

Expansão da televisão regional no Vale do Paraíba – SP

Lucimara RETT¹

Resumo

Um breve panorama sobre as emissoras de televisão de sinal aberto presentes no Vale do Paraíba é apresentado no artigo de Lucimara Rett. Por meio de entrevistas com os profissionais das áreas comerciais e/ou programação, além de análise de documentos fornecidos e informações dos sites institucionais das emissoras, foi possível falar um pouco sobre a expansão da televisão regional no Vale do Paraíba, interior de São Paulo, bem como sobre as características e especificidades das emissoras, considerando sua programação e atuação local. Também foram entrevistados por e-mail, profissionais das principais agências de publicidade da região. Para uma abordagem mais clara, as emissoras foram divididas em dois grupos, um comercial e outro não comercial, e são apresentadas em ordem cronológica de implantação na região. O Vale do Paraíba está a caminho da regionalização da comunicação audiovisual e as especificidades das emissoras de sinal aberto investigadas e de seus grupos, demonstram que as tendências à formação de oligopólios de comunicação, bem como a forte atuação das igrejas nos meios audiovisuais também ocorrem na região.

Palavras-chave: Mídias audiovisuais; Televisão; Mídia Local; TV Regional; Vale do Paraíba

Para atingir toda a extensão territorial do país, Bazi (2001, p.24) afirma que as grandes redes de televisão se expandem através de emissoras *filiais*, ou seja, emissoras próprias, e emissoras *afiliadas*, que são empresas associadas a uma emissora nacional, que retransmitem a programação da rede, mas produzem e veiculam localmente em horários denominados optativos, programas e telejornais, bem como comercializam espaço local.

¹ Doutora em Comunicação pela UMESP – Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, SP.



A Rede Globo foi a pioneira na utilização do sistema de afiliadas para levar seu sinal para outros estados, “desbravando” novos mercados publicitários promissores e chegando hoje a cobrir praticamente toda a extensão territorial do país. Esse interesse mercadológico é destacado por Rosemeire Fernandes (1996), que disserta sobre a TV Bauru, primeira emissora regional instalada pela Rede Globo no interior paulista.

No Vale do Paraíba, SP, a precursora do processo de regionalização foi a TV Vale do Paraíba, também afiliada à Globo, implantada em São José dos Campos em 1988 e que hoje forma com outra emissora de Taubaté, a Rede Vanguarda, primeira rede de televisão da região.

Para acompanhar o processo de expansão da televisão no Vale a partir daí, as emissoras foram separadas em dois blocos distintos, as emissoras comerciais e não comerciais.

1. Emissoras comerciais ligadas a grandes redes

Este grupo corresponde ao conjunto de emissoras de televisão de sinal aberto que comercializa espaço no mercado da região, seja somente nos intervalos, ou também durante a programação.

1.1. Rede Vanguarda – Rede Globo

A afiliada da Rede Globo de Televisão, com sede em São José dos Campos, foi a primeira emissora de televisão regional a se instalar no Vale do Paraíba, em 01 de outubro de 1988. Segundo Cristina Valéria Flausino (2001, p.43), “a TV foi implantada em 100 dias, inaugurada no dia primeiro de outubro de 1988, último prazo dado pelo governo para a implantação da TV, sob pena de perda da concessão”.



A emissora, inaugurada como Rede Globo Vale do Paraíba, durante o projeto de regionalização da rede foi rebatizada como TV Vanguarda Paulista e, mais tarde, somente TV Vanguarda².

Durante 15 anos a TV Vanguarda de São José dos Campos foi responsável pela cobertura de todo o Vale do Paraíba, Litoral Norte e Serra da Mantiqueira. Em 1998 a emissora também passou a ter responsabilidade sobre o sinal da Região Bragantina. Em fevereiro de 2003 a Vanguarda, que era de propriedade da família Marinho, teve 90% de seu capital comercializado e sua área de cobertura foi dividida com a TV Vanguarda Taubaté. O comprador, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o “Boni”, com a concessão de uma emissora para a cidade de Taubaté em mãos, aproveitou a oportunidade de negócio para criar, a partir de então, a Rede Vanguarda, primeira rede de televisão regional do Vale do Paraíba. Na ocasião, toda a identidade visual da emissora foi reformulada e novos programas locais foram incluídos na grade, nos horários optativos oferecidos pela rede (RETT, 2002, p.21-24).

Desde a sua inauguração, na década de 1980, a presença de um veículo de massa permitiu aos anunciantes da região, a veiculação local de seus comerciais na televisão a custos bem mais acessíveis, compatíveis com a realidade local. Para o anunciante do Vale do Paraíba ainda é possível veicular na Rede Vanguarda, que compreende as inserções SJC + TBT. O valor total para esta situação é a soma dos respectivos custos individuais.

A proposta básica de programação da emissora e seu compromisso com a região são refletidos na produção de telejornalismo “comunitário”. De acordo com o site da emissora³, “O desafio da equipe do [telejornal] Vanguarda TV é fazer um jornal que se aproxime da comunidade e das necessidades do telespectador”. O Vanguarda TV é produzido pela cooperação entre as duas emissoras e tem exibição ao vivo, de segunda a sábado, às 12h15min e a segunda edição às 19h00. O Vanguarda Bom Dia, versão matutina do telejornal, vai ao ar de segunda a sexta, às 6h30min. A emissora ainda veicula três vezes ao dia, o Vanguarda Serviço, que são pequenos boletins informativos a respeito de pessoas

² Informações com base na dissertação de mestrado da autora (2002).

³ Disponível em <<http://www.vanguarda.tv>>.



desaparecidas e vagas de emprego na região, e também o Vanguarda News, que são *flashes* com acontecimentos do dia, veiculados esporadicamente durante os intervalos comerciais.

Além do jornalismo, a TV Vanguarda ainda produz programas de entretenimento: o Vanguarda Mix, uma revista eletrônica jovem; o Vanguarda Comunidade, programa de estúdio nos mesmos moldes do Globo Comunidade da Rede; o Papo Vanguarda, no formato *talk show*; e o Madrugada Vanguarda, também uma revista eletrônica.

Valério Luiz Fernandes⁴, há 30 anos na área, 12 deles na Vanguarda, é formado em Propaganda e Marketing e ocupa o cargo de Gerente de Programação e Eventos da emissora, Fernandes afirma que 11% da programação diária é local, veiculada em horários optativos, além dos intervalos comerciais. No restante do tempo a emissora segue retransmitindo a programação da rede que vem de São Paulo. Ele também informa que a rede regional emprega cerca de 170 funcionários nos seus diversos departamentos nas duas unidades.

Para Fernandes, “o principal compromisso da Vanguarda é o cumprimento do seu papel como emissora regional, com a credibilidade e a seriedade em todas as ações”. Responsável, juntamente com o Departamento de Marketing, pelo desenvolvimento de identidade e credibilidade junto à comunidade da região, o Departamento de Programação e Eventos realiza diversas ações, conforme esclarece o gerente: prestação de serviços, campanhas de utilidade pública, apoio a entidades assistenciais, eventos que promovam a competição e integração das cidades da região como as copas de Futsal e a Gincana Estudantil da Solidariedade, entre outras campanhas institucionais e projetos que valorizem a saúde e o bem-estar das pessoas da região.

Patrícia Cordeiro, Coordenadora de Marketing, graduada em Publicidade e Propaganda e pós-graduada em Gestão Empresarial, atua há 16 anos no mercado publicitário do Vale do Paraíba, sendo 7 na Vanguarda. Ela afirma⁵ que além das ações realizadas junto à comunidade, a emissora também se preocupa com o desenvolvimento do mercado regional, promovendo treinamentos de mídia para agências, anunciantes e associações, palestras com

⁴ Em entrevista concedida à autora em 02/09/2008.

⁵ Em entrevista concedida à autora em 02/09/2008.

profissionais da área, manual de comercialização regional, visitas de agências e anunciantes à emissora e ao Projac, bem como estabelece proximidade com esse mercado por meio de ações de Relações Públicas, como eventos especiais, brindes e ações de comemoração de aniversário das agências.

1.2. TV SBT São José dos Campos – Sistema Brasileiro de Televisão

O SBT – Sistema Brasileiro de Televisão (SISTEMA..., s/d, *online*)⁶ – possui hoje 112 emissoras que cobrem 97% do território do país. Apesar disso, o Vale do Paraíba ainda não conta com uma emissora local do grupo, que possui apenas um escritório comercial em São José dos Campos, implantado na região em 1994, segundo o departamento comercial da emissora.

O profissional de atendimento comercial, Edson Luiz Neves⁷, que está há 11 anos no SBT e é formado em Publicidade e Propaganda, diz que a equipe é formada por apenas quatro profissionais, liderados pelo Diretor Roberto Lorenzetti, que fica em São Paulo, mas visita a região semanalmente.

Ainda segundo Neves, o processo de veiculação de comerciais locais é o seguinte: a equipe de atendimento faz o contato com os clientes e agências locais. Um profissional da Opec – Operações Comerciais – faz no escritório de São José dos Campos o roteiro de exibição conforme a reserva dos clientes (ou seja, o horário em que eles querem ter seus comerciais veiculados) e esse roteiro é enviado juntamente com o material (a fita com o comercial gravado) para São Paulo. Quando entram os intervalos comerciais, o sinal estadual enviado para o Vale do Paraíba é interrompido a partir de São Paulo e, em seu lugar, são veiculados os comerciais da região, sistema que tem o nome de “torneira”. Ao término do intervalo comercial, a programação volta a ser estadual. O sinal, de acordo com Neves, cobre 42 cidades do Vale do Paraíba, Litoral norte paulista e Serra da Mantiqueira.

⁶ Dados do site institucional da emissora, disponível em <<http://www.sbt.com.br/institucional/>>.

⁷ Em entrevista concedida à autora dia 24/09/2008.



Em consequência dessa operação técnica, onde não se tem programas locais, não se tem também contato com os telespectadores da região. Assim, o SBT não promove ações locais voltadas para a comunidade e sim somente ações comerciais.

Neves conta ainda que o que o SBT “vende” localmente é, para os telespectadores, a opção de entretenimento com uma programação variada, com “a cara do ‘patrão’⁸” e para o mercado, uma boa opção de negócios, com abrangência de sinal, audiência qualificada e uma boa relação custo x benefício.

O mercado local comprova que essa dificuldade operacional traz reflexos para a comercialização da emissora. Os profissionais das agências de publicidade, quando indagados a respeito dos pontos fortes e fracos do SBT, citam que a grade de programação, apesar de variada, não tem apelo regional e muitas vezes é instável, o que dificulta a venda para os anunciantes locais. A falta de identidade com a região é outro fator que prejudica a venda de espaço do SBT para clientes locais. Alguns dos entrevistados citam que a relação custo x benefício é adequada e a maioria das agências alegou que, apesar dos problemas apontados, ainda oferecem o SBT como opção de mídia para os seus anunciantes da região.

3. TV Band Vale – Rede Bandeirantes

O Grupo Bandeirantes possui no Vale, conforme informações do site institucional (TV BAND VALE..., s/d, *online*)⁹, uma emissora de TV regional, a TV Band Vale, de Taubaté, e cinco rádios, sendo três em São José dos Campos – RB (Rádio Bandeirantes AM), 975 FM (Nativa) e Stereo Vale 103,9 FM – uma em Campos do Jordão – Band Vale 102,9 FM – e uma em Lorena – a Rádio Cultura AM 1460. A TV Band Vale, inaugurada em 1996, localiza-se dentro do Taubaté Shopping e foi a primeira TV Vitrine da América Latina, onde os equipamentos e estúdios eram separados do público que transitava pelo *shopping*, apenas por

⁸ “Patrão” é o apelido que se convencionou para o proprietário do SBT, Senhor Abravanel, mais conhecido como Sílvio Santos. Esse apelido surgiu em seu programa dominical de calouros, pois alguns dos jurados o chamavam assim ao se dirigirem ao apresentador.

⁹ Disponível em <<http://www.tvbandvale.com.br>>.

vidros que isolam o ambiente térmica e acusticamente. Hoje, instalada em um outro local do mesmo *shopping*, numa área mais ampla, a Band Vale não oferece mais esse atrativo. A emissora ainda possui um escritório comercial em São José dos Campos, onde há também um estúdio.

O grupo, que se considera o maior complexo de comunicação da região, segundo dados do site da TV Band Vale, com as seis emissoras consegue atingir cerca de três milhões de pessoas no Vale do Paraíba, Litoral Norte e Serra da Mantiqueira. Com relação somente à TV, são 37 municípios cobertos, de acordo com o mapa da área de cobertura fornecido pelo departamento comercial da emissora, atingindo 471.909 domicílios com TV, o que representa um total de 1.979.806 telespectadores potenciais. Com a expansão do sinal prevista para mais 11 cidades do Vale, a Band Vale pretende atingir mais 29.825 domicílios com TV, correspondendo a um total de mais 109.341 telespectadores potenciais.

A Diretora Comercial do grupo Rádio e TV Band Vale, Giselle da Cunha Estefano Toledo¹⁰, é bacharel em Relações Públicas e especialista em Marketing. Giselle está há 19 anos no mercado de comunicação do Vale, 12 deles no grupo Band Vale. Segundo Giselle, a TV Band Vale possui a maior programação regional, num total de cinco horas e meia por dia de programação com assuntos da região, o que representa 22% de toda a grade. O destaque é para as duas edições do telejornal local Band Cidade – às 12h30min e às 19h00. A emissora ainda exhibe *flashes* diários com acontecimentos das cidades da região coberta e programas com personagens conhecidos no Vale, como o Antonio Leite Livre, um programa de opinião que migrou do rádio para a televisão, com Antonio Leite, o Sem Limite, programa de entrevistas com Solange Morais, e o Falando Nisso, com Solange Morais e Cláudio Nicolini. Outros programas produzidos localmente são o Diálogo Franco, Ponto de Vista, Vale Mais e Band Motor. Além da programação produzida localmente e da veiculação de anúncios comerciais de clientes locais nos intervalos, a emissora ainda disponibiliza horários optativos que podem ser comprados por produtores independentes, como por exemplo o programa Vale Shop. O restante da programação é preenchido com o sinal da rede, enviado por São Paulo.

¹⁰ Em entrevista concedida à autora em 26/09/2008.



Ainda segundo a Diretora, “a Band Vale possui envolvimento regional de verdade e atua em toda a sua área de cobertura com um jornalismo sólido, programas de entretenimento e prestação de serviço”. O grupo realiza ações sociais na região, na forma de projetos como o Rio Vivo, que está em seu 5º ano e busca despertar a consciência para a preservação do Rio Paraíba do Sul, que corta a região, mobilizando a comunidade através de ações – palestras, circuitos de *rafting*, ações de rua, debates e caminhadas – e concursos – de logotipo, de projetos, de selos etc. A emissora também realiza ações de aproximação com o mercado publicitário por meio de almoços, *happy hours* e eventos direcionados à classe.

Gisele Estefano diz que o diferencial da Band Vale para o mercado é a qualidade de atendimento, sendo que sua equipe procura atuar em forma de consultoria junto às agências e anunciantes. Já para os telespectadores, ela cita a tradição e credibilidade do jornalismo e a variedade de programação como pontos fortes da emissora. Acrescenta: “aqui a população da região se vê, as notícias são aprofundadas com imparcialidade e nós investimos no desenvolvimento de nossa região”.

4. TV Record São José dos Campos – Rede Record

A Record opera no Vale de maneira semelhante ao SBT, entretanto, como desvantagem, não tem uma base, nem uma equipe comercial na cidade sede, que é São José dos Campos. Há apenas uma representante comercial contratada como prestadora de serviços, que atende os clientes e agências da região. Contatada por telefone, esta representante informou que as operações comerciais referentes ao Vale do Paraíba são de responsabilidade da unidade de Campinas, que envia um atendimento, Luciano Limongi, uma vez por semana para acompanhar o seu trabalho na região. Em contato com o departamento de Campinas, foi possível obter uma senha que dá direito a acesso parcial ao site comercial da emissora (REDE RECORD..., s/d, *online*)¹¹, onde pode ser consultada a área de cobertura da emissora no Vale. A Record São José dos Campos tem responsabilidade sobre 20 municípios do Vale, atingindo

¹¹ Disponível em <<http://comercial.rederecord.com.br/tabid/54/Default.aspx>>.

o total de 487.477 domicílios com TV cobertos pelo seu sinal, que não é estendido para o Litoral Norte e Serra da Mantiqueira como nas outras emissoras.

Como no SBT, a Record também não tem emissora nem programação local no Vale do Paraíba. Apenas vende o espaço dos intervalos para anunciantes locais, também veiculados pelo sistema de “torneira” a partir de Campinas.

Os profissionais das agências de publicidade afirmam que, apesar da falta de regionalização e identidade e da ausência de um escritório local, a Record oferece uma grade de programação nacional de qualidade e custos regionais compatíveis com a realidade da região e, por esse motivo, não deixam de oferecer a veiculação na emissora para seus clientes anunciantes. Apenas uma das agências citou que os anunciantes da região temem não ter o retorno esperado ao anunciarem na Record de São José dos Campos.

Emissoras não comerciais

Este segundo grupo de emissoras caracteriza-se pela atuação não comercial. São emissoras que fazem parte de fundações ligadas a grupos religiosos, que produzem parte da sua programação localmente, a princípio, para um público mais segmentado. Além da veiculação em sinal aberto, também enviam seus sinais por cabo e satélite, atingindo os demais estados e até outros países.

1. TV Canção Nova – Fundação João Paulo II

A TV Canção Nova faz parte de um complexo de rádio e televisão situado em Cachoeira Paulista – SP, ligado à igreja católica. A emissora foi inaugurada dia 8 de dezembro de 1989 e tornou-se uma rede em 1997, com a compra da TV Aracaju – SE. Em 2007 estabeleceu-se como a maior emissora de televisão católica do Brasil¹². Hoje são cinco geradoras: Aracaju – SE; Belo Horizonte – MG; Brasília – DF; Cachoeira Paulista – SP; e Curitiba – PR. Em Cachoeira Paulista são 5 estúdios, 3 unidades móveis e 3 espaços para eventos – um deles com capacidade para aproximadamente 100 mil pessoas e área sonorizada e equipada com *video wall* e telões.

¹² Segundo informações do site, disponível em <<http://www.cancaonova.com/portal/canais/tvcn/tv/tvi.php?id=7>>



Ainda segundo o site da TV Canção Nova, a programação é “baseada nos valores e princípios cristãos, bem diferente no cenário televisivo, começando pelo fato de ser uma emissora que se mantém sem propagandas comerciais”. Os comerciais veiculados são evangelizadores e de produtos da própria emissora. A área comercial do site institucional destaca que “na TV Canção Nova não é permitida a exibição de comerciais que incentivam práticas adversas à missão da emissora, como estamos acostumados a dizer: a Canção Nova não sobrevive dos comerciais, aqui eles também são evangelizadores, pois divulgam produtos de evangelização” (CANÇÃO NOVA..., s/d, *online*).

A emissora possui programas de diversos formatos, abrangendo os temas: “espiritualidade, jornalismo, programas infantis, eventos, entrevistas, debates, música, entretenimento, cultura e programas promocionais”.

O Gerente de Marketing da emissora em Cachoeira Paulista, João Mariano¹³, é formado em Publicidade e Propaganda, está há 6 anos na emissora e diz “o conteúdo da TV Canção Nova é o seu maior diferencial”, isto porque, como ela não tem vínculo algum com anunciantes, sua autonomia é reforçada “para selecionar informações mais apropriadas para seu público-alvo. [...] Os programas são voltados à formação social e educacional da população”.

Ainda segundo João Mariano, são exibidos semanalmente 65 programas produzidos em Cachoeira Paulista e por outras produtoras espalhadas pelo Brasil. Para isso, a Canção Nova de Cachoeira conta com aproximadamente 250 empregados nas mais diversas funções. Os programas de maior audiência são: O Amor Vencerá, Sorrindo para a Vida, Juntos Somos Mais, A Santa Missa, Escola de Fé, Acampamentos e Direção Espiritual. João Mariano enfatiza que os programas ao vivo contam com a participação de visitantes e turistas que, na maioria das vezes, são de municípios próximos. Além disso, os programas de auditório tem apresentadores da região, com “sotaque e simplicidade no vocabulário”.

João finaliza dizendo que a TV Canção Nova

emprega direta e indiretamente cerca de 2.000 pessoas, movimenta o turismo religioso, o que contribui para o setor de hotelaria de Aparecida e Cruzeiro, contribui para o comércio varejista e imobiliário de Cachoeira Paulista. [...]

¹³ Em entrevista à autora dia 21/11/2008.



Atualmente ela mantém um instituto de educação com mil alunos e também atua na área de saúde: distribui remédios, realiza exames laboratoriais e consultas gratuitos.

O sinal da emissora chega a mais de 120 milhões de pessoas no mundo, por meio de retransmissoras de TV, TVs a cabo e via satélite. A programação também pode ser acompanhada em tempo real pelo portal da Canção Nova: www.cancaonova.com.

2. Rede Mundial – Fundação José Paiva Netto

Fruto de uma parceria entre a FJPN – Fundação José de Paiva Netto e a BVT – Business Vale TV (BVT), a Rede Mundial Vale foi inaugurada em 21 de setembro de 2003 e é a geradora educativa da FJPN, produzindo e exibindo programas a partir de São José dos Campos para toda a região e também para o restante do país, com o objetivo de “transmitir, por meio da comunicação social, educação e cultura com espiritualidade, para que haja alimentação, segurança, saúde e trabalho para todos, na formação do cidadão ecumênico” (REDE MUNDIAL..., s/d, *online*)¹⁴.

Além do programa Boa Vontade, com José de Paiva Netto e Boa Vontade Entrevista, destacam-se, ainda, na grade da emissora: Arte na tela, com exposições e entrevistas de artistas; Atitude Jovem, que esclarece dúvidas do público jovem; Biosfera, que fala sobre o meio ambiente; Hablando Español, em parceria com a PBF – Pink and Blue Freedom; Hip Hop em Ação, programa segmentado para o público jovem; e Homem do Campos, voltado para o pequeno e médio produtor rural.

A programação da emissora também pode ser acompanhada pelo site: <http://www.redemundial.com.br/inc/aovivo.php>.

O Gerente de Programação da emissora, Ricardo Elias de Oliveira Pessoa¹⁵, que está há 2 anos na Rede Mundial, explica que a emissora é geradora, mas produz localmente somente dois programas, o Viver é Melhor, de variedades, com duas horas semanais e o

¹⁴ Segundo informações do site institucional, disponível em <<http://www.redemundial.com.br>>.

¹⁵ Em entrevista à autora por telefone no dia 28/02/2009.



Realidade, com 3 horas por final de semana, programa que fala de economia e atualidades. Os demais programas são produzidos em São Paulo pelo grupo LBV – Legião da Boa Vontade – e chegam à cidade em fitas, que são reproduzidas localmente.

Segundo Pessoa, a emissora só realiza ações com a comunidade na época do natal, em conjunto com a FJPN e a LBV, mantenedora do grupo. Para ele, o diferencial da emissora é “educação com espiritualidade”.

3. TV Novo Tempo – Sistema Adventista de Comunicação

Com sede hoje em Jacareí – SP, a TV Novo Tempo pertence ao Sistema Adventista de Comunicação, da igreja adventista, e faz parte da Rede Novo Tempo de Comunicação. A Novo Tempo surgiu com a compra da TV Setorial de Pindamonhangaba, que operava em Pindamonhangaba desde 1996, retransmitindo a programação da TV Educativa.

Segundo o site institucional da emissora (NOVO TEMPO..., s/d, *online*)¹⁶, a “TV Novo Tempo oferece programas cheios de esperança e otimismo voltados para a construção do caráter e o fortalecimento da família”. O sinal chega a 24 cidades do Vale do Paraíba e é distribuído para 14 estados, sendo 6 em canal aberto e 8 em canal a cabo. Em 4 deles, é possível receber por ambos os sistemas. Ainda conforme o site, a TV Novo Tempo, a partir de Jacareí, transmite sua programação “para as três Américas, Europa bem como para emissoras e operadoras a cabo através do satélite NSS 806. Pelo satélite IS-10, seu sinal chega à África, cobrindo a Angola, Moçambique e São Tomé e Príncipe”.

É também possível acompanhar a programação da emissora pelo site: <http://www.novotempo.org.br/tv/novo>.

4. TV Aparecida – Fundação Nossa Senhora Aparecida

A TV Aparecida foi fundada no dia 8 de setembro de 2005 para atender às necessidades de comunicação e evangelização da Fundação Nossa Senhora Aparecida, da

¹⁶ Disponível em <<http://www.novotempo.org.br/tv/novo/index.php>>.



igreja católica. O desejo de criação da emissora surgiu da idéia de se comemorar os 50 anos da Rádio Aparecida (TV APARECIDA..., s/d, *online*)¹⁷.

A programação é “educativa e cristã”. Seus principais programas são: a Missa de Aparecida; o TJ Aparecida, telejornal local exibido de quarta a sábado em diversas edições; o programa de variedades Sabor de Vida; o TVendo e Aprendendo, um programa educativo de jogos que conta com a participação dos telespectadores; e o Terra da Padroeira, programa de música sertaneja exibido do auditório da emissora aos domingos de manhã.

O Gerente de Programação, Lauro Teixeira¹⁸, é mestre em comunicação, trabalha há 10 anos em TV e está na emissora há 7 meses. Ele afirma que a programação da TV Aparecida “tem foco nacional e não regional. Nossa grade tem programação de 24 horas, com 80% de programação própria, sendo 40% ao vivo. [...] Toda a programação ao vivo é direcionada em ações de interatividade”.

A respeito de ações com a comunidade e com o mercado, Teixeira responde que

Somos a TV de Nossa Senhora. Estamos ligados ao Santuário Nacional de Aparecida, local que recebe 8,5 milhões de pessoas por ano. Nossa programação é plural, porém temos a responsabilidade de buscar audiência sem ceder a sensacionalismos. [...] Somos uma emissora jovem, sem vícios. Poucos no mercado nos conhecem, porém temos uma trajetória de sucesso e crescimento que tem dado retorno àqueles que nos apóiam.

Com relação a esse apoio, o Gerente Comercial, Marcelo Alexander Lima de Oliveira¹⁹, explica que a emissora não pode veicular comerciais, então ela “capta recursos através de apoio cultural e conta ainda com parcerias com as universidades da região para a produção de alguns de seus programas”. Oliveira ainda afirma que o trabalho ainda está no começo e que poucos anunciantes da região estão acostumados à idéia de veiculação sob forma de apoio cultural.

A TV Aparecida chega a 116 municípios de todo o país e, segundo o vídeo institucional (TV APARECIDA..., s/d, *online*)²⁰, é considerada o “canal oficial do Santuário

¹⁷ Disponível em <http://www.tvaparecida.com.br/historia_tv.php>.

¹⁸ Em entrevista à autora por e-mail e telefone dia 05/09/2008.

¹⁹ Em entrevista à autora dia 28/08/2008.

²⁰ Disponível em <<http://www.tvaparecida.com.br/fotosvideos.php>>.

Nacional de Aparecida”. A programação também pode ser acompanhada no site www.tvaparecida.com.br.

Considerações Finais

No Vale do Paraíba, SP, as redes comerciais de televisão adotam o modelo de expansão por emissoras afiliadas que retransmitem o seu sinal e veiculam nos intervalos da programação, comerciais de anunciantes da região, bem como produzem conteúdo localmente, sobretudo jornalístico. Os telejornais, de um modo geral, seguem o formato da rede em termos de abordagem, linha editorial e apresentação visual, mas enfatizam os acontecimentos da região, o que chamam de jornalismo “comunitário”.

Com base nos conceitos teóricos de comunidade e território, esse jornalismo praticado pelas afiliadas, principalmente das que retransmitem a Rede Globo, não pode ser chamado de comunitário, pois ele não vem da comunidade. Na verdade, os telejornais seguem o padrão da rede e voltam o seu conteúdo para informação de telespectadores de sua área de cobertura, ou seja, a delimitação de sua abrangência é feita por território, no sentido de extensão territorial e também de pertencimento. A proximidade, que diz respeito ao pertencimento e aos vínculos entre pessoas que partilham um cotidiano e interesses em comum, é apenas uma das dimensões que caracterizam o local, como sintetiza Cicilia Peruzzo (2002, p. 78-79) a partir dos conceitos de Renato Ortiz e Alain Bourdin. O local ainda contempla as dimensões de singularidade, diversidade e familiaridade. Assim, é correto afirmar que o jornalismo praticado pelas emissoras da região é de proximidade e não comunitário.

O processo de regionalização da televisão no Vale do Paraíba teve início com a implantação de uma afiliada Globo, A TV Vale do Paraíba (hoje TV Vanguarda), em 1988. O potencial econômico da região que se estende territorialmente no eixo Rio-São Paulo, às margens da Rodovia Presidente Dutra, levou a Rede a detectar que ali havia um mercado publicitário promissor. Oito anos depois, a TV Bandeirantes implantou sua emissora na cidade de Taubaté, atuando nos mesmos moldes tanto em termos comerciais, quanto com relação à produção jornalística. As outras duas redes, SBT e Record, optaram por explorar



regionalmente somente o mercado publicitário, sem a implantação de emissoras para a produção de conteúdo regional, e limitam-se até hoje a retransmitir a programação nacional com a inserção de anunciantes locais nos seus intervalos comerciais.

Concomitantemente ao desenvolvimento das emissoras comerciais, a tendência de crescimento da participação de igrejas na televisão e no rádio percebido nacionalmente e apontado por Caparelli e Venício (2004, p.35), teve seus reflexos também na Região do Vale do Paraíba. A TV Canção Nova, da Fundação João Paulo II, foi implantada em 1989 na cidade de Cachoeira Paulista e faz parte hoje de um grande complexo de comunicação da igreja católica, com uma estrutura tecnológica para produzir localmente e transmitir conteúdo evangelizador não somente para a região, mas também para o país e para o exterior. Com a mesma função de evangelizar, porém com estruturas diferentes, foram implantadas em São José dos Campos, a emissora da Rede Mundial, pertencente à Fundação José de Paiva Netto e ligada à mantenedora LBV – Legião da Boa Vontade – e em Jacareí, a TV Novo Tempo, do Sistema Adventista de Comunicação. A emissora mais recente é a TV Aparecida, implantada em 2005 pela Fundação Nossa Senhora Aparecida, ligada à igreja católica. Com alta tecnologia de transmissão, seus sinais e seu conteúdo evangelizador saem do local e chegam a vários países, o que indica que o foco das mesmas não é somente o local. Os depoimentos dos profissionais dessas emissoras (exceto a TV Novo Tempo) em entrevista à autora confirmam que o seu foco de atuação não é o regional.

Percebe-se que os grupos regionais, comerciais ou não, seguem a tendência de formação de oligopólios, com propriedade de diferentes tipo de mídia em comunicação, o que Venício Lima (2001, p. 98-103), chama de monopólio em cruz.

Referências

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

CANÇÃO NOVA

Disponível em: <<http://www.cancaonova.com/portal/canais/tvcn/tv/tvi.php?id=7>>.

Acesso em: 01.02.2009.



CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. **Comunicação e Televisão: desafios da pós-globalização.** São Paulo: Hacker, 2004. (Coleção Comunicação & ...)

FERNANDES, Rosemeire Aparecida de Castro. **Depois dos comerciais: o compromisso do telejornal regional com o mercado.** Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, SP, 1996.

FLAUSINO, Cristina Valéria. **TV Regional: deveres e fazeres.** Estudo de caso de uma emissora regional da Globo. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - ECA/USP, São Paulo, 2001.

LIMA, Venício A. de. **Mídia: teoria e política.** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

NOVO TEMPO.

Disponível em: <<http://www.novotempo.org.br/tv/novo/index.php>>.

Acesso em: 26 fev.2009

PERUZZO, Cicilia M. K. Mídia local, uma mídia de proximidade. In: **Comunicação: veredas:** revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Marília, SP: Unimar, n. 2. p.65-89, 2002.

REDE Mundial.

Disponível em: <<http://www.redemundial.com.br/>>.

Acesso em: 26 fev.2009.

REDE Record.

Disponível em: <<http://comercial.rederecord.com.br/>>.

Acesso em: 25 fev.2008.



RETT, Lucimara. **TV Regional no Vale do Paraíba – SP: expansão, aspectos da audiência e modos de inserção local.** 2009. 129 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – UMESP – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

_____. **Comunicação, cultura e TV Regional: TV Vanguarda no Vale do Paraíba.** 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – UNIP – Universidade Paulista, São Paulo.

SISTEMA Brasileiro de Televisão.

Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/institucional/>>.

Acesso em: 24 fev.2009.

TV APARECIDA.

Disponível em: <<http://www.tvaparecida.com.br>>.

Acesso em: 26 fev.2009.

TV BAND VALE.

Disponível em: <<http://www.tvbandvale.com.br>>.

Acesso em: 23 fev.2009.

VANGUARDA TV.

Disponível em: <<http://www.vanguarda.tv>>.

Acesso em: 25 fev.2009.

