
O poder midiático em um tabuleiro: espacialização e geopolítica das emissoras de radiofusão de sons e imagens do Rio Grande do Norte¹

Juliana Kaline de ALMEIDA²

Janaine Sibelle Freires AIRES³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Neste artigo buscamos identificar e analisar concessões de radiodifusão do Rio Grande do Norte. Trata-se da pesquisa preliminar desenvolvida no âmbito do projeto Mercado Audiovisual no Rio Grande do Norte, considerando especialmente os serviços de televisão. A partir do escopo teórico da Economia Política da Comunicação, buscamos elaborar uma sistematização dos dados e analisar as outorgas considerando sua espacialização. Tal intento é fundamental não só para preencher uma lacuna, já que são incipientes os mecanismos de transparências, como também para auxiliar investigações de monitoramentos futuros e o aprofundamento da compreensão sobre a geopolítica da comunicação no estado.

PALAVRAS-CHAVE: Mercado audiovisual no Rio Grande do Norte; Concessão, Radiodifusão.

INTRODUÇÃO

O estudo sobre a televisão no Brasil é marcado não só por intensos conflitos conceituais, mas também pela fragilidade dos mecanismos de transparência sobre as concessões, os laços de propriedade e a ausência de estratégias de registro público do conteúdo veiculado. Tais fragilidades, no entanto, apontam para o caminho inverso da importância política, social e cultural da televisão no Brasil. Do ponto de vista do mercado audiovisual, a televisão se constitui como a principal atividade econômica,

¹ Trabalho apresentado no IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do Curso de Comunicação Social – Audiovisual da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Voluntária de Iniciação científica do projeto de pesquisa Mercado Audiovisual no Rio Grande do Norte. Integra o EPA! – Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual. E-mail: juhkaline@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Líder do EPA! – Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual. E-mail: janaineaires@gmail.com

gerando mais de 54% dos postos de empregos formais do setor no país (ANCINE, 2017).

Apesar disso, trata-se de um mercado no qual os níveis de concentração são mais acentuados. Colaboram com este cenário de concentração e de assimetrias regionais, o modelo de regionalização adotado para a expansão dos meios de comunicação no país. O sistema de afiliação que propiciou a chegada da televisão nos âmbitos regionais é baseado especialmente na redução da capacidade de produção de televisão aberta, focadas especialmente na produção jornalística e obedecendo a padrões estéticos e estruturais de suas cabeças-de-rede.

No Rio Grande do Norte o cenário de concentração da produção de conteúdo se produz. A capital, Natal, concentra as atividades de radiodifusão de sons e imagens, ao todo nove redes de televisão têm geradoras no estado. Duas delas são estatais: a TV Assembleia (Fundação Djalma Maranhão) e a TV Câmara (Câmara dos Deputados); uma classifica-se como televisão pública, a TVU (Universidade Federal do Rio Grande do Norte); e seis delas são privadas, a saber: TV Potiguar (Fundação Antônio Gomes dos Santos), InterTV Cabugi (Televisão Cabugi LTDA), Band Natal (Televisão Novos Tempos LTDA), TV Tropical (Tropical Comunicação LTDA); TV Ponta Negra (TV Ponta Negra LTDA) e TV Feliz (MultiTV Comunicações LTDA).

Neste artigo apresentamos um levantamento preliminar dos serviços de radiodifusão de sons e imagens do Rio Grande do Norte. Trata-se de um primeiro levantamento sobre o campo que vem a somar com o levantamento já produzido sobre as empresas audiovisuais locais (LAZARO, ALMEIDA, SOUZA E AIRES, 2021). Buscamos traçar um panorama acerca da geografia da comunicação a partir do estudo das concessões de radiodifusão voltadas para a prestação de serviços de televisão no Rio Grande do Norte.

No Brasil, a radiodifusão é regulada pelo Estado e é uma concessão pública. Os serviços compreendem a transmissão de sons (radiodifusão sonora) e a transmissão de sons e imagens (televisão), a serem direta e livremente recebidas pelo público em geral, obedecerão aos preceitos da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, do Decreto nº 52.026, de 20 de maio de 1963, deste Regulamento e das normas baixadas pelo Ministério das Comunicações. A pesquisa tem como objetivo identificar quais empresas são detentoras de concessões no Rio Grande do Norte, quais os tipos de concessões são autorizados.

Nosso banco de dados cruza informações do Sistema Mosaico/Anatel e informações da receita federal. A partir desta reunião de informações é possível a

especialização das emissoras em atuação no Rio Grande do Norte. Para o mapeamento, adotamos a ferramenta Google Maps, pela facilidade de acesso e difusão, e como endereços as latitudes e longitudes das antenas contida na fonte primária consultada. Nossa amostra, excluiu as concessões outorgadas a prefeituras dos municípios do estado, já que não é possível aferir quais são as afiliações de cada concessão e se os canais estão em efetivo funcionamento.

Inicialmente discorreremos sobre o marco regulatório do campo, ainda baseado no Código Brasileiro de Telecomunicações (1963). Buscaremos definir o que são concessões públicas de radiodifusão e discorreremos sobre as definições dos serviços relacionadas à TV Aberta. Na sequência, nos dedicaremos a refletir sobre a especialização a partir da obra de David Harvey (2006). E, por fim, apresentaremos os resultados sobre a estrutura da radiodifusão local.

Concessões públicas e o marco regulatório obsoleto

A Constituição estabelece que cabe à União utilizar diretamente ou mediante a concessão dos serviços de rádio e TV. Ou seja, as empresas que são detentoras das concessões de rádio ou televisão não são proprietárias e sim, são apenas autorizadas a explorar esse canal por tempo determinado, sendo 10 anos para rádio e 15 anos para a televisão.

Para que essas empresas possam atuar é preciso passar por um processo licitatório. O trâmite segue normas estabelecidas pela lei nº 8.666/1993, que regulamenta processos de licitação e contratos com o governo. Para ser habilitada aos editais, a entidade interessada deverá ter: 1. Habilitação jurídica; 2. Qualificação econômico-financeira; 3. Regularidade fiscal; 4. Nacionalidade e cumprir todas as exigências políticas relacionadas com seus sócios e seus dirigentes.

No processo licitatório, também são considerados aspectos do conteúdo que será veiculado, por isso aplica-se pontuação para diferentes tipos de conteúdos planejados pela empresa interessada: 1. Tempo destinado a programas jornalísticos, educativos e informativo; 2. Tempo destinado a serviços noticiosos; 3. Tempo destinado a programas culturais, artísticos e jornalísticos a serem gerados na própria localidade ou no município ao qual pertence a localidade objeto da outorga; 4. Prazo para início da execução do serviço objeto da outorga, em caráter definitivo. Classificam-se apenas propostas que

atendam às condições mínimas estabelecidas para cada um dos quesitos. (ANCINE, 2010)

O funcionamento de uma rede de televisão baseia-se na divisão de tarefas entre três tipos de estação, basicamente: geradoras, retransmissoras e repetidoras. Todas precisam de uma concessão/autorização/permissão da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) para gerar e transmitir programação televisiva. Cada serviço tem sua função, por isso para entender a geopolítica dos meios de comunicação de uma localidade é fundamental dominar as definições disponibilizadas no Quadro 01.

Quadro 01 – Definições segundo a Anatel dos Serviços de Radiofusão relacionados à TV aberta

Televisão (TV)	Serviço de radiodifusão destinado à transmissão de sons e imagens, por ondas radioelétricas, autorizadas a produzir conteúdo próprio
Televisão digital (TVD)	Serviço de Sistema de televisão com transmissão, recepção e processamento digitais, podendo exibir programas por meio de equipamento digital ou de aparelho analógico acoplado a uma Unidade Receptora Decodificadora (URD), autorizadas a produzir conteúdo próprio
Retransmissão de Televisão (RTV)	Serviço destinado a retransmitir, de forma simultânea, os sinais de estação geradora de televisão para a recepção livre e gratuita pelo público em geral, autorizadas apenas a retransmitir o conteúdo de outras emissoras
Repetição de TV	Serviço destinado ao transporte de sinais de sons e imagens oriundos de uma estação geradora de televisão para estações repetidoras ou retransmissoras ou, ainda, para outra estação geradora de televisão, cuja programação pertença à mesma rede
Serviços Auxiliares de Radiodifusão e Correlatos (SARC)	Serviços executados pelas concessionárias ou permissionárias de serviços de radiodifusão para realizar reportagens externas, ligações entre estúdios e transmissores das estações, utilizando inclusive transceptores portáteis

Fonte: Superintendência de Acompanhamento de Mercado – SAM / ANCINE, 2010.

Para entender o poder político e comercial de uma rede de comunicação, precisamos compreender como as geradoras, as retransmissoras e as repetidoras estão organizadas espacialmente. É a partir deste entendimento que, associadas a demais dimensões econômicas, simbólicas e políticas podemos compreender o poder de uma rede de televisão.

A espacialização da radiodifusão: a geopolítica da comunicação no Rio Grande do Norte

A espacialidade como conceito vai além da noção de espaço geográfico em si e abrange múltiplas dimensões. Segundo o geógrafo britânico David Harvey (2006; 2012),

em sua publicação intitulada “O espaço como Palavra-Chave”, a espacialidade pode ser avaliada por uma matriz que articula o espaço absoluto, o espaço relativo e o espaço relacional:

Se considerarmos o espaço como absoluto ele se torna uma ‘coisa em si mesma’, com uma existência independente da matéria. Ele possui então uma estrutura que podemos usar para classificar ou distinguir fenômenos. A concepção de espaço relativo propõe que ele seja compreendido como uma relação entre objetos que existe pelo próprio fato dos objetos existirem e se relacionarem. Existe outro sentido em que o espaço pode ser concebido como relativo e eu proponho chamá-lo espaço relacional – espaço considerado, à maneira de Leibniz, como estando contido em objetos, no sentido de que um objeto pode ser considerado como existindo somente na medida em que contém e representa em si mesmo as relações com outros objetos. (HARVEY, 2012, p. 10).

O espaço absoluto é fixo e tem uma ordem material. Quando Harvey o cita, busca se referir a localização, a posição, às fronteiras e às barreiras físicas. O espaço relativo depende do ponto de vista, depende do que está sendo relativizado e por quem. Por exemplo, uma distância percorrida a pé, de carro ou de *skate* terá sentidos e contemplações diferentes. Por fim, o espaço relacional se refere ao fato de que tudo está imerso em um espaço, logo depende dos eventos e situações que acontecem ao redor dele.

No campo da Economia Política da Comunicação, a espacialização tem contornos mais específicos e se refere, segundo Vicent Mosco (2009), ao poder corporativo das indústrias de comunicação. Este campo de estudos:

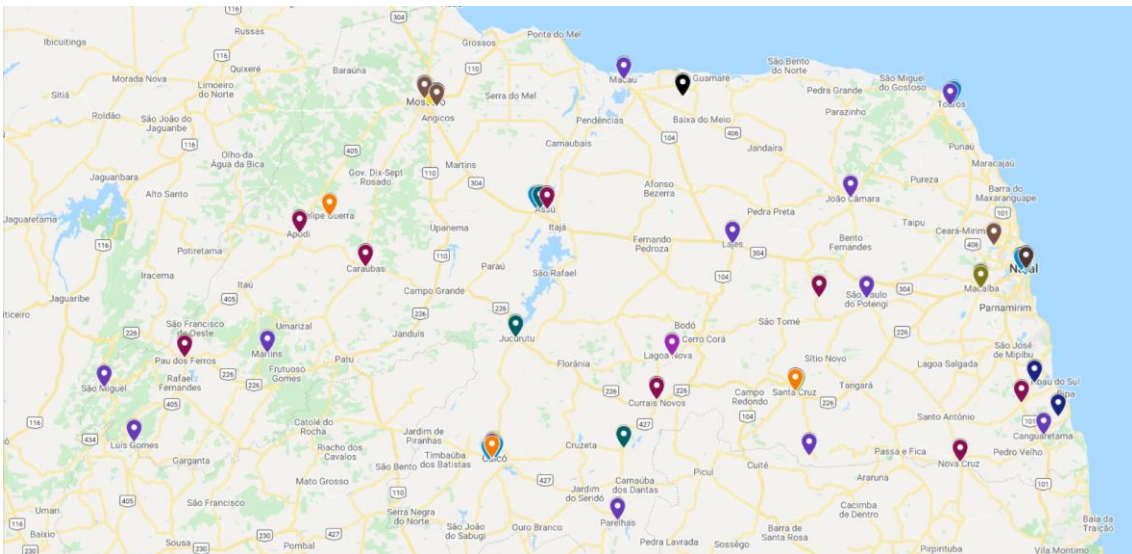
tem assumido especificamente a espacialização, principalmente em termos de extensão institucional, de poder corporativo na indústria de comunicação. Isso se manifesta no crescimento absoluto do tamanho das empresas de mídia, medido por ativos, receitas, lucros, funcionários e o valor de suas ações nos mercados financeiros. A economia política deu mais ênfase ao estudo de diferentes formas de concentração corporativa ou as formas como as empresas fortalecem sua organização para dominar os mercados. A principal razão para esse enfoque é entender melhor como o poder funciona na indústria da comunicação e porque a concentração corporativa tem consequências significativas para a sociedade. A concentração corporativa permite que as empresas controlem melhor a produção, distribuição e troca de comunicação. Por outro lado, também limita a concorrência e, portanto, a diversidade de informações e entretenimento disponíveis na sociedade (MOSCO, 2009, p. 158, tradução das autoras).⁴

⁴ Tradução nossa para “In general terms, spatialization research has addressed the geographic and institutional extension of organizational activity. The political economy of communication has specifically taken up spatialization, chiefly in terms of the institutional extension of corporate power in the communication industry. This is manifested in the sheer growth in the size of media firms, measured by assets, revenues, profit, employees, and the value of their shares in financial markets. Political economy placed the most emphasis on studying different forms of corporate concentration or the ways companies

No caso brasileiro especialmente, acreditamos que é fundamental associar a perspectiva de David Harvey que tem contornos multidimensionais com o entendimento de Vicent Mosco, uma vez que não há como observar a indústria de mídia nacional sem considerar para além dos seus vínculos corporativos seus aspectos políticos.

No mapa a seguir temos distribuídas geograficamente as torres de radiodifusão existentes no Rio Grande do Norte. A ferramenta utilizada para a criação do mapa foi o *Google Maps* e nele podemos destacar cada empresa que tem acima de duas concessões por cores específicas e as empresas que possuem apenas uma sendo caracterizada pela cor azul celeste. A partir deste mapa, representado pela Figura 01, é possível observar quais as empresas que dominam as concessões e como elas são distribuídas dentro do território norte riograndense.

FIGURA 01 – Mapa das concessões de Geradoras e Retransmissoras de televisão no Rio Grande do Norte



Fonte: Elaboração própria.

Considerando as variáveis de alcance e poder, é possível identificar a força simbólica, comercial e política de cada de emissora. No total temos 112 empresas que possuem a autorização para geração e retransmissão de conteúdo televisivo, sendo que 25 desse total possui apenas uma concessão, e por outro lado uma dessas empresas é

strengthen their organization to dominate markets. The primary reason for this focus is to better understand how power works in the communication industry and because corporate concentration has significant consequences for society. Corporate concentration permits companies to better control the production, distribution, and exchange of communication, and also limits competition and therefore the diversity of information and entertainment available in Society”

possuidora de 23 torres distribuídas pelo território do Rio Grande do Norte. Na tabela a seguir foram listadas as empresas que possuem concessões no RN, quantas cada uma possui, o conteúdo gerado ou retransmitido, e o serviço que é autorizado. Vale destacar que em 13 empresas não foi possível descobrir o tipo de conteúdo trabalhado.

Tabela 1 - Lista de empresas que possuem concessões no RN

EMPRESA	NUMERO DE CONCESSÕES	AFILIAÇÃO	RETRANSMISSÃO	GERAÇÃO	SERVIÇO
Fundação Djalma Maranhão	23	-	-	TV Assembléia	GTVD
TV Ponta Negra LTDA	12	SBT	-	TV Ponta Negra	GTVD
Tropical Comunicação LTDA	11	Rede Record	-	TV Tropical	GTVD
Multi TV	6	TV Feliz	-	TV Feliz	GTVD
Câmara dos Deputados	6	-	-	TV Câmara	GTVD
Televisão Cabugi LTDA	4	Rede Globo	-	InterTV Cabugi	GTVD
Televisão Novos Tempos LTDA	4	Band	-	Band Natal	GTVD
Canal Brasileiro de Informação CBI LTDA	3	-	-	Mega TV	RTVD
Petróleo Brasileiro SA Petrobras	3	-	-	-	RTV
Televisão Independente de São José do Rio Preto LTDA	3	Rede Vida	-	-	RTVD
Empresa Brasil de Comunicação AS – EBC	2	-	-	TV Brasil	GTVD
Sistema de Comunicação Pantanal S/C LTDA	2	-	Rede Mundial	-	RTVD
TV Serra Azul LTDA	2	-	-	-	RTVD
Fundação Três Fronteiras	2	-	-	-	RTVD
TV Omega LTDA	2	-	-	Rede TV!	RTVD
Rádio e Televisão Bandeirantes LTDA	2	-	Band	-	RTVD
Sistema Timon de Radiodifusão Limitada	1	-	-	TV Meio Norte	RTV
Central de emissoras gravações e rep. Ajuicaba S/A	1	-	TV Norte Amazonas (Afiliada SBT)	-	RTV
TV Cabralia LTDA	1	Record	-	-	RTVD
Televisão Cidade Modelo	1	Igreja Internacional da Graça	-	-	RTVD
ID TV S.A.	1	Igreja Mundial da Graça	-	-	RTVD
TVCI TV Comunicações Interativas LTDA	1	TV Pai Eterno	-	-	RTVD
Fundação João Paulo II	1	TV Canção Nova	-	-	RTVD
Rádio e Televisão OM LTDA	1	TV Universal	-	-	RTVD
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	1	TV Brasil	-	TVU.RN	GTVD
Televisão Sul Bahia de Teixeira de Freitas LTDA	1	Igreja Internacional da Graça	-	-	RTV
Senado Federal	1	-	Senado Federal	-	RTV
Fundação Antônio Gomes dos Santos	1	-	-	TV Futuro	GTVD
Fundação Sara Nossa Terra	1	-	-	Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra	RTVD
Televisão Costa Branca LTDA	1	Rede Globo	-	InterTV Cabugi	GTVD
Fundação Nossa Senhora Aparecida	1	-	-	TV Aparecida	RTVD
Luno Tecnologia de Informação LTDA	1	-	-	-	RTVD
RTV de Mossoró retransmissão e Repetição de Televisão LTDA	1	-	-	-	RTVD
Fundação de Arte, Comunicação, Cultura e Ensino - FACCE	1	-	-	-	RTVD
Fundação Cultural Santa Barbara	1	-	-	-	RTVD
Empresa de Rádio e Televisão Nosso Mundo LTDA	1	-	-	-	RTVD
TV Mídia Publicidade Comercial LTDA	1	-	-	-	RTVD
SM Comunicações LTDA	1	-	-	-	RTVD
Central de Eventos, Promoções e Marketing LTDA	1	-	-	-	RTVD
Sistema Lageado de Comunicação LTDA	1	-	-	-	RTVD
Ministério da Educação	1	-	-	-	RTV

Fonte: Elaboração própria.

O número de serviços de radiodifusão associados ao Rio Grande do Norte, incluindo TV e Rádio, é de 435 distribuídas por todo. Nosso levantamento, se dedicou

apenas aos serviços de televisão aberta, retirando as concessões de rádio deste escopo. Para o nosso mapeamento, utilizaremos as empresas que não são pertencentes a prefeituras, totalizando 112 concessões. Entre as empresas que possuem concessões para televisão no Rio Grande do Norte, sua maioria é de iniciativa pública, como destaca a tabela a seguir:

Tabela 02 – Empresas de iniciativa pública com concessões no Rio Grande do Norte

EMPRESA	NUMERO DE CONCESSÕES	AFILIAÇÃO	RETRANSMISSÃO	GERAÇÃO	SERVIÇO
Fundação Djalma Maranhão	23	-	-	TV Assembléia	GTVD
Câmara dos Deputados	6	-	-	TV Câmara	GTVD
Petróleo Brasileiro SA Petrobras	3	-	-	-	RTV
Empresa Brasil de Comunicação AS – EBC	2	-	-	TV Brasil	GTVD
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	1	TV Brasil	-	TVU.RN	GTVD
Senado Federal	1	-	Senado Federal	-	RTV
Ministério da Educação	1	-	-	-	RTV

Fonte: Elaboração própria.

Quando tratamos de conteúdo religioso, o número de concessões diminui para 19 empresas que têm sua grade de programação quase ou inteiramente voltada para o público religioso, contando independente de doutrina. Vale ressaltar que mesmo empresas não tendo afiliação com empresas de conteúdo religioso, também podem ou não produzir esse tipo de conteúdo. Reproduzindo uma característica da televisão aberta brasileira, observamos que a radiodifusão no Rio Grande do Norte também é cada vez mais religiosa. E são afiliadas ou geradoras de grupos ligados direta ou indiretamente a igrejas, especialmente cristãs, conforme destacamos na Tabela 03.

Tabela 03 - Empresas de conteúdo religioso com concessões no Rio Grande do Norte

EMPRESA	NUMERO DE CONCESSÕES	AFILIAÇÃO	RETRANSMISSÃO	GERAÇÃO	SERVIÇO
Multi TV	6	TV Feliz	-	TV Feliz	GTVD
Televisão Independente de São José do Rio Preto LTDA	3	Rede Vida	-	-	RTVD
Sistema de Comunicação Pantanal	2	-	Rede Mundial	-	RTVD
Televisão Cidade Modelo	1	Igreja Internacional da Graça	-	-	RTVD
ID TV S.A.	1	Igreja Mundial da Graça	-	-	RTVD
TVCI TV Comunicações Interativas LTDA	1	TV Pai Eterno	-	-	RTVD
Fundação João Paulo II	1	TV Canção Nova	-	-	RTVD
Rádio e Televisão OM LTDA	1	TV Universal	-	-	RTVD
Televisão Sul Bahia de Teixeira de Freitas LTDA	1	Igreja Internacional da Graça	-	-	RTV
Fundação Sara Nossa Terra	1	-	-	Comunidade Evangélica Sara Nossa Terra	RTVD
Fundação Nossa Senhora Aparecida	1	-	-	TV Aparecida	RTVD

Fonte: Elaboração própria.

Quando se trata de geradoras, apenas 11 empresas têm autorização em um total de 16 concessões. 9 delas estão localizadas em Natal, 4 em Mossoró e as outras localizadas em Macaíba, Caicó, Lagoa Nova e Santa Cruz, conforme destacamos na Tabela 04. O destaque vai para a Câmara dos Deputados que obtém 4 dessas concessões como mostra a tabela a seguir:

Tabela 04 – Empresas Geradores no Rio Grande do Norte

EMPRESA	AFILIAÇÃO	RETRANSMISSÃO	GERAÇÃO	SERVIÇO	MUNICÍPIO
Fundação Djalma Marinho	-	-	TV Assembléia	GTVD	Lagoa Nova
TV Ponta Negra LTDA	SBT	-	TV Ponta Negra	GTVD	Natal
Tropical Comunicação LTDA	Rede Record	-	TV Tropical	GTVD	Natal
Multi TV	TV Feliz	-	TV Feliz	GTVD	Natal
Câmara dos Deputados	-	-	TV Câmara	GTVD	Natal
Câmara dos Deputados	-	-	TV Câmara	GTVD	Macaíba
Câmara dos Deputados	-	-	TV Câmara	GTVD	Mossoró
Câmara dos Deputados	-	-	TV Câmara	GTVD	Caicó
Câmara dos Deputados	-	-	TV Câmara	GTVD	Santa Cruz
Televisão Cabugi LTDA	Rede Globo	-	InterTV Cabugi	GTVD	Natal
Televisão Novos Tempos LTDA	Band	-	Band Natal	GTVD	Natal
Empresa Brasil de Comunicação AS – EBC	-	-	TV Brasil	GTVD	Mossoró
Empresa Brasil de Comunicação AS – EBC	-	-	TV Brasil	GTVD	Mossoró
Universidade Federal do Rio Grande do Norte	TV Brasil	-	TVU.RN	GTVD	Natal
Fundação Antônio Gomes dos Santos	-	-	TV Futuro	GTVD	Natal
Televisão Costa Branca LTDA	Rede Globo	-	InterTV Cabugi	GTVD	Mossoró

Fonte: Elaboração própria.

Vale ressaltar que neste estudo não foi possível detectar o tempo que cada geradora produz, e o que é retransmitido a partir das afiliações. Observa-se, no entanto, a partir da quantidade de concessões distribuídas pelo estado, que o público Norte-rio-grandense tem acesso em grande escala, se comparado ao número de concessões, ao conteúdo produzido pelas maiores emissoras do país.

Na tabela a seguir percebemos que a TV Ponta Negra, afiliada do SBT, domina em números de concessões tendo um total de 12 autorizações, e que além de redistribuir o conteúdo do SBT, também produz seu conteúdo local em Natal. A TV Tropical segue com 11 concessões de televisão no estado, retransmitindo o conteúdo da RecordTV e produzindo conteúdo local, além da Tv Tropical, a RecordTV também é retransmitida pela concessão da TV Cabralia localizada também em Natal. Em terceiro temos a TV Cabugi que junto a TV Costa Branca são afiliadas da Rede Globo e juntas obtêm 5 concessões no estado e produzem conteúdo local tanto em Natal quanto em Mossoró. A

Band Tv também está presente no Rio Grande do Norte contando com 4 concessões por meio da Televisão Novos Tempos LTDA que é detentora de uma autorização de concessão de geração que está localizada em Natal, além de retransmitir o conteúdo da Band, também tem algumas horas de tela com conteúdo local, além da concessão da Rádio e Televisão Bandeirantes LTDA que tem uma concessão de retransmissão localizada em Macaíba. E por último a RedeTV! Tem duas concessões no Rio Grande do Norte, ambas para retransmissão localizadas em Macaíba. Como demonstramos a tabela 05, disponível a seguir:

Tabela 5 - Empresas com concessões no RN afiliadas à emissoras comerciais de abrangência nacional

EMPRESA	NUMERO DE CONCESSÕES	AFILIAÇÃO	RETRANSMISSÃO	GERAÇÃO	SERVIÇO
TV Ponta Negra LTDA	12	SBT	-	TV Ponta Negra	GTVD
Tropical Comunicação	11	Rede Record	-	TV Tropical	GTVD
Televisão Cabugi LTDA	4	Rede Globo	-	InterTV Cabugi	GTVD
Televisão Novos Tempos LTDA	4	Band	-	Band Natal	GTVD
TV Omega LTDA	2	-	-	Rede TV!	RTVD
Rádio e Televisão Bandeirantes	2	-	Band	-	RTVD
TV Cabralia LTDA	1	Rede Record	-	-	RTVD
Televisão Costa Branca LTDA	1	Rede Globo	-	InterTV Cabugi	GTVD

Fonte: Elaboração própria.

Conclusão

O Rio Grande do Norte tem 112 concessões de televisão, retirando as que são diretamente ligadas às prefeituras dos municípios. Ao fim desse estudo é possível perceber que os potiguares ainda tem uma certa limitação na questão de consumo, pois a quantidade de afiliadas e retransmissoras no estado atinge pelo menos 32% de conteúdo produzido da região sudeste, contando as emissoras líderes de audiência no Brasil.

A Fundação Djalma Marinho possui maioria de concessões no estado, sendo um total de 23 concessões distribuídas pelo estado do Rio Grande do Norte, o que equivale a 20% do total. Com geradora em Lagoa Nova produz, segundo o site da Fundação, “Diariamente são veiculados, ao vivo, dois telejornais, um programa de esportes, quatro

boletins informativos, as sessões plenárias, audiências públicas e reuniões das comissões permanentes. A TV Assembleia também produz semanalmente programas de entrevista sobre temas variados, uma agenda cultural com a divulgação dos eventos realizados no estado e a produção dos artistas locais, e informativos com prestação de serviço, como dicas de emprego e cursos. Outro ponto forte da TV Assembleia são os documentários sobre a cultura, história, economia e a memória política do Rio Grande do Norte, com periodicidade mensal e bimestral, totalizando uma produção atual de vinte programas.”

REFERÊNCIAS

ANCINE 2010. Mapeamento da TV Aberta. Disponível em: <
https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/mapeamento_tvaberta_2010.pdf> Acessado a 12 de agosto de 2021.

HARVEY, David. **Espaço como palavra-chave**. EM PAUTA, Rio de Janeiro _ 1o Semestre de 2015- n. 35, v. 13, p. 126 - 152.

_____. *Spaces of global capitalism: towards a theory of uneven geographical development*. London: Verso, 2006

INTERVOZES. **Concessões de Rádio e TV onde a democracia não chegou**. Disponível em: <http://www.intervozes.org.br/arquivos/interrev001crtodnc.pdf>. Acesso em 11 de agosto de 2021.

MOSCO, Vicent. *The political economy of communication*. Washigton: Sage, 2009.

RODRIGUES, Alexsandro Lázaro; ALMEIDA, Juliana Kaline; SOUZA, Rebeca de; AIRES, Janaine. **Espacialização, estruturação e mercantilização do audiovisual potiguar**. Revista Temática – Revista Eletrônica de Publicação mensal. V7, p. 201-216, 2021.