**. Curitiba: Appris, 2020.

MUANIS, Felipe. Entre imprecisões e retórica: em busca de uma definição mais ampla de televisão. *In*: LADEIRA, João Martins. (org.) **Televisão e cinema: o audiovisual contemporâneo em múltiplas vertentes**. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2018. p. 11-34.

MUANIS, Felipe. O tempo morto na hipertelevisão. *In*: BRASIL, André; MORETTIN, Eduardo; LISSOVSKY, Mauricio. (orgs.). **Visualidades hoje**. Salvador: EDUFBA, 2013. p. 173-190.

MULTIDÃO RECEBE EM PETROLINA BISPO SEQUESTRADO EM JUAZEIRO. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 29 dez. 1986. Disponível em: https://memoria.bn.gov.br/pdf/030015/per030015_1986_00264.pdf. Acesso em: 11 set. 2024.

MUSSE, Christina Ferraz; MUSSE, Mariana Ferraz. A história oral e a construção das memórias do telejornalismo local. *In*: COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárilda (orgs.). **Telejornalismo local: teorias e conceitos**. Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 8. Florianópolis: Insular, 2019. p. 193-210.

NÉIA, Lucas Martins. **Como a ficção televisiva moldou o país: uma história cultural da telenovela brasileira (1963-2020)**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2023.

NEGRI, B. Desconcentração da indústria paulista nos últimos vinte anos (1970-1990). *In*: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 20., 1992, Campos do Jordão. **Anais [...]**. Campos de Jordão: Anpec, 1992.

NETO, Lira. **Padre Cícero: poder, fé e guerra no sertão**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

NOGUEIRA, Leila. **O webjornalismo audiovisual: uma análise de notícias no UOL News e na TV UERJ Online**. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

OLIVEIRA, Janaina Florêncio de. Origens, desenvolvimento e aspectos do coronelismo. Origens, desenvolvimento e aspectos do coronelismo. **Rev. Sem Aspas**, Araraquara, v. 6, n. 1, p. 74-84, jan./jun. 2017.

OLIVEIRA, Laís Catarine de. **Espaço urbano e turismo religioso: avaliação da política de reordenamento do centro da cidade de Juazeiro do Norte-CE**. 2008. Dissertação (Mestrado em Avaliação de Políticas Públicas) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2008.

OLIVEIRA, P. W. A. **Memória da cidade: transformações e permanências na produção espacial do núcleo de formação histórica da cidade de Juazeiro do Norte – CE**. 2014. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2014.

OLIVEIRA, Naiara Carneiro de. **O Cariri cearense na TV: um estudo de caso**. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Recife, 2017.

OLIVEIRA, Roberto Reis de. TV local entre a comunidade e o negócio. *In*: MARÇOLLA, Rosângela; OLIVEIRA, Roberto Reis de. (orgs.). **Estudos de mídia regional, local e comunitária**. Marília: UNIMAR, 2008.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

PASTI, André. Vozes concentradas: propriedade e consumo de mídia no território brasileiro. *In*: BANDEIRA, Olívia; MENDES, Gysele; André (orgs.). **Quem controla a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais**. São Paulo: Intervezes, 2023. p. 31-48.

PEREIRA, Danilo Oliveira; SOUSA, Denilson Rodrigues Silva; RODRIGUES, Ligia Coeli Silva. Da CLT às gambiarras: a situação laboral de jornalistas na região metropolitana do

Cariri cearense. *In: Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo*, 13., 2023, Brasília. **Anais [...]**. Brasília: UNB, 2023.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 26, n. 43, p. 67-84, 2005.

PIERANTI, Octavio Penna. A Radiodifusão e os Coronéis da Mídia: uma Discussão Conceitual Acerca do “Coronelismo Eletrônico”. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v.11, n.1, 128-145, 2008.

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.

PINHO, Maria de Fátima Moraes. Acontecimentos extraordinários do Joazeiro: o milagre da transformação da Hóstia Sagrada, em sangue, nas páginas do jornal O Apostolo, do Rio de Janeiro (1889-1898). *In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA*, 28., 2015, Florianópolis. **Anais [...]**. Florianópolis: UFSC, 2015.

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

PREVEDELLO, Carine (org.). **A TV na internet: streaming, twitch.TV e tendências**. Rio de Janeiro, RJ: Oficina de Livros, 2024.

PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. *In: BUCCI, Eugênio. (org.). A TV aos 50 anos: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 13-24.

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

QUEIROZ, Silvana Nunes de; OJIMA, Ricardo; CAMPOS, Jarvis; FUSCO, Wilson. Migração em cidades médias do interior nordestino: a atração migratória como elemento distintivo. **Revista brasileira de estudos urbanos e regionais**, Presidente Prudente, v.22, n.1, p. 1-34, 2020.

QUEZADO, Ana Leopoldina Macêdo. **Fortaleza nos primeiros tempos da TV: cotidiano, memória e cultura 1958-1965**. 2007. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Ceará, Programa de Pós-Graduação em História, Fortaleza, 2007.

RAIMUNDO, Orlando. **A linguagem dos jornalistas: manual de escrita jornalística**. Ericeira: O acontecimento, 1991.

REBELO, C. TV Local, sociedade civil e cidadania: o caso português. *In: SARA, P. (org.) Congresso Nacional Literacia, Media e Cidadania*. Braga: Universidade do Minho, 2011.

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

REIMÃO, Sandra. **Em instantes:** notas sobre programas na TV brasileira (1965-2000). São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

RENAULT, Letícia. Webtelejornalismo: diálogo entre televisão e web a partir do telejornalismo no Brasil. *In:* CONGRESSO MUNDIAL DE COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA, 1., 2011, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: USP, 2011.

REVEL, Jacques. **Jogos de escala:** a experiência da micro-análise. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1998.

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

RICCO, Flávio; VANUCCI, José Armando. **Biografia da televisão brasileira.** 1. ed. São Paulo: Matriz, 2017.

RIOS, Daniel. Televisão e plataformas: um estudo de caso sobre datificação nos serviços SVoD Netflix e Amazon Prime Video. **Fronteiras**, São Leopoldo, v.23, n.1, p. 68-79, janeiro/abril. 2021.

ROCHA, Paula Melani; ZAUIH, Gabriela. A história da consolidação da imprensa do interior no contexto da Belle Époque Paulista. **Interin**, Curitiba, v. 11, n. 1, p. 1-12, jan./jun. 2011.

ROCHA, Vinícius Oliveira; AGUIAR, Sonia. A (sub)representação das afiliadas da Rede Bahia no Bahia Meio-Dia, de Salvador. *In:* CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 10., 2018, Juazeiro. **Anais [...]**. Juazeiro: UNEB, 2018.

RODRIGUES, Flávio Lins. **TV Mariano Procópio:** cariocas do brejo entrando no ar. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016.

RODRIGUES, Ligia Coeli Silva; SOUZA, José Jullian Gomes de. Fé (web)televisada: expansão da linguagem e manutenção dos laços sociais na tv mãe das dores. *In:* Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies, 6., 2023, Aveiro. **Anais [...]**. Aveiro: Ria Editora, 2023.

ROXO, Marco. A volta do “jornalismo cão” na TV. *In:* RIBEIRO, Ana Paulo Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil:** do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010. p. 177-196.

SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. Estratégias demóticas no jornalismo televisivo brasileiro contemporâneo: o populismo e o neopopulismo. **Sessões do imaginário**, Porto Alegre, v.20, n.34, p. 27-38, 2015.

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.

SAMPAIO, Milene Moura. **TV Omnichannel: a percepção da experiência televisiva**. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade) - Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, Salvador, 2022.

SANCHEZ, Neuza. O Jabá Tucano: O Governador Ciro Gomes faz um investimento turístico-político na novela *Tropicaliente*. **Revista Veja**, edição 1341, ano 27, n.21, 25 maio 1994. p. 90-91.

SANTOS, Igor Vieira. **A influência do Padre Cícero na forma e imagem da cidade de Juazeiro do Norte**. 2019. Monografia (Graduação em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

SANTOS, Milton. **A cidade como centro de região**. Salvador: Livraria Progresso, 1959.

SANTOS NETOS, Valdemir Soares dos; BRESSAN JÚNIOR, Mário Abel. As complexas relações arquivísticas, mercadológicas e afetivas diante das práticas de preservação e compartilhamento do arquivo televisivo do Grupo Globo: o caso da plataforma Globoplay. **Revista Rebeca**, São Paulo, v. 11, n. 2, pp. 01-25, jul. / dez., 2022.

SANTOS, Suzy dos. Televisão continua a ser poder. **Revista Eptic**, São Cristovão, v. 27, n. 1, p. 38-51, jan./abr., 2025.

SANTOS, Suzy dos. E-Sucupira: o Coronelismo Eletrônico como herança do Coronelismo nas comunicações brasileiras. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, São Paulo, p. 1-27, dez. 2006.

SARRETA, Fausto. A política na década de 1920. In: Lorenzo, Helena Carvalho; Costa, Wilma Peres (org.). **A década de 1920 e as origens do Brasil moderno**. São Paulo: EDUNESP, 1997. p. 217-233.

SCARDUELLI, Paulo (1996). **Network de Bombacha: os segredos da TV regional da RBS**. 1996. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

SCHUDSON, M. Enfoques históricos a los estudios de la comunicación. In: JENSEN, K. B.; JANKOWSKI, N. W. (orgs.). **Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas**. Barcelona: Bosch, 1993. p. 211-228.

SERRA, Paulo; SÁ, Sônia. (orgs.). **Televisão e novos meios**. Covilhã: Labcom, 2017.

SEVERO, É. L. S. Como a música se torna relevante, influenciando o atual consumidor em seu cotidiano: um estudo do consumo de streaming via Spotify. In: SEMINÁRIO Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais, 2., 2019, São Leopoldo. **Anais [...]**. São Leopoldo: Unisinos, 2019.

SILVA, Edna Mello. Fases do telejornalismo: uma proposta epistemológica. In: EMERIM, Cárilda; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristiane. **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Insular, 2018. p. 19-36.

SILVA JÚNIOR, Gonçalo. **País da TV: a história da televisão brasileira contada por...** São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2001.

SILVA, Naiana Rodrigues da et al. Trabalho e sustentabilidade nos arranjos jornalísticos cearenses: informalidade e construção de modelos de negócios. *In*: FÍGARO, Roseli; NONATO, Cláudia. **Arranjos jornalísticos alternativos e independentes no Brasil**. São Paulo: ECA-USP: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021. p. 157-181.

SIMÕES, Inimá Ferreira. TV à Chateaubriand. *In*: SIMÕES, Inimá Ferreira; KEHL, Maria Rita. (orgs.) **Um país no ar: história da TV brasileira em 3 canais**. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 11-113.

SOARES, Cláudio Smalley. De povoado à cidade: a produção do espaço urbano de Juazeiro do Norte/CE (1870-1930). *In*: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org). **Urbanização e cidade: perspectivas geográficas**. Presidente Prudente: GASPERR, 2014. p. 1-16.

SOARES, Marcelo Vicente Cancio. Saga televisiva: história das televisões de Mato Grosso do Sul. *In*: ENCONTRO REGIONAL CENTRO-OESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 3., 2016, Campo Grande. **Anais [...]**. Campo Grande: UCDB, 2016.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil**. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

SOTANA, Edvaldo Correa. Integração nacional por antenas de TV e a transmissão do Jornal Nacional para Cuiabá-MT (1976). **Revista Domínios da imagem**, Londrina, v.14, n.16, p. 114-137, 2020.

SOTANA, Edvaldo Correa. Notas sobre a história da TV no estado de Mato Grosso: do projeto as primeiras transmissões da TV Morena (1963-1965). *In*: Simpósio Nacional de História, 27., Natal, 2013. **Anais [...]**. Natal: UFRN, 2013.

SOUSA, Bruno Marinoni Ribeiro de. Gás e televisão, uma mistura que deu certo? *In*: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 5., 2007, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Cásper Líbero, 2007a.

SOUSA, Bruno Marinoni Ribeiro de. TV Verdes Mares, uma janela para o Grupo Edson Queiroz. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 9., 2007, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: UFBA, 2007b.

SOUSA, Bruno Marinoni Ribeiro de. Verdes mares: a ideologia da sereia. **Cenários da Comunicação**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 31-38, 2008a.

SOUSA, Bruno Marinoni Ribeiro de. **Sistema Verdes Mares de Comunicação e indústria cultural brasileira ou Das técnicas modernas para sereias concorrerem em ambientes oligopolizados**. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Recife, 2008b.

SOUZA, Bruno Leal. De que falamos quando falamos de “televisão”? Alguns desafios aos estudos de televisualidade no Brasil. *In*: MARQUIONI, Carlos Eduardo; FISCHER, Gustavo Daudt. (orgs.). **Da televisão às televisualidades: continuidades e rupturas em**

tempos de múltiplas plataformas. Belo Horizonte, MG: Selo PPGCOM-UFMG, 2020. p. 31-44.

SOUZA, Girlene Florêncio de; BELIZÁRIO, Maria Aletheia Stedile. Padre Cícero: um legado de fé e devoção. *In*: GONZAGA, Waldecir; FERREIRA, Antonio Luis Catelan Ferreira; ANDRADE, Paulo Fernando Carneiro de. **Um padre e sua fé: Cícero, história e legado**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2021. p. 169-186.

SOUZA, José Jullian Gomes de. A regionalização da televisão no Ceará: um estudo de caso do processo de interiorização da TV no Cariri cearense. **Eikon**, Covilhã, v.2, n.11, p. 81-88, jan./jun. 2022.

SOUZA, José Jullian Gomes de. Dos televisores às telas: iniciativas telejornalísticas em Juazeiro do Norte-CE. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 25., 2025, Fortaleza. **Anais [...]**. Fortaleza: UFC, 2025.

SOUZA, José Jullian Gomes de; LIMA, Maria Érica de Oliveira. Uma emissora em rede na terra do padre Cícero: a chegada da Rede Globo em Juazeiro do Norte-CE. *In*: CONGRESSO REGIONAL NORDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 7., 2022, São Luís. **Anais [...]**. São Luís: UFMA, 2022a.

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, 2022b.

SOUZA, José Jullian Gomes de; SALES JÚNIOR, Francisco das Chagas. Desertos televisivos: uma análise sobre os territórios do interior no nordeste brasileiro. *In*: RUIZ, Abel Suing; ANDRADE, Ana Paula Goulart; BASTOS, Dorotea; KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. (Orgs.) **Imagem em movimento**. Aveiro: Editora Ria, 2023. p. 304-332.

SOUZA, José Jullian Gomes de. O transbordamento dos arquivos de telejornalismo em meios digitais. **Memorare**, Tubarão, v.8, n.2, p. 111-123, jul./dez. 2021.

SOUZA, José Jullian Gomes de. TV Padre Cícero: a trajetória da primeira experiência com nome de televisão em Juazeiro do Norte (CE). **Dispositiva**, Belo Horizonte, v. 12, n. 22, p. 202 - 219 – jul./dez., 2023.

SOUZA, Marcelo José Lopes. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. *In*: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo César da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (orgs). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 77 -116.

SOUZA, Paulo Henrique Rodrigues de; SOUZA, José Jullian Gomes de. O uso das imagens de arquivo no programa especial dos 50 anos da TV Verdes Mares. **Temática**, João Pessoa, v. 19, n. 3, p. 94-109, mar. 2023.

SPÀ, M.; GARITAONANDÍA, C.; LÓPEZ, B. (eds.). **Televisión de Proximidad em Europa: Experiencias de Descentralización en la Era Digital**. Bellaterra: Universidade Autònoma de Barcelona, 1999.

SPANNENBERG, Ana Cristina. Do ceticismo à consolidação: a TV na Bahia Notas sobre a primeira década de televisão em Salvador. **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo, v.1, n.2, p. 1-9, jul./dez. 2012.

STYCER, Mauricio. **Adeus controle remoto**: uma crônica do fim da TV como a conhecemos. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2016.

STYCER, Mauricio. **O homem do sapato branco**: a vida do inventor do mundo cão na televisão brasileira. São Paulo: Todavia, 2023.

SVARTMAN, Rosane. Apresentação. In: GONÇALVES, Ana Paula. **O Brasil mostra a sua cara**: Vale Tudo, a telenovela que escancarou a elite e a corrupção brasileira. Rio de Janeiro: Autografia, 2024.

TEIXEIRA, Francisco J. S. CIC: A Razão Esclarecida da FIEC. **Propostas alternativas**, n.4, Fortaleza: IMOPEC, ADUFC, CUT-CE e CPT-CE, 1995.

TERRITÓRIO. DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2025. Disponível em <https://www.dicio.com.br/territorio/>. Acesso em: 11 abr. 2024.

THOMPSON, Paul. **A voz do passado**. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

TOURINHO, Carlos. **Jornalismo regional e optativo na Rede Globo**: programa Painel de Domingo. Vitória, Espaço Livre, 2007.

TOURINHO, Carlos. **Uma nova porta para a televisão**. Telejornalismo interativo: entre a promessa e a realidade. Barcelona: Chiado Editora, 2015.

VERÍSSIMO, Iolanda Figueira. **TV local em Portugal**: perspectivas de desenvolvimento da televisão de proximidade no novo cenário digital. 2012. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) -Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2012.

VIAJANDO NO TEMPO COM A EXPRESSO REAL CARIRIENSE. **MOB Ceará**, Fortaleza, 11 ago. 2018. Raridades. Disponível em: <https://encr.pw/2JY6o>. Acesso em: 11 set. 2024.

VIEIRA, Mônica de Fátima Rodrigues Nunes; AMARAL, Patricia Aparecida. TV Triângulo: pioneirismo no interior de Minas Gerais. **Revista Alterjor**, São Paulo, v. 2, n. 28, p. 444-463, 2023.

VIDAL, M. **Imprensa e poder**: o I e II Veterados (1963/1966 e 1979/1982) no jornal O Povo. Fortaleza: Secult, 1994.

WANDERLEY, Sonia. **A construção do silêncio**: a Rede Globo nos projetos de controle social e cidadania (décadas 1970/1980). 2010. Dissertação (Mestrado em História) - Departamento de História, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1995.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. Tradução Marcio Sereller; Mário F. I. Viggiano. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

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

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Prezado(a) Senhor(a),

Esta pesquisa de doutorado é sobre o “TV Padre Cícero: a trajetória de interiorização da televisão em Juazeiro do Norte-CE”, desenvolvido pelo pesquisador José Jullian Gomes de Souza, sob a orientação da Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. O objetivo do estudo é registrar o processo de interiorização e expansão da televisão em Juazeiro do Norte-CE.

Solicitamos a sua colaboração/participação para esta pesquisa e a sua autorização para apresentar os resultados deste estudo em eventos da área. Assim, como publicar em revistas científicas, livros físicos, e-books dentre outros formatos. Esclarecemos que sua participação no estudo é voluntária e, portanto, o(a) senhor(a) não é obrigado(a) a fornecer as informações solicitadas pelo pesquisador. Caso decida não participar da pesquisa, ou a qualquer momento desistir da mesma, não sofrerá nenhum dano.

Ao assinar este termo o(a) participante declara: Diante do exposto fui devidamente esclarecido(a) e concedo meu consentimento para participar da pesquisa, assim como da publicação dos resultados e uso de material informacional (documento, fotos, registros etc.). Estou ciente que receberei uma cópia desse documento.

Juazeiro do Norte, ____ de _____ de ____.

Assinatura do(a) participante da pesquisa

Assinatura do pesquisador

APÊNDICE B – ENTREVISTA COM ROBERTO BULHÕES

Perguntas: Como surgiu a sua paixão pela televisão? Como foi a sua entrada profissional no jornalismo impresso? Como foi o surgimento da TV Padre Cícero? Como aconteceu a expansão da televisão? Como ocorreu o surgimento da TV Juazeiro e a parceria com a TV Padre Cícero? O foco da TV sempre foi o regional? Como foi o surgimento da produtora? Como foi o investimento para a produtora? onde eram comprados os equipamentos? Você lembra quanto foi o investimento inicial? Quais foram esses equipamentos iniciais para que a emissora começasse a funcionar? Precisou de autorização da prefeitura para utilizar o transmissor? Como foi necessário o investimento para abrir a televisão? Quem trabalhava na TV nessa época? Qual era a programação no início da TV? a TV sempre funcionou na sua casa? Como o início da TV foi viabilizado financeiramente? Como foi o funcionamento da TV durante a pandemia? Como foram as mudanças tecnológicas na transmissão? Como foi a visita na TV Maré, em Aracati? Quando a televisão lá acabou, no ano de 2000, como foi a entrada na internet? Como foi a criação da página na internet? Sobre essa questão do apoio cultural, você tem uma tabela com o valor certo? Como funciona questão trabalhista, os colaboradores são registrados? A TV tinha/tem algum planejamento? A programação sempre foi voltado para o ao vivo? Quando vocês começaram a fazer as transmissões, qual foi a sua função na TV Padre Cícero? Você lembra como é que foi esse processo da concessão?

APÊNDICE C - ENTREVISTA COM ROBERTO BULHÕES JÚNIOR

Perguntas: quais as diferenças da TV Padre com as emissoras da capital? Como foi o surgimento da produtora? Como começou a sua experiência na televisão? Qual a função você exercia? Como foi a primeira visita ao SBT na década de 1990? Como surgiu a TV Padre Cícero? Como foi a sua volta para a TV Padre Cícero, após a sua passagem pelo SBT? Quais foram as mudanças que ocorreram quando voltou para a TV Padre Cícero? Como foi criado o Programa Leriado? Como era a primeira unidade móvel da TV Padre Cícero? Como foi criado o Programa Panorama Regional? Como foi desenvolvido o cenário do programa? Como aconteceu a expansão da TV para o YouTube? Vocês fazem reuniões de planejamento e/ou feedback? Existe algum tipo de “embate” de gerações e/ou visões acerca da administração da TV? Qual a origem desse retorno financeiro da TV? Como é a identificação do público com a TV, vocês recebem algum tipo de retorno? Como é a participação dos artistas locais na TV? como foi a expansão da TV para o sinal a cabo? Por que o nome TV Padre Cícero? Como vocês fazem a medição da audiência?

APÊNDICE D - ENTREVISTA COM CARLOS BEZERRA

Perguntas: Como aconteceu a sua entrada na TV Padre Cícero? Como foi a criação do site da TV Padre Cícero? O que você começou a fazer quando entrou para a TV? Como era o Programa Notícias da Semana? A ideia da TV Padre Cícero sempre foi focar na transmissão ao vivo? Como foi criado o Programa Panorama Regional? Como foi desenvolvido o cenário do programa?

APÊNDICE E - ENTREVISTA COM ANA LUIZA DOMINGOS

Perguntas: Como você entrou para a TV Padre Cícero? Antes de entrar para a TV, você trabalhava com o quê? Como foi criado o Programa Panorama Regional? Como é feita a estrutura do programa? Como ocorreu as mudanças no estúdio?

APÊNDICE F – ENTREVISTA COM REGINALDO ARRAES

Perguntas: Como foi a sua entrada na produtora de vídeos, a Bulhões Produções? Você lembra dos rumores antes da inauguração da TV? Você lembra quem estava lá no dia da primeira transmissão? A TV tinha/tem algum planejamento? A programação sempre foi voltado para o ao vivo? Quando vocês começaram a fazer as transmissões, qual foi a sua função na TV Padre Cícero? Você lembra como é que foi esse processo da concessão? Você lembra do programa Notícias da Semana? Como vocês encontram os participantes dos programas? Nesses dois primeiros anos que vocês ficaram funcionando (1999-2000), você lembra como era o retorno do público? Você lembra como foi os últimos meses, antes da TV fechar? Como é que foi a entrada da TV na internet? Como foi a adaptação de vocês para a internet? Você lembra como foi o sentimento dessa retomada?

APÊNDICE G - ENTREVISTA COM YÓRIO BULHÕES

Perguntas: Como foi a sua entrada para a TV com o jornalismo? Como foi o surgimento da TV? Como você aprendeu a filmar? Na TV você começou como cinegrafista? Como era a programação no início da TV? Como foi pra você o encerramento da TV nos anos 2000? O que aconteceu com a TV depois do fechamento nos anos 2000? Vocês gravavam essas reportagens para outras emissoras mesmo na época em que a TV estava funcionando? Como foi o período a partir do fechamento da TV? Vocês criaram um site? Qual é a sua função na TV? como funciona o apoio cultural? Você acha que hoje em dia a televisão está à frente da produtora? como funciona essa relação familiar existente na TV? Havia algum planejamento para a produção da televisão? Como foram as mudanças tecnológicas na produção da TV? Como foi receber a notícia de que vocês voltariam a funcionar na TV Aberta com a parceria da TV Juazeiro? Por que não tem programação jornalística na TV?