

Regionalização da Mídia e Televisão Pública: Um Estudo de Caso da TV Antares-Piauí¹

Diego Lopes da Silva Alves²

Samantha Castelo Branco³

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

Este trabalho apresenta uma análise da regionalização da mídia a partir de um estudo de caso sobre a TV Antares, primeira emissora de televisão pública do Piauí. Tem-se como objeto de pesquisa o Jornal Antares, telejornal veiculado em horário nobre, de segunda a sexta-feira, em treze municípios piauienses. Busca-se identificar, por meio de diagnóstico do conteúdo do programa (matérias jornalísticas e entrevistas ao vivo no estúdio), como a emissora pratica sua proposta regional.

Palavras-Chave: regionalização; mídia; Piauí; TV Antares; Jornal Antares.

1. Introdução

A regionalização da mídia televisiva, no Brasil, tem início nos primeiros anos da década de 1960, quase coincidindo com o princípio da história da TV pública no país, que começa com a instalação da TV Universitária de Recife – Pernambuco em 1968. Esta já nasceu regional e sua essência é a mesma da maioria das emissoras públicas brasileiras.

Diante do objetivo de identificar como se dá o processo de regionalização da mídia televisiva no Piauí, em especial na TV pública, este trabalho mostra um estudo de caso sobre a TV Antares e suas afiliadas, TV Picos e TV Delta. O estudo apresenta uma pesquisa quantitativa e qualitativa do Jornal Antares, programa considerado o “carro chefe” da emissora, que é veiculado na capital e em outros doze municípios piauienses.

A análise levou em consideração o conteúdo das matérias jornalísticas veiculadas no telejornal e das entrevistas, ao vivo, conduzidas pelo âncora. Foram avaliadas todas as edições do Jornal Antares de 2011, perfazendo um total de 256 programas. Os dados contabilizados,

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação na Universidade Federal do Piauí, Especialista em Gestão em Comunicação Corporativa pela Universidade Federal do Piauí, Graduado em Jornalismo e Relações Públicas pela Universidade Estadual do Piauí e Jornalista da TV Antares – PI. email: diegolopes21@yahoo.com.br

³ Jornalista e advogada. Doutora em Comunicação Social, Bacharel em Direito, Professora da Universidade Federal do Piauí (UFPI) e do Instituto Camillo Filho (ICF). Coordenadora de Comunicação Social da UFPI. email: samanthacastelo@gmail.com

além de estruturados em gráficos, serviram como base para entrevista com o diretor da emissora. Buscou-se identificar, por meio da entrevista, qual a proposta de regionalização da emissora para o Estado do Piauí.

Inicialmente expõe-se o referencial teórico sobre a regionalização da mídia a partir das perspectivas de Peruzzo (2005), Cabral (2006) e outros pesquisadores. Posteriormente, apresenta-se o estudo de caso, contabilizando e qualificando a produção jornalística do Jornal Antares. Foram estudados os conteúdos oficiais (Governo do Estado), locais (Teresina-PI), gerais (assuntos abrangentes) e vindos das duas afiliadas do interior.

2. Regionalização da Mídia

Primeiramente é necessário esclarecer que a questão do território, no aspecto geográfico, não é determinante para se definir o que é local ou regional na mídia. Segundo Peruzzo (2005, p. 4), “para lá das dimensões geográficas surge um novo território, que pode ser de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação etc”. Por essa caracterização, “a mídia local se ancora na informação gerada dentro do território de pertença e de identidade em uma dada localidade ou região” (PERUZZO, 2005, p. 5).

De acordo com Regina Festa e Luiz Santoro (*apud* Cabral, 2006, p. 2), o processo de regionalização da mídia brasileira foi percebido a partir de transformações ocorridas nos meios de comunicação no início da década de 1980, como por exemplo, o crescimento do número de emissoras de televisão, o lançamento de satélites domésticos, o surgimento de emissoras em UHF e parabólicas e a formação das redes regionais de televisão.

Peruzzo (2005) aponta outro marco para o início da regionalização da mídia no país: a instalação da Rede Brasil Sul (RBS), a partir de 1963, no interior do Rio Grande do Sul. Considerado o maior conglomerado regional do país, a RBS tem em sua proposta de regionalização incluir os limites geográficos, os traços culturais e o tamanho de cada mercado (CABRAL, 2006, p. 4). Há ainda autores que indicam que a regionalização foi iniciada pelo rádio, em São Paulo, na década de 1930 (ORTIZ *apud* Cabral, 2006, p. 2).

Para Cabral (2006, p. 1), “a globalização da comunicação, acentuada nos últimos anos, possibilitou, além da quebra de barreiras, o apego das pessoas às suas raízes”. Inicialmente pensou-se que a globalização colocaria um fim na comunicação local, todavia constatou-se o contrário: “a revalorização da mesma, sua emergência ou consolidação em diferentes contextos e sob múltiplas formas” (PERUZZO, 2005, p. 2).

Apesar das transformações nos grupos midiáticos e, conseqüentemente, no agendamento das notícias, a partir da influência da globalização, “a produção local e regional nunca esteve ausente dos meios de comunicação, sejam eles televisões, rádios ou jornais” (PERUZZO, 2005, p. 5). Exemplo da TV Globo, que reserva parte de seu espaço para a programação local das afiliadas. Outro exemplo que podemos apontar vem da mídia impressa.

Os jornais de circulação nacional, como a Folha de São Paulo e o Jornal do Brasil, apesar de terem suas editorias voltadas para questões de economia, política etc., nacionais e internacionais, destinam grande parte do seu espaço para assuntos de sua cidade-sede e para anúncios publicitários captados na região (PERUZZO, 2005, p. 3).

Tereza Teixeira (*apud* Cabral 2006, p. 1) afirma que uma emissora local permite à comunidade uma intercomunicação e auto identificação ao noticiar assuntos coerentes e adequados às necessidades e interesses dessa comunidade, como também estimula a formação de consciências críticas e revaloriza a cultura local. Ela promove uma familiaridade com o público, permitindo que o mesmo se veja e se sinta representado.

O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc. Por vezes, se cerca de distorções, como as que tem origem em vínculos com interesse político-partidários e econômicos, mas, mesmo acarretando vieses de informação, acaba contribuindo na divulgação de temas locais (PERUZZO, 2005, p. 7).

Para Peruzzo (2005), o jornalismo regional é vantajoso para o público local por causa da proximidade da informação, visto que “as pessoas acompanham os acontecimentos de forma mais direta, pela vivência ou presença pessoal, o que possibilita o confronto entre os fatos e sua versão midiática de forma mais natural” (PERUZZO, 2005, p. 7).

De acordo com a edição nº 830 da Revista ‘Meio e Mensagem’ (*apud* CABRAL, 2006, p. 5), “os mercados regionais passaram a ter peso importante na estratégia das empresas”. Além disso, ainda de acordo com a revista, os “grupos regionais estão investindo em sinais via satélite para melhorar a qualidade da transmissão. A regionalização também desenvolve oportunidades de negócio muito interessantes”. Isto indica que a regionalização da mídia está diretamente relacionada com a realidade socioeconômica da região, ancorada no mercado local e na vida política.

Peruzzo (2005, p. 3) diz que “o interesse da grande mídia pelo local, num primeiro momento, apresenta-se mais por seu lado mercadológico do que pela produção de conteúdo

regionalizado”. Essa razão econômica pode ser entendida pela imposição globalizada de se buscar novos nichos. A partir do momento que se acirram as disputas comerciais, a segmentação do mercado fica mais caracterizada e isso impõe a necessidade de se atingir esse público fragmentado (sobretudo por ordens culturais – logo, regionais).

Além das parcerias com os grupos regionais, os conglomerados nacionais passaram a investir no jornalismo local. No Rio de Janeiro, por exemplo, a Rede Globo exibe na capital um jornal local, em três horários, às 6h30, 12h e 18h, difundindo notícias da cidade e Baixada Fluminense, discutindo e buscando soluções para problemas enfrentados pelos moradores (que telefonam ou enviam email para a emissora propondo pautas), além dos eventos culturais. Os concorrentes diretos – Bandeirantes, Record e Rede TV, também seguem a mesma linha, porém, além do jornal, também abrem espaço para programas de entretenimento, em busca do cidadão fluminense (CABRAL, 2006, p. 3).

O exemplo mostra que, acontece no Brasil, um novo modelo de disputa da audiência por parte da grande mídia. Antes o público era concorrido de forma geral, medindo-se os índices nacionais de audiência. Agora, com a regionalização, os índices locais são tão relevantes quanto os nacionais, uma vez que ambos têm grandes respostas econômicas por parte dos investimentos publicitário e governamentais.

Esta estratégia regionalista dos conglomerados midiáticos não é vista de forma otimista por alguns pesquisadores. Caparelli (1982) aponta uma falta de autonomia de programação das redes regionais, já que muitas delas dependem dos programas gerados pelas emissoras nacionais. Outra deficiência, segundo Bazi (1999), é que muitos grupos locais são apenas repetidores do sinal emitido pelo grupo nacional por causa da falta de recursos para financiar os altos custos da regionalização.

Peruzzo (2005, p. 3) aponta três entraves que prejudicam a expressividade local através da mídia televisiva tradicional: 1) o limite do tempo imposto pela rede; 2) os horários permitidos para inserção local são os de menor audiência; 3) as exigências de enquadramento nos padrões nacionais direcionam as temáticas e o modo de expressão. A análise remete ao questionamento sobre o papel das emissoras regionais afiliadas a grandes grupos. Acredita-se que as mesmas são, apenas, um canal de relacionamento dos conglomerados com o público, disfarçadas de meio que valoriza as culturais regionais com forma de elevar os índices de audiência e assim atrair novos investidores.

3. TV Antares: Um Estudo de Caso

A TV Antares é a primeira emissora de televisão pública do Piauí (ALVES, 2011). Sua origem está no decreto nº 91.316/1985, que “concedeu à Fundação de Apoio ao Desenvolvimento da Educação do Estado do Piauí (FADEP), o direito de executar serviço de televisão, em Teresina, capital do estado” (ALVES, 2011, p. 105). Os primeiros programas foram veiculados ainda no final da década de 1980.

Ao longo dos anos a TV Antares passou por oscilações em virtude das mudanças no Poder Executivo a cada novo mandato (ALVES, 2011). Variações inclusive no nome da emissora (anteriormente TV Educativa e TV Piauí). Até o primeiro semestre de 2012, a TV conta com seis programas locais: ‘Esporte Antares’, ‘Toque de Cinema’, ‘Jornal Antares’, ‘Antares Notícias’, ‘Interferência’ e ‘Abra o Olho’. A TV Antares é afiliada e retransmissora da programação da TV Brasil. Os programas locais são exibidos em horários disponibilizados pela rede nacional. Alguns deles têm reprise em horários alternativos nos finais de semana.

A emissora, com sede em Teresina, é integrada a Fundação Antares – Rádio e Televisão Educativa do Piauí. A TV Antares possui duas afiliadas no interior do Estado. Ao norte, no município de Parnaíba, a 336 quilômetros da capital, está a TV Delta, e na região central, em Picos, a 330 quilômetros de Teresina, fica a TV Picos. Além dessas três cidades, a TV Antares conta com sinal em outros dez municípios piauienses (Figura 1).



Figura 1: Municípios piauienses com sinal da TV Antares
 Fonte: TV Antares, 2012

Há um desequilíbrio no número de municípios com sinal da emissora distribuídos de norte a sul do Estado. Sete municípios, incluindo a capital, estão ao norte, quatro localizam-se na região central e apenas dois situam-se ao sul do Piauí. A região sul ainda é mais penalizada por conta de sua grande extensão territorial (comparada as demais). Diferentes dos municípios do norte e do centro, os do sul, Uruçuí e São Raimundo Nonato, estão geograficamente distantes, caracterizando um amplo vazio de sinal da emissora na região. De acordo com o diretor da TV Antares, Márcio Gleu, até o final de 2012 a emissora chegará a outros vinte e cinco municípios piauienses.

4. Análise de Conteúdo

Na análise do conteúdo produzido e veiculado pela emissora, definiu-se como recorte o Jornal Antares (JA) – programa que vai ao ar, de segunda à sexta-feira, de 12h15 às 13 horas. Apesar das afiliadas do interior possuírem programação própria, o telejornal também é retransmitido nessas emissoras, obedecendo a transmissão ao vivo da TV Antares, em Teresina. Foram analisados todos os JA de 2011, total de 256 programas.

O telejornal é composto por matérias jornalísticas e entrevistas no estúdio conduzidas pelo âncora. Em 2011, o Jornal Antares veiculou 1.861 matérias jornalísticas e teve 330 entrevistas no estúdio. Do total de entrevistas, 23% (77 delas) foram com dois comentaristas que tem quadros fixos no programa: Helder Freitas (Quadro ‘Fazendo a Diferença’) e Airton Ramos (Quadro ‘Cinema’). Estudou-se as demais 253 entrevistas realizadas no Jornal Antares em 2011 (Gráficos 1 e 2).

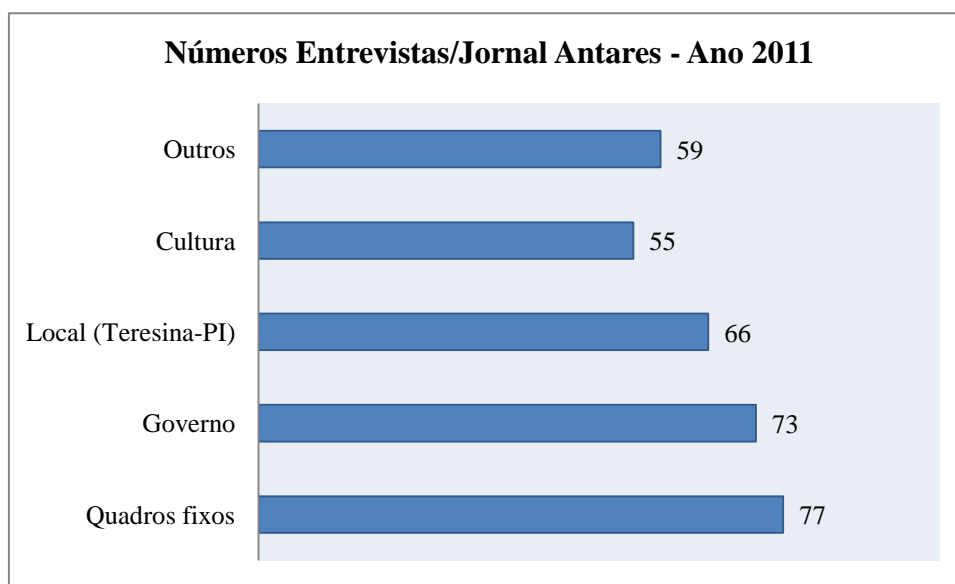


Gráfico 1: Números Entrevistas/Jornal Antares – Ano 2011

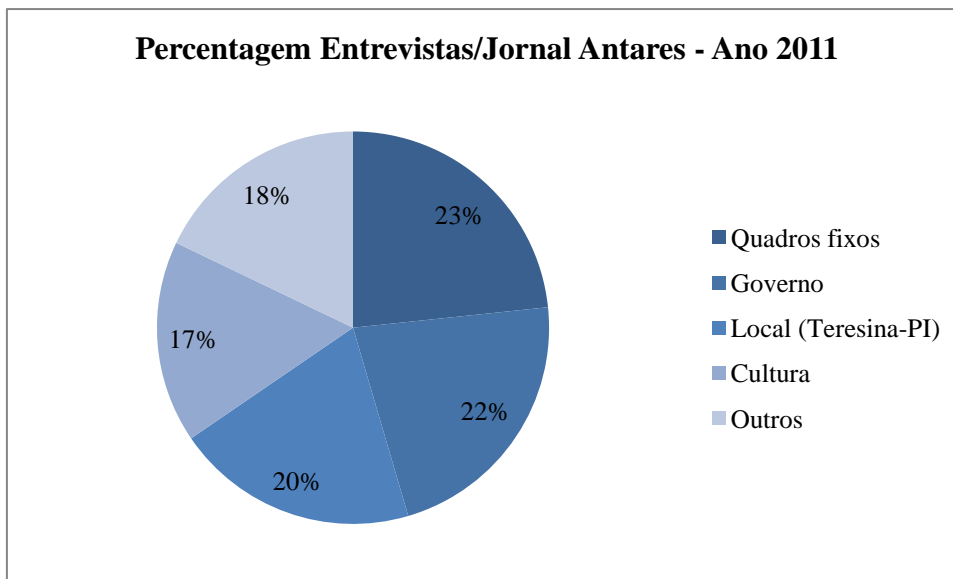


Gráfico 2: Percentagem Entrevistas/Jornal Antares – Ano 2011

Por conta de sua natureza pública, a TV Antares tem como papel valorizar a cultura regional. Essa valorização deve partir da visibilidade que a emissora dá em sua programação às manifestações artísticas e culturais do Estado. Tendo como objeto de análise o Jornal Antares, percebe-se que houve, em 2011, uma boa abertura para a cultura. Pelo menos uma vez por semana a temática foi explorada em entrevista de estúdio no telejornal.

4.1. Matérias Jornalísticas

Na análise as matérias jornalísticas do Jornal Antares foram distribuídas em seis categorias: 1) Rede (vindas da TV Brasil e/ou demais afiliadas da emissora nacional); 2) Notícias gerais (conteúdos abrangentes como saúde, educação, direitos do consumidor etc); 3) Locais (específicas sobre a capital Teresina); 4) Governo do Estado (oficiais, intermediadas por assessorias de imprensa de órgãos e/ou pessoas do poder público); 5) TV Delta (produzidas pela afiliada de Parnaíba); 6) TV Picos (produzidas pela afiliada de Picos).

Os números, conforme Gráfico 3, indicam uma prevalência de matérias sobre assuntos abrangentes. De acordo com Peruzzo (2005), essa tendência é comum na mídia local como estratégia operativa. Segundo a autora,

Muitos jornais locais tendem a se ocupar mais de assuntos comumente tratados pelos jornais de circulação nacional do que com assuntos específicos locais que demandariam apuração jornalística e, possivelmente, a exposição pública do meio informativo diante dos fatos,

que, por vezes, a imprensa local não aborda para não prejudicar seus próprios interesses (PERUZZO, 2005, p. 9).

Márcio Gleu afirma que as matérias são definidas a partir da busca de atender os interesses de um público que vê na TV Antares uma alternativa às TV's comerciais. “Procuramos repercutir o que existe de relevância para a sociedade, tendo como base os serviços de utilidade pública, cidadania, educação e saúde. Estes são os temas prioritários do nosso planejamento diário”, diz o diretor.

Mesmo com uma proposta de jornalismo público, a emissora pauta notícias factuais, tendo uma abordagem semelhante às emissoras comerciais, sem discutir ou estimular o debate dos assuntos de interesse público que estão implícitos no fato noticiado. Márcio Gleu diz ainda que ao definirem as pautas do Jornal Antares também é levado em consideração as reportagens factuais, que segundo o diretor, “tem espaço garantido dentro do roteiro do telejornalismo”. Como exemplo podemos citar a cobertura massiva de um assassinato que aconteceu em agosto de 2011, no canteiro de obras do prédio do Ministério Público Federal, de uma estudante de direito, chamada Fernanda Lages.

A cobertura da TV Antares foi estritamente policial, seguindo o mesmo modelo das demais emissoras que acompanharam o caso. Não se discutiu na emissora, por exemplo, o descumprimento do Toque de Recolher que existe na capital Teresina, uma vez que a estudante, antes de ser encontrada morta, passou por alguns bares durante a madrugada. A deficiência da segurança pública poderia ser outro debate levantado pela emissora na sua cobertura sobre o fato. A causa da morte da estudante não foi apontada pela polícia.

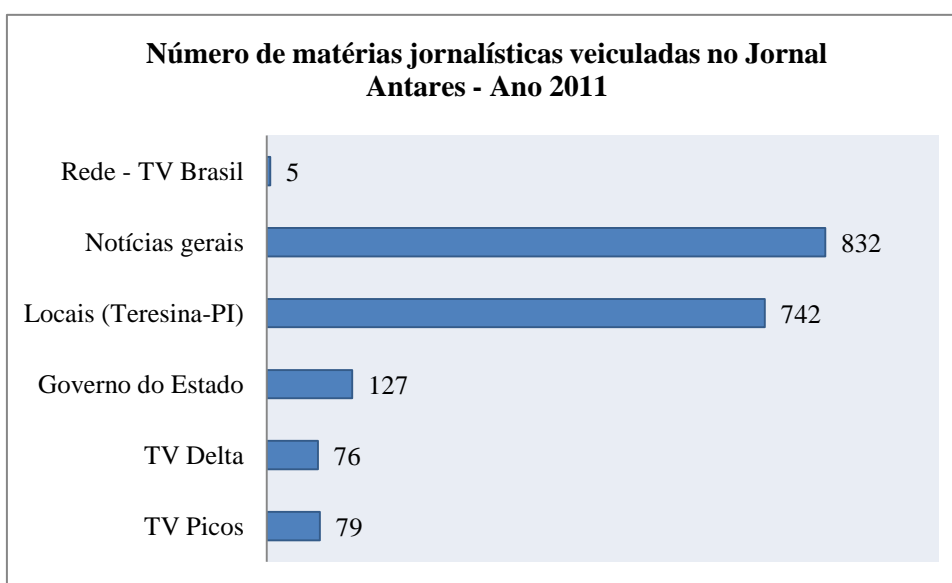


Gráfico 3: Número de matérias jornalísticas veiculadas no Jornal Antares – Ano 2011

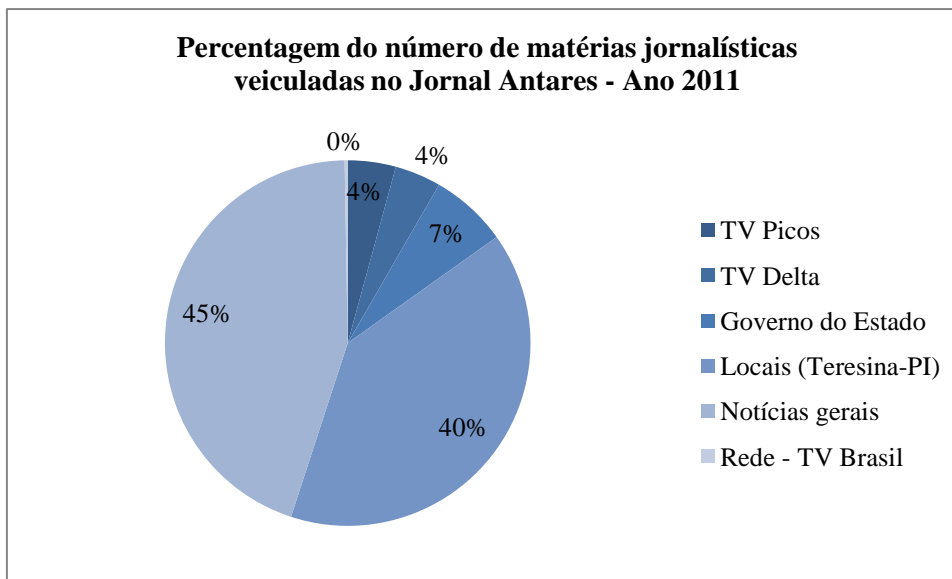


Gráfico 4: Percentagem do número de matérias jornalísticas veiculadas no Jornal Antares – Ano 2011

De acordo com Peruzzo (2005), parece haver no país um tipo jornalístico que se torna quase padrão, passando a ser reproduzido por todos os meios (nacionais, regionais e locais), pautados por assuntos típicos das editorias de política, economia, cidades, polícia etc. Ou seja, “a imprensa do interior tende a cobrir os mesmos tipos de assuntos, como pleitos eleitorais, atos do poder público, assaltos, assassinatos, acidentes etc. A diferença é que sua ocorrência é regional ou local” (PERUZZO, 2005, p. 9).

4.2. Matérias de Rede e Local

A análise do Jornal Antares indicou um índice inexpressível de conteúdo gerados e/ou oferecidos pela rede (TV Brasil) e suas afiliadas nos demais Estados brasileiros. Apenas em janeiro de 2011 a TV Antares exibiu conteúdo dessa natureza: cinco matérias sobre a identidade cultural de outras emissoras nordestinas. O número representa 0% (Gráfico 4) da percentagem de matérias jornalísticas veiculadas no telejornal da emissora piauiense.

Mesmo sendo exibido numa televisão regional, que abarca municípios de norte a sul do Piauí, 40% (Gráfico 5) do conteúdo das matérias veiculadas pelo Jornal Antares abordavam assuntos específicos da capital Teresina. Muitas pautas estavam relacionadas a problemas enfrentados por comunidades de alguns bairros (como lixo, ruas esburacadas, falta de saneamento etc). Outras matérias bastante comuns são de acidentes de trânsito, paralisação de servidores municipais, assaltos, eventos oficiais do poder público municipal.

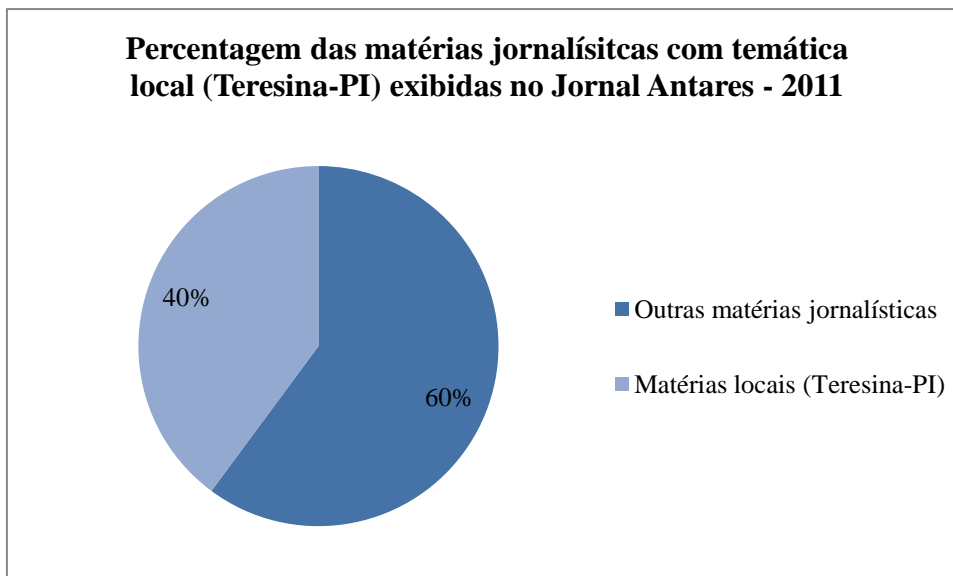


Gráfico 5: Percentagem das matérias jornalísticas com temática local (Teresina-PI) exibidas no Jornal Antares – Ano 2011

O diretor da TV Antares reconhece uma maior visibilidade de fatos que acontecem em Teresina. “Existe sim uma cobertura bem mais ampla na capital, até mesmo pela demanda de conteúdo, mas a TV Antares vem adotando a cautela de dissociar seu conteúdo e sua programação para torná-los bem mais abrangente”, afirma Márcio Gleu.

Mesmo com um grande conteúdo noticioso sobre Teresina (742 matérias jornalísticas), em 2011 a TV Antares exibiu no seu principal telejornal algumas reportagens feitas em outros municípios além de Picos e Parnaíba. São eles: Uruçuí, Curimatá, Cabeceiras, Francisco Aires, Milton Brandão, Parnaguá, Pedro II, Floriano, Barra do Feijão Bravo e Timon-MA (cidade vizinha à capital do Piauí).

O elevado índice de cobertura noticiosa sobre assuntos específicos de Teresina também foi identificado nas entrevistas de estúdio (Gráfico 6). Foram 66 entrevistas em 2011, representando um percentual de 26% do total analisado. Assim como nas matérias jornalísticas, as pautas das entrevistas também tem relação com a política local e atividades que aconteceram faturalmente na capital, como eventos e campanhas educativas e de saúde.

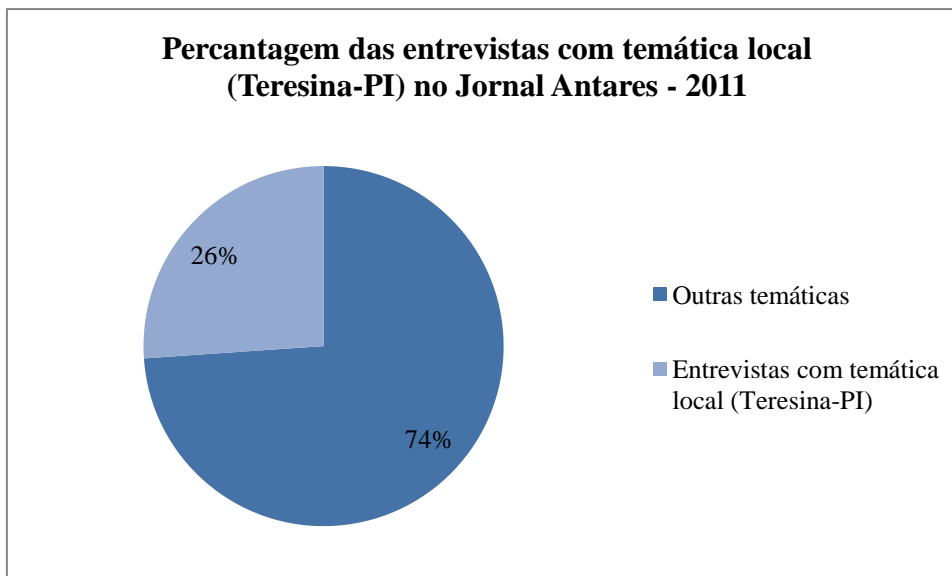


Gráfico 6: Percentagem das entrevistas com temática local (Teresina-PI) no Jornal Antares – Ano 2011

Outra particularidade do Jornal Antares é a presença de entradas ao vivo de algumas cidades do interior. Todas elas relacionadas a alguma visita oficial do governador do Estado àquele município. Esses “ao vivo” são financiados pela Coordenadoria de Comunicação do Estado, que retransmitem para a TV Antares, no horário do Jornal Antares, a cobertura das emissoras comerciais que foram pagas para acompanhar o governador.

4.3. Conteúdo Oficial

Peruzzo (2005) diz que o jornalismo regional/local vem revelando algumas tendências. Exemplos dos laços políticos locais que tendem a ser fortes e a comprometer a informação de qualidade.

É comum a existência de tratamento tendencioso da informação e até omissão de fatos, em decorrência de ligações políticas com os detentores de poder local e dos interesses econômicos dos donos da mídia. Claro que não se trata apenas de um problema da imprensa regional, mas nela parece que essas relações se tornam mais explícitas, justamente porque as possibilidades de confronto entre o fato e sua versão, por parte do leitor [telespectador], são mais fáceis de acontecer (PERUZZO, 2005, p. 7).

Na TV Antares, apesar das matérias jornalísticas oficiais representarem apenas 7% (Gráfico 7), os números indicam que durante o ano de 2011 houveram reportagens desta natureza em 50% dos Jornais Antares. Foram 256 programas ao ar e tiveram 127 matérias relacionadas às ações do Governo estadual.

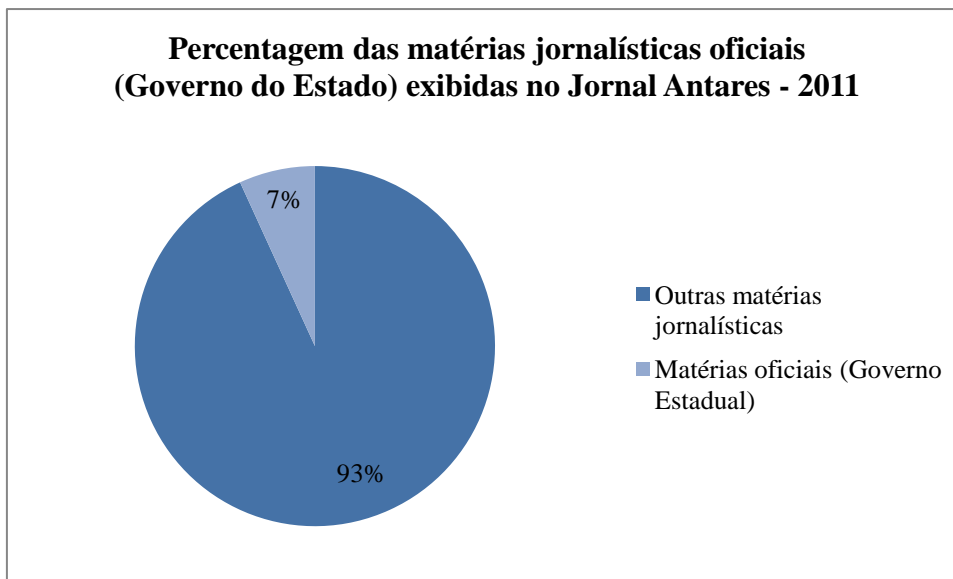


Gráfico 7: Percentagem das matérias jornalísticas oficiais (Governo do Estado) exibidas no Jornal Antares - 2011

Ao analisar as entrevistas de estúdio observa-se que esse percentual é bem maior. Mais de $\frac{1}{4}$ das entrevistas foram com representantes do poder público. Em 2011, houveram 73 entrevistas oficiais, assistindo diversos órgãos: Secretaria de Planejamento, Secretaria de Educação, Secretaria de Segurança, Uespi, Vice-Governadoria, dentre outros. Esse número representou 29% do total de entrevistas realizadas no Jornal Antares em 2011 (Gráfico 8).

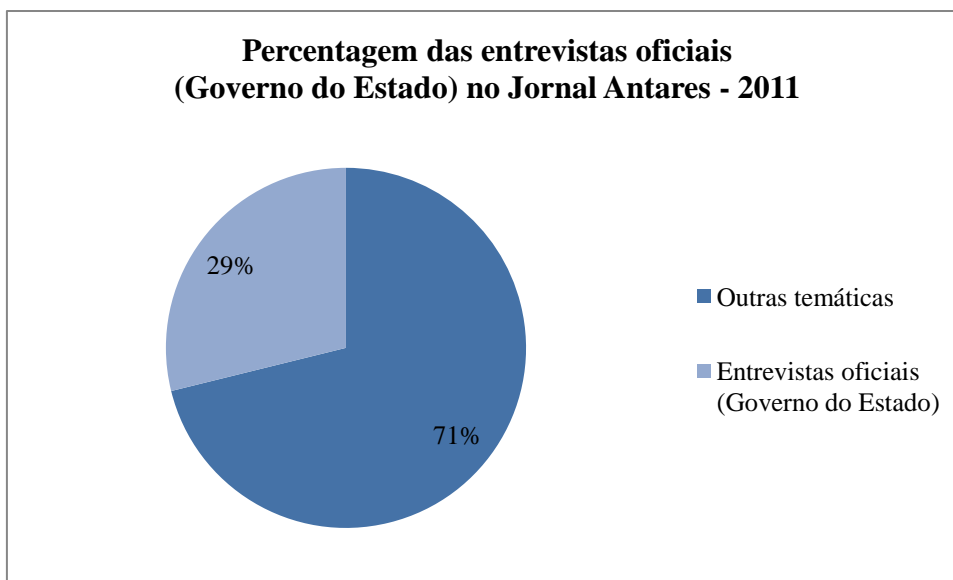


Gráfico 8: Percentagem das entrevistas oficiais (Governo do Estado) no Jornal Antares - 2011

4.4. Contribuição das Afiliadas do Interior: TV Picos e TV Delta

As emissoras do interior, TV Picos e TV Delta, tem o papel de contribuir com o processo informativo nos municípios sede e região. É também função dessas TVs contribuir com a programação da TV Antares, oferecendo matérias jornalísticas para serem exibidas nos programas e telejornais da emissora situada na capital, como o Jornal Antares. Elas também recebem matérias da emissora matriz para exibirem em suas programações.

Segundo o diretor da TV Antares, a troca de matérias jornalísticas entre a emissora teresinense e suas afiliadas do interior se dá por interesse de conteúdo e por demanda. “Tanto a TV Delta com a TV Picos são livres para produzir seu conteúdo diário. Existindo uma demanda, essa pauta é pedida para a produção da determinada emissora que produz o material e envia para Teresina”, diz Márcio Gleu. Ele afirma também que “a troca de conteúdo acontece todas as manhãs entre a TV Antares e as afiliadas, onde a regra é interesse por determinado assunto”.

Apesar do compromisso determinado entre a emissora matriz e suas afiliadas, a análise do Jornal Antares no ano de 2011 apontou uma pequena participação de matérias jornalísticas da TV Picos e TV Delta no JA. Cada afiliada do interior contribuiu com apenas 4% do total de matérias veiculadas no telejornal (Gráficos 9 e 10).

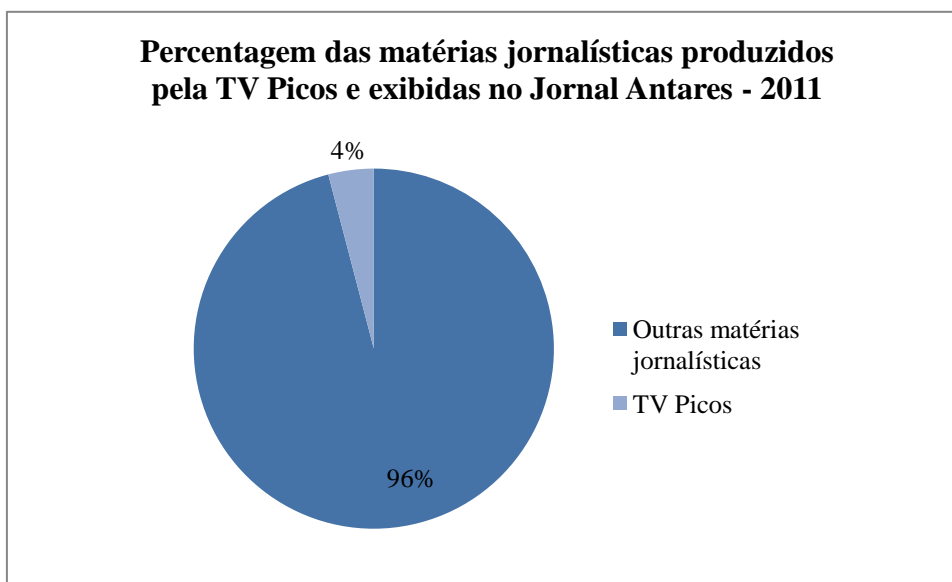


Gráfico 9: Percentagem das matérias jornalísticas produzidas pela TV Picos e exibidas no Jornal Antares – 2011

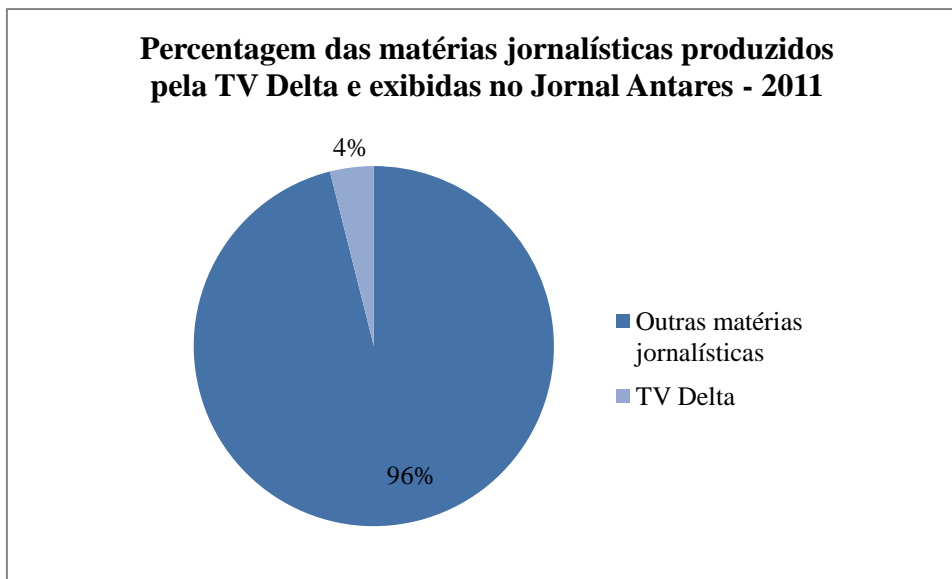


Gráfico 10: Percentagem das matérias jornalísticas produzidas pela TV Delta e exibidas no Jornal Antares – 2011

O Diretor da TV Antares justifica os números. “No ano de 2011 tivemos problemas com equipamentos das afiliadas no interior do estado. Hoje com novos equipamentos, câmeras, ilhas de edição e carros, aumentou o aproveitamento do material produzido pelas afiliadas”, disse Márcio Gleu.

6. Considerações Finais

A regionalização da TV Antares é incipiente desde a distribuição do sinal da emissora nos municípios piauienses até a produção de conteúdos jornalísticos. A TV não abrange todo Estado. Há um favorecimento da região norte, principalmente nas proximidades da capital e da afiliada do litoral, a TV Delta. O sinal da emissora abarca um maior número de municípios na região, se comparado ao centro e sul do Estado.

Na região central do Piauí, a TV Picos preenche uma lacuna da emissora, mas ainda assim é possível perceber um descompasso de conteúdos entre a TV Antares e esta afiliada, o que reflete uma fragilidade no gerenciamento desta parceria. A proximidade do município de Picos talvez seja a justificativa da chegada do sinal da TV Antares em Floriano, Oeiras e Santa Cruz, fazendo da região central do Estado a segunda com o maior número de municípios com sinal da emissora.

Essa hipótese nos remete a uma outra. Como não há uma afiliada da TV Antares no sul do Estado, a presença da emissora é deficiente na região. O sul piauiense praticamente não tem representação da TV Antares. Apenas os municípios de São Raimundo Nonato e Uruçuí

tem sinal da emissora. Geograficamente, a região sul é a de maior dimensão no Piauí, logo, a mesma deveria ter uma ampla abrangência do sinal e de visibilidade em produção e veiculação de conteúdo jornalístico.

O Jornal Antares também cumpre de forma elementar seu papel regional. É grande a presença de matérias e entrevistas sobre assuntos de Teresina. Como um meio pode ser regionalista se fica concentrada num local específico, distante da abrangência da emissora? Nem mesmo com afiliadas em Picos e Parnaíba a TV Antares submerge sua abrangência no seu principal telejornal. Uma maior participação das TVs Picos e Delta pode minimizar este problema e ampliar a regionalização do conteúdo veiculado na emissora.

A TV Antares ainda está longe de cumprir seu papel de emissora regional. É necessário não só expandir o sinal para o maior número de municípios piauienses, como também redefinir sua linha editorial, sobretudo, para ampliar a produção de conteúdos. Enquanto não se adéqua a sua essência, ela continuará sendo mais uma emissora no Estado – comum e previsível.

Referências

- ALVES, Diego L. da S. **Um esboço da história da televisão pública do Piauí**. In: Revista FSA, nº 8, 2011. p. 97-111.
- BAZI, R. E. R. **Reflexões sobre o telejornalismo regional a partir do pensamento Bourdiano**. In: XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, GT de Televisão. Rio de Janeiro: Universidade Gama Filho, 1999.
- CABRAL, Eula Dantas Taveira. **A regionalização da mídia brasileira**. In: UNIrevista, v 1, nº 3, 2006.
- CAPARELLI, S. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&M, 1982.
- FESTA, R., SANTORO, L. **A terceira idade da TV: o local e o internacional**. In: NOVAES, A. (org). Rede imaginária: televisão e democracia. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.
- GLEU, Márcio. Relação da TV Antares com as afiliadas do interior do Estado. Entrevista concedida a Diego Lopes da Silva Alves. Teresina, 14 de junho de 2012.
- MEIO E MENSAGEM. **Mercados regionais ganham impulso**. nº 804, 1998.
- ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- PERUZZO, Cícilia M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendência**. In: Revista Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 2005.
- TEIXEIRA, T. P. S. **Todas as vozes: diferentes abordagens para um conceito de rádio local**. 1999. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 1999.