



## As potencialidades e os limites da notícia na TV regional <sup>1</sup>

Ana Carolina de Araújo Silva<sup>2</sup>  
Universidade de Marília - UNIMAR

### Resumo

A regionalização da programação de canais abertos de TV é uma tendência. O noticiário em grande parte é o programa responsável pela caracterização da TV como regional. No entanto, os altos custos de produção por vezes limitam a cobertura regional, que pode ficar restrita às cidades onde estão sediadas as equipes de produção e reportagem. O presente trabalho tem o objetivo de apontar como a estrutura montada pela TV TEM na região de São José do Rio Preto – SP tem feito a cobertura jornalística dos 144 municípios da área de abrangência desta afiliada da Rede Globo de Televisão. Para estudar o tema, foi analisado o telejornal TEM Notícias (primeira edição), comparando a incidência de matérias sobre as cidades onde estão sediadas as equipes de produção e reportagem da TV e aquelas sobre os demais municípios da região.

### Palavras-chave

TV Regional; Telejornal Regional; Notícia Regional; TV TEM; São José do Rio Preto

### 1 Introdução

A regionalização do conteúdo de programas de televisão está sendo buscada atualmente por todas as grandes redes de TV nacionais. A briga pela audiência e, conseqüentemente, pelas fatias maiores de publicidade, não acontece mais somente nas cabeças de rede, mas em todas as pequenas emissoras espalhadas pelo Brasil. E para atrair os anunciantes locais e a audiência consumidora, as TVs redescobriram uma das características básicas do jornalismo que desperta a atenção do público: a proximidade. Para tanto, programas foram desenvolvidos especialmente para atender o interesse da população em ver as questões da comunidade em que vivem abordadas na televisão.

Na região de São José do Rio Preto, a TV TEM, emissora afiliada da Rede Globo e uma das quatro emissoras sede da Rede TEM, se propõe a fazer o jornalismo regional, enfatizado principalmente pelas notícias veiculadas nos dois telejornais diários: o TEM Notícias 1ª e 2ª edições. O *slogan* adotado pela empresa é “A TV que tem você”,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP de Comunicação Audiovisual, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação do Intercom 2006.

<sup>2</sup> Ana Carolina de Araújo Silva é graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo (Universidade Estadual de Londrina – UEL), assessora de imprensa da Associação Comercial e Industrial de Fernandópolis (Fernandópolis – SP), e mestranda em Comunicação (UNIMAR), na área de concentração Mídia e Cultura, linha de pesquisa Produção e Recepção de Mídia.



criando no telespectador a expectativa de ver os temas ligados ao lugar onde mora nos programas dessa emissora.

Este trabalho tem o objetivo de verificar o quanto a TV tem cumprido dessa promessa, partindo de uma pesquisa que incluiu a análise de cinco edições do TEM Notícias 1ª edição. Procurou-se demonstrar como está sendo feita a cobertura jornalística nos 144 municípios da área de abrangência da TV na região de São José do Rio Preto, apontando se as matérias veiculadas realmente caracterizam os acontecimentos de toda a região ou se a maior partes das notícias são sobre as cidades onde estão sediadas as unidades de produção da TV.

Ao final da pesquisa, confirmou-se a hipótese levantada: quase 80% dos assuntos veiculados no TEM Notícias 1ª edição dizem respeito a Araçatuba, Catanduva, Votuporanga ou São José do Rio Preto, cidades onde estão as unidades de produção da TV. A direção administrativa e de jornalismo têm consciência de tal fato, mas apresentaram justificativas para que isso ocorra atualmente e apontam algumas saídas a longo prazo, como poderá ser verificado neste trabalho.

Para situar o contexto em que se insere a regionalização da TV TEM hoje, o presente artigo apresenta ainda uma breve explanação do histórico da Rede TEM, assim como o panorama nacional de redes do qual faz parte. Também consta uma discussão acerca dos conceitos de rede que se aplicam ao caso ora analisado.

## **2 Metodologia**

O trabalho foi desenvolvido a partir de pesquisa bibliográfica pertinente ao assunto, por meio de pesquisa de campo e da análise do telejornal TEM Notícias 1ª edição.

A primeira parte da pesquisa constitui-se da leitura analítica e no fichamento de livros, capítulos de livros, artigos, teses e dissertações utilizados para embasamento teórico. Em um segundo momento, na pesquisa de campo, foram feitas entrevistas com a chefe de redação do telejornal Aline Domingos Origuella Nóbrega, na ocasião também no cargo de editora regional, substituindo Léo Freitas (em férias), e com o diretor executivo da TV TEM em S. J. do Rio Preto, Luis Ricardo Queiroz.

Ainda na pesquisa de campo, uma análise quantitativa de cinco edições do TEM Notícias 1ª edição evidenciou a porcentagem das notícias do telejornal destinada à cobertura diária de assuntos gerados nas cidades onde estão as sucursais da TV e



também quantas notícias veiculadas sobre os demais municípios da área de cobertura da rede.

### 3 A Rede TEM

De acordo com um levantamento feito pelo “Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação” e divulgado no dia 1º de novembro de 2005 no site da entidade ([www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)), existem hoje no Brasil 332 emissoras de televisão e destas, apenas 25 não estão ligadas a alguma das 17 redes de televisão nacionais. A rede que possui maior número de emissoras é a Globo, com 114, seguida do SBT, com 58 emissoras em todo o Brasil. Só no Estado de São Paulo, são 51 emissoras de TV, 12 ligadas à Rede Globo. Destas 12, quatro formam hoje a Rede TEM, da qual faz parte a TV TEM de S. J. do Rio Preto, objeto de estudo deste trabalho. A seguir, pode-se observar a distribuição do número de emissoras por rede e por Estado.

Redes nacionais de TV por número de emissoras		Nº de emissoras por estado	
GLOBO	114	SP	51
SBT	58	PR	29
RECORD	37	RS	27
BANDEIRANTES	34	MG	21
INDEPENDENTES	25	GO	17
PADRE ANCHIETA	14	RJ	17
TV OMEGA	14	SC	17
RADIOBRÁS	12	BA	15
RD e TV OM LTDA	6	MS	13
REDE 21	4	MA	12
REDE MULHER	3	ES	11
ABRIL	2	CE	10
CANAL BRASILEIRO (J)	2	PE	10
CANÇÃO NOVA	2	AM	9
REDE FAMILIA	2	MT	8
RD e TV ALTEROZA	1	PB	8
REDE BOAS NOVAS	1	DF	7
VIDA	1	PA	7
TOTAL	332	RN	7
		SE	7
		TO	7
		PI	6
		AP	4
		RO	4
		AC	3
		AL	3
		RR	2
		TOTAL	332



## 2.1 Breve histórico

Foi no governo de José Sarney, em 1986, que a Rede Globo adquiriu, dentre outras, a Rede Globo Noroeste Paulista, também conhecida como TV Rio Preto. Segundo RADUAN (2005: 37), a TV foi “inaugurada com o discurso de que teria sido criada para atender mais de perto o telespectador regional e acompanhar os principais fatos da região e, como veículo de comunicação, apresentava-se com o objetivo de ser o porta-voz das necessidades e conquistas da comunidade”.

A TV Noroeste possuía apenas uma sucursal em Araçatuba e era responsável pela cobertura de 144 municípios. Logo, o conteúdo não podia ser caracterizado como regional, visto que apenas era pontuado por algumas matérias de S. J. do Rio Preto e região. Nessa época, ainda observava-se a forte influência do governo na programação (RADUAN, 2005: 38).

Em 17 de outubro de 1998, A TV Noroeste muda de nome para TV Progresso, dentro de uma tentativa da TV Globo de vender a idéia de reformulação, agora sim com ênfase na regionalização da programação. De fato houve uma abertura maior para a regionalização de conteúdo, principalmente com a produção de notícias para o telejornal SPTV e a implementação de programas que abordavam temas em discussão na região. Mas essa mudança se caracterizou mais por um trabalho de publicidade pesado feito pela TV para incutir a idéia de regionalização do que propriamente a adoção de mais pautas sobre os 144 municípios da área de abrangência da retransmissora.

Como bem foi observado por GUZZONI (2001), a tendência de regionalização atual acontece justamente em um período em que a grande quantidade de informações que chega a cada pessoa acaba a deixando perdida.

A busca por um jornalismo que se identifique mais com as comunidades vem em uma época em que a sociedade parece ter perdido suas referências com o mundo, onde já não percebe mais uma identidade com o meio em que vive. Na era da globalização, de generalizar exemplos, o homem tem a necessidade de encontrar um referencial que o identifique com o seu meio. (GUZZONI, 2001: 02)

Segundo BAZI (2004), a proposta de regionalização tem que passar obrigatoriamente pela mudança dos conteúdos dos programas (o que aconteceu na TV TEM de S. J. do Rio Preto no final de década de 90), pois sem levar o local para o ar, as TVs regionais correm o risco de não serem viáveis economicamente.

(...) para uma televisão regional (...) manter-se economicamente, é necessário vincular sua imagem entre os telespectadores regionais, fornecendo-lhes programas de enfoque local e regional, sejam telejornais, programas jornalísticos e de entretenimento e aliar-se aos pequenos comerciantes e indústrias para que a engrenagem financeira publicitária proporcione viabilidade comercial à emissora. (BAZI, 2004:12)

BAZI (2004) esclarece ainda que o noticiário regional não é só uma prática adotada pela TV, mas uma tendência da imprensa como um todo. Citando PEDROSO (2003), o autor lembra que toda a imprensa é uma “forma de representação simbólica da diversidade complexa do mundo real, apresentando uma multiplicidade de assuntos e problemáticas que se referem à dinâmica da vida cotidiana dos cidadãos” (PEDROSO, 2003:2).

Na década de 90, a Rede Globo passou por dificuldades devido ao início da crise da Globo Cabo, e em 2002, já no ápice dos problemas, com muitas dívidas a serem saldadas, a família Marinho decide vender parte do capital de suas emissoras para capitalizar a Globo Cabo. Das 32 emissoras que a Rede Globo possuía no Brasil, onze ficavam no Estado de São Paulo. Destas, foram negociadas e vendidas ao empresário J. Hawilla duas cobiçadas afiliadas da Rede: a TV Progresso (S. J. do Rio Preto) e a TV Modelo (Bauru). Além destas, o empresário adquire ainda as emissoras retransmissoras de Sorocaba e Itapetininga. A família Marinho fica com apenas 10% das ações das emissoras, somente para que as mesmas continuem como afiliadas da Globo.

Assim formou-se, a partir de 2002, a Rede TEM, com quatro emissoras-sede (S. J. do Rio Preto, Bauru, Sorocaba e Itapetininga), 318 municípios em sua área de cobertura (47% do Estado de São Paulo), uma população total de 7.408.062 habitantes, mais de 6 milhões destes considerados telespectadores potenciais. Ao todo, a Rede TEM se estende por 117 mil quilômetros quadrados, quase a metade da extensão territorial do Estado de São Paulo, conforme se pode observar no mapa a seguir, disponível no *site* da TV ([www.tvtem.com](http://www.tvtem.com)).



## 2.2 A TV TEM enquanto rede

Para entender como trabalham as emissoras da TV TEM, é preciso antes considerar em qual definição de rede pode ser enquadrada a Rede TEM. Uma das definições que CASTELLS (2000) apresenta em sua obra é a rede enquanto conjunto de nós interconectados. Essa definição poderia ser aplicada à Rede TEM, considerando cada cidade que possui unidades de produção como um nó da rede. Nó, de acordo com CASTELLS (2000:489) é o ponto no qual uma curva se entrecorta. A palavra nó vem de *nodu*, do latim, e aparece no dicionário Aurélio com o sentido de entrelaçamento feito na extremidade ou no meio de uma ou de duas cordas, linhas ou fios, afim de encurtá-los, marcá-los ou uni-los.

Segundo FERREIRA (2002), que também trabalhou com os conceitos desenvolvidos por CASTELLS, ligação significa união, vínculo e ponto crítico. “Este é o sentido do uso da palavra nó, em algumas definições, e que enfatizam exatamente a conexão” (FERREIRA, 2002:11).



Ainda citando CASTELLS (2000:498), FERREIRA lembra que as redes, embora formadas por nós interligados, são estruturas abertas, capazes de serem expandidas, integrando novos nós, “desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho)” (CASTELLS, apud FERREIRA, 2002:11).

A Rede TEM, sob essa ótica, se enquadraria nesse conceito por também ainda apresentar-se como uma estrutura aberta, com possibilidades de expansão a partir de novas unidades de produção em diferentes municípios (caracterizando novos pontos na rede), além de possuir claramente um código único de comunicação interna e para o público, embasado em diretrizes da empresa. O objetivo atual, em linhas gerais, é o mesmo em todas as unidades (comunicar, informar), enfatizado atualmente por uma meta específica conjunta, que é a regionalização de conteúdo.

As unidades (nós) da rede também possuem profunda interligação de informações, compartilhando diariamente pautas, matérias e sugestões de programação.

#### **4 TEM Notícias 1ª edição**

No intuito de estudar como a regionalização tem sido desenvolvida pela TV TEM na região de S. J. do Rio Preto, foi feita uma análise do telejornal TEM Notícias 1ª Edição.

Para tanto, serviram como base para esta pesquisa cinco edições do telejornal, gravados no período de 3 a 7 de janeiro de 2006. Os dados sobre a distribuição dos temas por cidades foram quantificados e, posteriormente, analisados. Também foram feitas entrevistas com a chefe de redação do telejornal Aline Domingos Origuella Nóbrega, na ocasião também no cargo de editora regional, substituindo Léo Freitas (em férias), e com o diretor executivo da TV TEM em S. J. do Rio Preto, Luis Ricardo Queiroz, que puderam esclarecer como a estrutura que a emissora possui hoje atua na região.

A emissora sede de S. J. do Rio Preto é responsável pela cobertura de 144 municípios, e para tanto possui mais três unidades de produção da TV nas cidades de Araçatuba, Catanduva e Votuporanga. Ao todo são 10 equipes de jornalismo, apenas três delas com a formação tradicional completa, incluindo repórter, operador de câmera e um auxiliar. As demais equipes não contam com um auxiliar, e em Araçatuba e Votuporanga uma das equipes disponíveis em cada cidade é substituída por um vídeo-repórter.

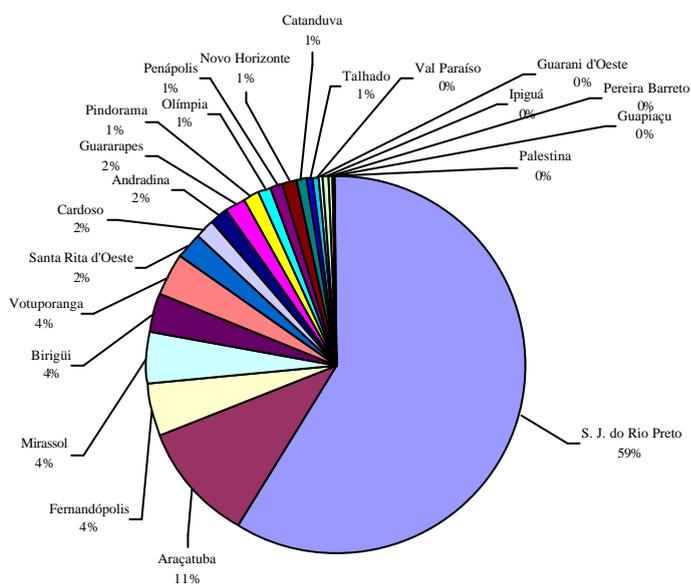
Em Rio Preto, um total de cinco equipes trabalha diariamente. Em Catanduva, há uma equipe, em Araçatuba duas (considerando o vídeo-repórter) e em Votuporanga também duas (lembrando que uma delas também é vídeo-repórter).

Juntas, as unidades produzem material para os dois jornais diários da emissora, que apenas não veicula programação regional no domingo. O TEM Notícias 1ª edição, objeto de análise nesse trabalho, vai ao ar de segunda-feira a sábado, ao meio-dia. Nos dias úteis, tem a duração média de 45 minutos e aos sábados, de meia hora.

Nas cinco edições analisadas, foram veiculadas 75 matérias jornalísticas, a maioria no formato de reportagens, algumas seguidas de *links* com entrevistas. Também se verificou que é utilizado o recurso de notas e notas cobertas para uma maioria de temas policiais, muitos deles ocorridos em pequenas cidades.

Em todas as edições, pôde-se ver claramente a predominância dos assuntos gerados nas cidades onde estão sediadas as equipes de produção. A seguir, verifica-se o gráfico com a listagem de tempo em que cada cidade esteve “no ar” nos programas em estudo.

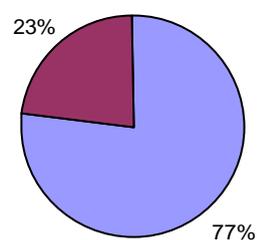
Cidade	Tempo em segundos	Tempo em horas
S. J. do Rio Preto	5071	1:24:31
Araçatuba	910	0:15:10
Fernandópolis	377	0:06:17
Mirassol	372	0:06:12
Birigüi	310	0:05:10
Votuporanga	305	0:05:05
Santa Rita d'Oeste	178	0:02:58
Cardoso	160	0:02:40
Andradina	140	0:02:20
Guararapes	140	0:02:20
Pindorama	125	0:02:05
Olimpia	100	0:01:40
Penápolis	98	0:01:38
Novo Horizonte	90	0:01:30
Catanduva	75	0:01:15
Talhado	50	0:00:50
Val Paraíso	38	0:00:38
Guarani d'Oeste	37	0:00:37
Ipiguá	30	0:00:30
Pereira Barreto	23	0:00:23
Guapiaçu	18	0:00:18
Palestina	18	0:00:18
<b>TOTAL</b>	<b>8665</b>	<b>2:24:25</b>



Pode-se verificar que, em aproximadamente duas horas de programa gravadas, uma hora e meia é preenchida apenas com matérias de S. J. do Rio Preto. Araçatuba, que aparece em segundo lugar na lista de municípios onde mais matérias são geradas, também possui uma unidade da TV TEM na região e teve cerca de 15 minutos de matérias veiculadas no telejornal.

No gráfico e tabela a seguir, verifica-se que 76% das matérias dos programas em questão foram produzidas em Rio Preto, Araçatuba, Catanduva ou Votuporanga, cidades com unidades de produção da TV TEM, e apenas 24% do tempo do telejornal foi destinado à cobertura dos outros 140 municípios da área de cobertura da emissora.

Cidade	Tempo em segundos	Tempo em horas
Unidades da TV	6671	1:51:11
Demais cidades	1994	0:33:14
<b>TOTAL</b>	<b>8665</b>	<b>2:24:25</b>



■ Unidades da TV ■ Demais cidades

Questionados pelo motivo pelo qual mais de três quartos do conteúdo do telejornal TEM Notícias 1ª edição se destina às cidades onde estão as unidades de produção, as respostas da editora regional e do diretor executivo da TV são parecidas. Segundo Aline Domingos Origuella Nóbrega, chefe de redação e que, quando foi entrevistada, também ocupava o cargo de editora regional, a principal razão da maior cobertura nos quatro municípios onde estão as unidades acaba acontecendo porque as cidades são maiores e geram mais notícias, especialmente em se tratando de Rio Preto. Outro motivo é justamente a localização das equipes, que facilita que as matérias sejam feitas sem que elas tenham que viajar. Nas próprias palavras da editora:

Principalmente pelo primeiro motivo. Por exemplo, a gente vai fazer uma matéria lá em Guarani d'Oeste sobre defesa do consumidor, mas o Procon que responde pela cidade é Rio Preto. Ou uma denúncia ambiental em Penápolis, a Cetesb que vai responder é a de Araçatuba. As cidades maiores acabam tendo mais recursos até pra gente continuar o caso. É claro que Rio Preto gera mais notícias porque é maior, acontecem mais as coisas, e é aqui que está a maioria das fontes. Não que não tenhamos fontes em Guarani d'Oeste, mas em Rio Preto as fontes são de órgãos mais representativos. (NÓBREGA, em entrevista concedida no dia 12 de janeiro de 2006, em S. J. do Rio Preto)



Já para Luis Ricardo Queiroz, diretor executivo da TV TEM em S. J. do Rio Preto, a grande quantidade de pequenos municípios na região, muitos com até 3 mil habitantes, seria o motivo por esses não aparecerem com frequência no telejornal, pois não gerariam notícias de interesse regional. “A estrutura organizacional hoje montada foi distribuída de forma a atender a ponderação e equivalência das cidades de área de cobertura. Mas a predominância das cidades vai variar basicamente em função da relevância das notícias”, disse em entrevista concedida no dia 12 de janeiro de 2006, em S. J. do Rio Preto.

Outra razão que poderia ser apontada para a pequena cobertura de muitas cidades na região é a falta de equipes, que em número reduzido, não estariam conseguindo fazer a cobertura diária nos 144 municípios da área de cobertura. Uma das saídas encontradas pela empresa foi a contratação de vídeo-repórteres, que a direção da TV nega ter sido feita em razão da expansão da cobertura com custo reduzido para remuneração de profissionais. “O objetivo em se adotar a vídeo-reportagem foi a mobilidade. É uma filosofia que na Globo nós chamamos de *fast news*, que visava mesmo introduzir o repórter de maneira mais fácil e dinâmica cobrindo assuntos relevantes nos mais variados pontos da nossa área de cobertura”, afirma Queiroz (2006).

Mesmo que a cobertura não possa ser presencial nas cidades, Nóbrega (2006) esclarece que é feita uma ronda diária, por telefone, a contatos em todos os 144 municípios.

Fazemos a ronda policial e outra ronda na qual ligamos em números chaves e alguns aleatórios. A polícia acaba nos informando de muita coisa, porque tudo o que acontece em uma cidade menor a polícia fica sabendo. E a ronda não é apenas para assuntos policiais, mas para saber o que está havendo na cidade de diferente em qualquer setor. (NÓBREGA, 2006)

Mesmo que o material colhido nessas rondas não seja pauta de reportagens, a editora esclarece que se tenta introduzir notas durante o jornal dando conta dessas notícias. Outra saída que a TV encontrou para ao menos citar o nome de vários municípios durante o jornal foi introduzir a previsão do tempo para diferentes localidades a cada edição, assim como o quadro TEM TRABALHO, que mostra as vagas de emprego disponíveis na região. Nos programas analisados por neste trabalho, apareceram nos dois quadros em questão cidades que não haviam sido citadas em matérias, como Andradina, Guararapes, José Bonifácio, Castilho e Itajobi.



Com relação à ampliação do número de equipes para a cobertura regional, apesar da direção da TV entender ser praticamente impossível fazer a cobertura diária dos 144 municípios, não há planos para a contratação de novos profissionais em curto prazo. De acordo com Nóbrega (2006), “seria muito difícil ter todas as equipes necessárias para cobrir uma área de 144 municípios numa extensão territorial tão grande. É economicamente inviável, até por questões técnicas, não só jornalísticas. Não sei realmente se a ampliação do número de unidades resolveria isso. Eu acho que o que temos hoje, é suficiente”.

Queiroz (2006) concorda com a editora e completa: “os dados que nós temos hoje nos dão conta que a estrutura que temos cobre adequadamente os fatos relevantes e as notícias justas de serem veiculadas e, pelo padrão atual, nossa cobertura é perfeitamente adequada”.

Também foi questionado junto aos entrevistados se, então, a TV estaria cumprindo adequadamente a promessa de seu *slogan* “A TV que TEM você”, e como acaba sendo medido o *feedback* dos telespectadores. Queiroz (2006) esclarece que a TV utiliza pesquisas IBOPE para medir esse retorno.

A gente faz pesquisa a cada quatro meses. É uma pesquisa de IBOPE. Neste mês [janeiro de 2006] estará ocorrendo uma pesquisa qualitativa sobre análise de conteúdo. Vamos avaliar, por exemplo, o jornalismo, no que diz respeito à profundidade dos assuntos, cobertura de matéria, também avaliando a performance dos nossos colaboradores. Tudo isso é para nosso uso interno e não divulgado. (QUEIROZ, 2006)

Nóbrega (2006) lembra que o número de telefonemas que a redação recebe dos telespectadores também é um medidor de desempenho dos jornais. Por meio desse contato, a população pode tanto sugerir pautas, como também dar sua opinião acerca das matérias que vão ao ar.

Sobre se a TV cumpre o prometido no *slogan*, as repostas dos dois entrevistados também foram parecidas:

Cumpre. É claro que o objetivo é sempre a expansão, e a integração de cada vez mais municípios no noticiário diário se dará naturalmente, na medida em que as cidades se desenvolvam. Mas uma coisa nós já podemos garantir: se a cobertura de notícias ainda não congrega diariamente todos os 144 municípios, todos eles já recebem a melhor qualidade de sinal possível. (QUEIROZ, 2006)

Eu acho que cumpre, mas tudo pode ser ampliado e intensificado. A gente tem a preocupação de não ser um jornal de Rio Preto, apesar de ter a consciência de que muitas matérias são daqui. Mas na hora de paginar o jornal, atentamos para

isso e procuramos incluir toda a região, nem que seja com uma simples nota. Agora eu acho que a “TV que tem você” tem sempre que buscar, ampliar cada vez mais, e seria muito legal que a gente conseguisse viajar todos os dias. É claro que, mais uma vez, isso passa por um problema de estrutura, porque tudo é muito longe nessa região, que é muito extensa. (NÓBREGA, 2006)

## **5 Considerações finais**

A tentativa corajosa da direção da Rede TEM em primar pela regionalização, além de ter seguido uma tendência, se destaca por ter sido pioneira nas emissoras que agora a integram. Por meio do histórico levantado para este trabalho, percebe-se a evolução na cobertura jornalística regional feita pela TV, especialmente em seus telejornais diários.

No entanto, preocupa que quase 80% do tempo do TEM Notícias 1ª edição se destine à cobertura de assuntos de apenas quatro cidades de um universo de 144 da área de cobertura da emissora de S. J. do Rio Preto. “A TV que TEM você” acaba ficando restrita ao “você” de São José do Rio Preto, Araçatuba, Catanduva e Votuporanga, embora muitos dos assuntos abordados tratam de problemas comuns de várias cidades da região.

Com a estrutura que a TV possui atualmente, a região pode sim ver vários de seus problemas discutidos nos jornais. Mas uma ampliação do número de equipes, ou até mesmo de unidades, poderia facilitar a cobertura mais abrangente sem que as longas viagens pudessem comprometer o horário de fechamento do telejornal. A contratação de vídeo-repórteres foi uma saída criativa. Porém a redução no número de profissionais nas equipes acaba influenciando diretamente na qualidade das matérias, além do assunto passar por toda a discussão ética do fazer jornalístico.

Percebe-se que a TV TEM encontrou o caminho da regionalização. Mas antes de expandir ainda mais esse projeto, é possível que esteja esperando que a receita publicitária proveniente de anunciantes na região cresça. O aumento do número de unidades e, por conseqüência, de equipes de produção, se configura como necessidade latente. Até lá, o morador de pequenas cidades ainda enxergará o seu cotidiano ligado essencialmente ao das maiores cidades da região. E a “TV que TEM você” terá que se esforçar para continuar veiculando matérias que, embora sejam produzidas nas cidades onde estão sediadas as equipes de produção, possam retratar discussões comuns a vários municípios da região.



## **Referências bibliográficas**

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **Noticiário regional e a noção de território: a construção dos processos identitários**. Tese de doutorado. São Paulo: USP, ECA, 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura**. v.1. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

FERREIRA, Raquel Corrêa. **Redes na contramão do capitalismo – redes e rizomas**. Monografia para Pós-graduação em Gestão do 3º Setor. Belo Horizonte: PUC-MG, 2002.

GUZZONI, Juliane. **A comunidade na TV: uma análise sobre a regionalização da notícia e o processo de participação popular**. Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa em Comunicação Audiovisual no Intercom 2001. Campo Grande: 2001.

JAGENESKI, Cristiane de Sousa. **Do global ao local: telespectadores mogianos assistem ao jornal da TV Diário por se identificarem com o que vêem na TV**. Trabalho apresentado no Núcleo de Pesquisa em Comunicação Audiovisual no Intercom 2001. Campo Grande: 2001.

PEDROSO, Rosa Nívea. **Elementos para compreender o jornalismo informativo**. Sala de prensa. 2003. Disponível em <<http://www.saladeprensa.org/art411.htm>> Acesso em : 20 de dezembro de 2005.

RADUAN, Márcia Mariano. **O papel das afiliadas da Rede Globo na construção de identidades regionais: o caso da TV TEM de São José do Rio Preto**. Dissertação de Mestrado. Bauru: UNESP, 2005.

SILVA, Aparecida Macena da. **A TV que te vê – telejornalismo e regionalização**. Dissertação de Mestrado. Bauru: UNESP, 1997.

## **Home Pages**

[www.tvtem.com](http://www.tvtem.com). Home page da Rede TEM. Acesso em dezembro de 2005 e janeiro de 2006.

[www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br). Home page do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. Acesso em 3 de janeiro de 2006.

## **Entrevistas**

Aline Domingos Origuella Nóbrega, chefe de redação, na ocasião substituindo Léo Freitas, editor regional da TV TEM S. J. do Rio Preto. Entrevista concedida em 12 de janeiro de 2006.

Luis Ricardo Queiroz, diretor executivo da TV TEM S. J. do Rio Preto. Entrevista concedida em 12 de janeiro de 2006.