



## **Rede Vanguarda de Televisão: Os processos de produção e transmissão de uma rede de TV local**

Lucimara Rett

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp –  
Universidade Metodista de São Paulo – São Bernardo do Campo, SP.  
Professora nos cursos de Publicidade e Propaganda da Fatea – Faculdades Integradas  
Teresa D'Ávila, em Lorena, e Propaganda e Marketing da Unip – Universidade  
Paulista, em São José dos Campos, SP.

### **Resumo**

A Rede Vanguarda constitui-se de duas emissoras locais afiliadas à Rede Globo de Televisão, situadas no Vale do Paraíba, São Paulo. Dada a crescente importância da mídia local, este artigo busca compreender os processos de produção e transmissão utilizados por uma rede regional e comparar os mesmos com os conceitos de rede apresentados por autores como Armand Mattelart e Manuel Castells. Através de entrevistas qualitativas com profissionais de diversas áreas das emissoras, são estudados os aspectos técnicos e peculiaridades que envolvem a produção e transmissão de programação regional. Apesar de ser constituída apenas por duas emissoras, a Vanguarda caracteriza-se como uma rede de comunicação local e, como tal, apresenta peculiaridades técnicas e operacionais semelhantes a outras redes de comunicação, sobretudo de televisão.

**Palavras chave:** Redes; Difusão e distribuição das mídias audiovisuais; Mídia local; TV regional; Rede Vanguarda.

### **Introdução**

A etimologia da palavra rede leva ao conceito de um pequeno *filet*, um tipo de tecido muito fino, segundo Marcon e Moinet (2001, p. 19), mas sua interpretação no sentido abstrato ou figurado, pode levar à aplicação da mesma em várias esferas do conhecimento humano, tais como economia, sociedade, cultura e comunicação. A partir daí pode-se citar redes de infra-estrutura, de empresas, de serviços, de pessoas, de tecnologia da informação, de comunicação, entre outras.

---

1 Trabalho apresentado ao NP Comunicação Audiovisual do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação.

2 Lucimara Rett é doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp – Universidade Metodista de São Paulo – São Bernardo do Campo, SP. Com 12 anos de atuação nas áreas técnica e comercial da TV Vanguarda, atualmente dedica-se exclusivamente à área acadêmica, lecionando nos cursos de Publicidade e Propaganda da Fatea – Faculdades Integradas Teresa D'Ávila – em Lorena, Propaganda e Marketing da Unip – Universidade Paulista e Etep – Escola Técnica Professor Everardo Passos – em São José dos Campos, SP.



Com a proliferação dos conceitos de pós-modernidade Jean-François Lyotard (2000) e da Cibercultura de Pierre Lévy (1999), torna-se cada vez mais relevante entender a aplicabilidade do termo rede nas novas realidades, sobretudo na área de comunicação, a fim de que a palavra não fique banalizada e não passe a ser utilizada indiscriminadamente.

Analisando os estudos de Armand Mattelart (1994), pode-se dizer que o desenvolvimento da tecnologia levou ao surgimento de diversos tipos de rede. Primeiramente os Correios e Telégrafos, as redes ferroviárias, as redes telefônicas, as redes de comunicação de rádio e TV e, finalmente, a Internet. A maioria dos avanços tecnológicos surgiu como estratégias para utilização em períodos de guerra e foram, posteriormente adequados para a utilização civil.

Da mesma maneira, Manuel Castells (1999) analisa a evolução das redes e faz uma correlação entre o fim da audiência de massa e o surgimento das redes interativas. As transformações tecnológicas, o surgimento dos satélites e das redes de TV, fizeram o homem migrar da informação impressa para a informação audiovisual. Agora chega-se a um período em que a rede possibilita em *hiperlinks*, a combinação de informação escrita, de áudio e de vídeo simultaneamente, mudando a característica de produção e interpretação das mensagens.

A evolução tecnológica também trouxe um novo desafio para as emissoras de TV, sobretudo nos anos 80, como enfatizam Regina Festa e Luiz Santoro (1991, p.180):

No campo das comunicações, os anos 80 foram marcados pelo maior avanço da história latino-americana. Assistimos a um aumento singular do número de emissoras de televisão, o lançamento de satélites domésticos, o enlace mundial de satélite, a implantação e inserção na rede mundial de transmissão de dados, a introdução de TV a cabo, da TV por assinatura, a abertura de emissoras em UHF, a formação de redes regionais de televisão, a introdução de parabólicas em todos os países, e a entrada indiscriminada de equipamentos de telecomunicações e de radiodifusão por intermédio das corporações internacionais, com o beneplácito da maioria dos governos e apesar das leis e protecionismos.

Sérgio de Mattos (1992), reconhece a importância do desenvolvimento dessas redes regionais de televisão, as quais possibilitam a valorização da cultura e identidade regional:

A partir do momento em que se viabiliza um modelo de televisão centralizador, não há mais espaço para as pluralidades possíveis na identidade de cada um. Pelo menos, os indivíduos não se verão mais naquilo que diferem uns dos outros, mas tão somente, como cultura de massa, naquilo que são iguais, ou foram feitos iguais, ou

são tidos iguais. E o regional, visto então como característico de uma certa área territorial, ou de um espaço cultural limitado, só ganhará reconhecimento, isto é, existência, se puder ser convertido em informação de massa.

Com base nesses conceitos apresentados, este artigo pretende analisar uma rede de TV regional formada recentemente e, através das suas características, verificar se realmente ela se enquadra nos conceitos de rede.

Foi escolhida então a Rede Vanguarda, constituída por duas emissoras locais afiliadas à Rede Globo de Televisão, situadas no Vale do Paraíba, interior de São Paulo, no Brasil. Após um estudo exploratório e entrevistas semi-estruturadas com profissionais de vários departamentos da rede, os dados foram classificados segundo nove critérios característicos das redes: tecnologia, temporalidade, flexibilidade, hierarquia, abrangência, padronização, interatividade, estratégia e administração.

### **As primeiras redes de televisão**

Segundo Ricardo Xavier e Rogério Sacchi (2000) e Sérgio Mattos (1990) é possível contar um breve histórico sobre a formação das redes no Brasil.

O primeiro *pool* de emissoras aconteceu em 1955, quando as tevês Tupi e Record transmitiram simultaneamente o programa “Use a Cabeça”, experiência que se repetiu com outros programas durante essa década. Em 1960 foi a vez do Rio de Janeiro participar da experiência, unindo as tevês Tupi, Rio e Continental às emissoras paulistas para a transmissão do discurso do presidente da República, Juscelino Kubitschek. A transmissão da Copa do Mundo de 1970 foi o evento que promoveu a formação da primeira grande cadeia de emissoras. Nessa época, o aprimoramento técnico da Embratel – Empresa Brasileira de Telecomunicações possibilitou as transmissões nacionais e internacionais via satélite, a formação das redes nacionais de TV e as transmissões coloridas.

A exibição de uma programação simultânea para os telespectadores de São Paulo e Rio de Janeiro, respectivamente pelas TV Record e TV Rio, em meados de 1959, marcou o início da formação das grandes redes. A Tupi, inaugurada em São Paulo em 1950, se estabeleceu como rede através da interligação de 24 emissoras espalhadas pelos principais estados brasileiros, exibindo uma forte programação regional.

Com 17 estações locais, a REI – Rede de Emissoras Independentes, liderada pela Record, foi oficializada em 1973 e se dissolveu três anos depois. A mesma sigla



foi utilizada em 1979 por Sílvio Santos para uma rede que integrava emissoras ligadas à TVS e à Record.

### **A expansão da Rede Globo**

Depois do polêmico contrato com o grupo norte-americano Time-Life, a Rede Globo instala sua sede no Jardim Botânico e passa a transmitir sua programação oficialmente em 26 de abril de 1965.

A emissora chega a São Paulo com a compra da “TV Paulista”, que pertencia à Organização Victor Costa, e a Belo Horizonte com a compra do canal 12, pertencente ao grupo João Batista do Amaral. Em 1971 foi a vez de Brasília ser integrada à rede e, um ano mais tarde, Recife. Nos anos 80 chegou a ser a maior produtora de televisão do mundo, ocupando a posição de quarta maior TV comercial do planeta. Em 1995 inaugura o Projac, em Jacarepaguá, no Rio de Janeiro, considerado o maior centro de produção da América Latina.

Uma das características da televisão brasileira é a sua articulação em redes. Através da transmissão de sinais entre emissoras, a programação de uma rede nacional, como a Globo, pode alcançar pontos remotos do país – estrutura sustentada por emissoras regionais espalhadas em quase todo o território, que se encarregam de propagar os sinais das estações que a comandam. Processo que teve início a partir dos planos de integração nacional dos governos militares [...] (FLAUSINO, 2001, p.19)

A Rede Globo optou pelo sistema de afiliadas regionais para fazer sua expansão para áreas cada vez maiores e mais distantes. Hoje são 119 emissoras espalhadas pelos pontos mais estratégicos e pelos mercados mais rentáveis do país.

Ao se fazer um balanço geral, constata-se que a Rede Globo de Televisão para investir na regionalização de suas próprias emissoras pelo interior paulista inicialmente optou por uma região (Sudeste) de grande interesse para os empresários, pelo estado mais rico do país (São Paulo), por uma destacada região (Centro-Oeste) do interior paulista, [...] que cada vez mais vem se destacando pelo seu desenvolvimento. (FERNANDES, 1996, p.101)

Assim, a primeira emissora do interior paulista foi a TV Bauru, canal 2, que começou a operar em maio de 1960, sob o comando do italiano João Simonetti. Meses depois foi reinaugurada sob o controle da Organização Victor Costa e só foi integrada à rede de Roberto Marinho em 1965, sendo renomeada em 1984 como TV Globo Oeste Paulista e, mais tarde, como TV Modelo.



Segundo Rogério Bazi (2001, p.12), a EPTV Campinas foi inaugurada pelo empresário José Bonifácio Coutinho Nogueira em 1979 e estendeu seu sinal para Ribeirão Preto em 1980, depois para Varginha, no Sul de Minas Gerais, em 1988 e finalmente para São Carlos em 1989.

Em 1986 foi implantada uma emissora em São José do Rio Preto. Em 1988 foi a vez de São José dos Campos, 1990 Sorocaba, 1992 Santos, 1997 Presidente Prudente e 2.000 Mogi das Cruzes.

Ficou completo então, o grupo de 10 emissoras, denominado Spi – São Paulo Interior, que até 2002 integravam o seguinte quadro:

<b>Emissora</b>	<b>Sede</b>	<b>Domicílios com TV</b>
EPTV Campinas	Campinas	939.369
EPTV Central	São Carlos	390.907
EPTV Ribeirão	Ribeirão Preto	561.626
TV Aliança*	Sorocaba	607.508
TV Diário	Mogi das Cruzes	254.139
TV Fronteira	Presidente Prudente	228.354
TV Modelo*	Bauru	614.633
TV Progresso*	São José do Rio Preto	575.620
TV Tribuna	Santos	457.376
TV Vanguarda*	São José dos Campos	535.854

Tabela 1 – Emissoras SPI

Fonte: Site Sucom, 2002

\* Emissoras com controle acionário 100% Globo

A integração de todas as emissoras do interior de São Paulo visa o fortalecimento do mercado e o conseqüente crescimento de vendas através de planos comerciais isolados de cada emissora, e também de projetos que possibilitem ao anunciante a exibição em todas as praças simultaneamente.

O quadro apresentado anteriormente começou a ser alterado a partir de 2002, quando as emissoras com controle acionário 100% Globo, ou seja, totalmente administradas pela família Marinho (sem a participação de sócios como acontece nas demais afiliadas), começaram a ser negociadas.

O presidente da agência de marketing esportivo Traffic, o rio-pretense J. Hawilla, 58 anos, está prestes a realizar um dos maiores negócios da sua carreira. Ele adquire hoje três filiadas da Rede Globo no interior de São Paulo: TV Progresso (Rio Preto), TV Modelo (Bauru) e TV



Aliança (Sorocaba). A operação será sacramentada hoje logo após a finalização dos contratos de compromisso de compra e venda. A Traffic ficará com 90% das emissoras. Os outros 10% permanecem nas mãos da Rede Globo. [...] A Globo, por meio de familiares de Roberto Marinho - que atualmente controlam 100% do capital dessas três emissoras, manterá 10% das quotas como garantia de que essas tevês continuarão afiliadas da rede. (FURQUIM, 2002)

Na mesma época, a TV Vanguarda foi negociada com José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, que também havia adquirido uma concessão de canal de TV para a cidade de Taubaté.

Dono de uma concessão de TV na cidade de Taubaté, interior de São Paulo, seu plano, no entanto, era mais ambicioso, pois incluía uma rede regional. Depois de negociar com a própria Globo uma concessão na cidade de São José dos Campos, vizinha à Taubaté, há um ano pôs no ar a Rede Vanguarda, formada por emissoras nas duas cidades. (YVES, 2005, p.84)

Com a inclusão da TV Itapetininga, do grupo TEM, o quadro atual das emissoras SPi é apresentado a seguir:

<b>Emissora / Grupo</b>	<b>Emissora – Sede</b>	<b>Domicílios com TV</b>
EPTV	EPTV Campinas – Campinas	1.146.425
	EPTV Central – São Carlos	501.085
	EPTV Ribeirão – Ribeirão Preto	657.611
Rede Vanguarda	TV Vanguarda – São José dos Campos	383.366
	TV Vanguarda – Taubaté	346.959
TV Diário	Mogi das Cruzes	420.995
TV Fronteira	Presidente Prudente	244.826
TV TEM	Bauru	718.021
	Itapetininga	224.494
	São José do Rio Preto	633.963
	Sorocaba	596.522
TV Tribuna	Santos	556.595

Tabela 2 – Quadro atual das emissoras SPi  
Fonte: Site Sucom, 2006

### **Uma TV de Vanguarda**

A TV Vanguarda de São José dos Campos fez jus ao nome, sendo a primeira emissora de TV local na sua região.

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.

Partiu do zero: O local escolhido para abrigar a sede foi um prédio dentro da área do Center Vale Shopping, empreendimento da família Marinho, que oferecia a vantagem de estar a poucos minutos da Rodovia Presidente Dutra. (FLAUSINO, 2001, p.43)

A TV nasceu como Rede Globo Vale do Paraíba e só passou a ser denominada TV Vanguarda Paulista no seu aniversário de 10 anos. Segundo Henrique Macedo (1998), nesse mesmo ano a Rede Globo implantou um projeto denominado Regional do Futuro, que resultou em mudanças em todas as áreas da emissora, especialmente no jornalismo, que aumentou sua capacidade de produção local, deixando cada vez mais evidente o propósito de atuação regional da emissora na comunidade. Em 2001, a emissora assumiu a marca TV Vanguarda (sem o complemento Paulista) e, em 2003, com a inauguração da TV Vanguarda em Taubaté, passou a ser cabeça de rede local.

Com a formação da Rede Vanguarda, toda a identidade visual da emissora foi alterada para fortalecer a identidade regional, bem como campanhas foram veiculadas para a divulgação do novo conceito de rede e da proposta de uma maior valorização da região.



Figura 1 – Evolução da logomarca

A Rede Vanguarda, somando a área de cobertura das duas emissoras – São José dos Campos e Taubaté – tem 46 municípios sob sua responsabilidade, o que representa cerca 730 mil domicílios com TV, que totalizam mais de 2 milhões de telespectadores potenciais segundo os dados do Site da Sucom, Direção Geral de Comercialização da Rede Globo.

No mapa abaixo, as cidades em verde são as cobertas pelo sinal de Taubaté e as em cinza, pelo sinal da emissora de São José dos Campos.

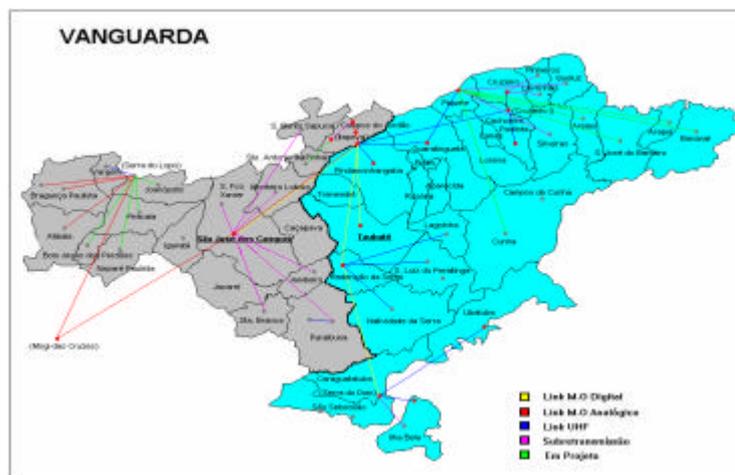


Figura 2 – Mapa da área de cobertura da Rede Vanguarda  
Fonte: Engenharia Vanguarda

A Rede Globo trabalha com um sistema de horários optativos, oferecendo às afiliadas algumas janelas na programação de linha para que as emissoras locais possam inserir programas regionais. A partir da formação da rede, a Vanguarda também buscou ampliar a participação da programação local. Novos programas foram desenvolvidos para preencher espaços optativos que antes não eram utilizados. Hoje, segundo Valério Luiz Fernandes, gerente de programação, 11% da programação é produzida localmente. Os programas da emissora são:

- Vanguarda TV Bom Dia;
- Vanguarda TV 1<sup>a</sup>, 2<sup>a</sup> e 3<sup>a</sup> Edição, mais a Edição de Domingo;
- Vanguarda Motor – revista eletrônica sobre carros, motos e outros veículos;
- Vanguarda Mix – programa de variedades, voltado para o público jovem;
- Vanguarda Comunidade – programa de entrevistas;
- Papo Vanguarda – *talk show* regional.

Além dessa programação, a emissora cobre com comercialização local todos os *fades*, que são espaços abertos nos intervalos comerciais para a veiculação de comerciais de clientes regionais, com valores de tabela também regionais. Os anunciantes podem comprar espaço isoladamente nas emissoras de São José dos Campos ou Taubaté, ou optarem pela inserção simultânea nas duas emissoras. São veiculados ainda, chamadas e boletins de notícias, serviços e previsão do tempo, durante a programação.

Todos os programas, com exceção do Vanguarda Motor, que não é produzido na emissora, estão sob responsabilidade da equipe de jornalismo. Somente os telejornais Vanguarda TV Bom Dia e Vanguarda TV 1ª e 2ª edição são exibidos ao vivo. Os demais são pré-gravados, editados e posteriormente exibidos.

Sempre voltada para as novidades tecnológicas – a mais recente foi a instalação de uma nova antena com 50 kW de potência para a melhoria da cobertura e qualidade do sinal – a Vanguarda segue firme no propósito da valorização da cultura local, compromisso com a comunidade e desenvolvimento do mercado regional, sem abrir mão do “Padrão Globo” de qualidade, tanto no que tange à produção quanto à transmissão de sua programação.

[...] a vocação final de uma emissora de TV efetivamente integrada à comunidade é fazer jornalismo e programação local, alavancar a economia local por meio da publicidade, apoiar os eventos e iniciativas da região e, acima de tudo, colocar as pessoas da região na tela da TV. (CORREA, 2003, p.96)

### Processos de transmissão e recepção de sinais

O processo de distribuição do sinal da cabeça de rede para as emissoras regionais é feito via satélite e é basicamente o mesmo para todas as emissoras afiliadas. Em alguns casos são utilizados *links* de microondas, que via terrestre, complementam a distribuição via satélite.

A figura abaixo mostra como esse processo funciona na Rede Vanguarda, de acordo com as informações fornecidas por José Roberto Pinto, Supervisor Técnico da área de transmissão da emissora.

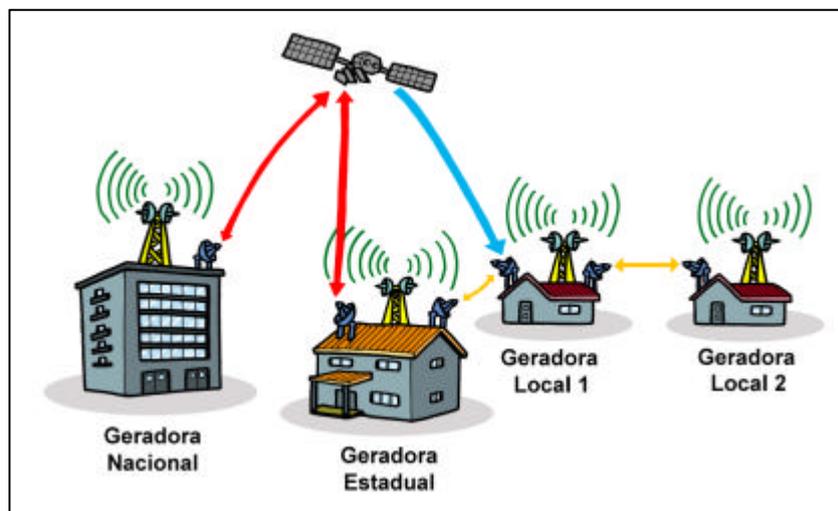


Figura 3– Tráfego do sinal da geradora à emissora local  
Ilustração: Mauricio Rett



A distribuição nacional é feita pela Geradora, também denominada Cabeça de Rede. A emissora, situada no Rio de Janeiro, é responsável pela maior parte da programação da rede, ou seja, gera praticamente todos os programas da Rede Globo, além dos telejornais e comerciais nacionais. Esse sinal (representado na ilustração pelas setas vermelhas) segue via satélite Brasilsat 1 para as Geradoras Estaduais, localizadas nas capitais de cada estado. São inseridos então os telejornais e comerciais estaduais e, novamente via satélite, esse sinal é distribuído para as Geradoras Locais (seta azul). Estas inserem a sua programação e comercialização regional. Finalmente, esse sinal é transmitido via UHF para os domicílios da área de cobertura de cada uma das emissoras locais.

No caso da Rede Vanguarda, como demonstra a ilustração, o processo tem ainda uma quarta etapa (setas amarelas). Quem recebe o sinal de São Paulo é a emissora de São José dos Campos. A partir desse momento, ela insere a sua programação regional e se torna uma terceira Cabeça de Rede, à qual é subordinada a emissora de Taubaté.

Duas unidades móveis (UMJ) podem também, através de microondas, gerar sinais para a emissora, dando dinamismo e agilidade às equipes. Uma das unidades está preparada com infra-estrutura de produção para ter autonomia em eventos ou qualquer outro tipo de transmissão que necessite de uma pré-produção das imagens geradas.

Acontece também a participação das emissoras locais no estado ou na rede nacional, sob a forma de boletins pré-gravados ou entradas ao vivo. O sinal faz então o caminho inverso, o que os engenheiros chamam de contribuição. Entre Taubaté e São José dos Campos e, posteriormente, de São José dos Campos para São Paulo, o sinal trafega via *links* de microondas digitais. Somente de São Paulo para o Rio de Janeiro é que o sinal volta a trafegar via satélite.

Do ponto de vista de quem produz o que vai ser transmitido, no caso a equipe de jornalismo, é uma vitória, não somente para os profissionais da emissora, mas sobretudo para a comunidade local, projetar diariamente através de reportagens todo o universo regional para o restante do estado ou do país. É um desafio diário para a equipe, que envolve a “venda” de matérias para a rede. Não a venda propriamente dita, mas se trata de tornar os assuntos locais atraentes aos olhos da rede. Segundo



Terezinha Almeida, gerente de jornalismo, há um critério para a seleção do que é representativo ou não para a rede:

O que sai em rede nacional raramente são os problemas comunitários. O que a gente mais leva para a rede, especificamente de São José dos Campos, que é um pólo tecnológico e de desenvolvimento, são as pesquisas, esse desenvolvimento e também a crise, a recessão, a São José econômica. O nosso jornalismo local é basicamente comunitário, já os jornais de rede têm outro enfoque. O Bom Dia Brasil e o Jornal da Globo são jornais econômicos, o Jornal Nacional é extremamente factual, então para que uma matéria nossa entre no Jornal Nacional, tem que ser realmente um fato importante para o Brasil inteiro e não só para o nosso bairro, a nossa cidade. O problema local, de bairro, a gente trata aqui. Para fora a gente trata os assuntos macro que nascem aqui e que têm interesse para o resto do Brasil.

Francisco Góes, em 2001, quando Diretor da extinta CGAE – Central Globo de Afiliadas e Expansão - em entrevista a Edylita Falgetano e Paulo Bocatto, da Revista Tela Viva, reafirmou a tendência de fortalecimento das afiliadas e da produção regional:

Uma rede só é forte se todas as pontas são fortes. Trabalhamos para que elas tenham a melhor qualidade na distribuição de sinal, ou seja, qualidade na casa do telespectador, mas acima de tudo, que elas entendam o processo de contribuição em termos de conteúdo, produzindo jornalismo local equilibrado, isento, fazendo programação local mostrando as suas características, exibindo o fato regional nos jornais nacionais, para que o Brasil inteiro conheça cada uma das coisas importantes que lá ocorrem. Existe também um esforço no sentido de fazer com que os talentos locais venham a ser explorados e aparecer quer em nível local, quer em nível estadual, quer em nível nacional. Quem entende esse processo, trabalhando sinergicamente com a rede sente-se como parte do todo e não apenas uma relação comercial.

Eventualmente também são exibidas no telejornal local, reportagens da rede ou estado, que podem ser inseridas ao vivo, ou pré-gravadas.

O reconhecimento do papel exercido pela mídia no processo da globalização está relacionado à percepção popular de que os veículos de informação estão conectados com o centro dos acontecimentos da sociedade onde quer que estes se desenrolem. Vale ressaltar que a tecnologia hoje existente permite tanto à mídia impressa como à mídia eletrônica inserir, instantaneamente em seus noticiários locais, qualquer reportagem de última hora, enriquecendo o telejornalismo local, contribuindo também para aumentar no telespectador a sensação de que o mundo é pequeno. (MATTOS, 1999)



## **Avaliação das características da Rede Vanguarda**

A fim de atingir a proposta inicial deste artigo, que é analisar se a rede de televisão regional escolhida realmente configura-se como uma rede segundo conceitos teóricos, foram elencados alguns quesitos a serem avaliados dentre as características técnicas e operacionais apresentadas:

a) Tecnologia: a emissora utiliza a tecnologia de rede, que nasce, como citado no início deste trabalho, com os correios e telégrafos e culmina hoje nas comunicações via satélite e *links* de microondas analógicos e digitais;

b) Temporalidade: a emissora, como uma rede, transmite em tempo real. Apesar de parte de seus programas serem pré-gravados, a transmissão da programação ocorre em tempo real, e o sinal, apesar de percorrer grandes distâncias, chega à casa dos telespectadores com um *delay* (ou atraso), de cerca de um segundo. A questão da utilização das unidades móveis para transmissão ao vivo também contribui para a factualidade e a transmissão em tempo real;

c) Flexibilidade: a Rede Vanguarda pode ser considerada como flexível. O sinal trafega em todas as direções tanto na rede regional, como em sua comunicação com o estado e a rede nacional. Há produção e transmissão de conteúdo local e não somente a pura retransmissão da programação nacional. Eventualmente, ocorre também a exibição do conteúdo local no restante da rede, o que evidencia a flexibilidade da mesma;

d) Hierarquia: existe uma hierarquia pré-definida, que segue a estrutura Geradora Nacional (Rio de Janeiro), Cabeça de Rede Estadual (São Paulo), Cabeça de Rede Regional (São José dos Campos). Essa estrutura rege as operações técnicas das emissoras envolvidas, mas, como citado no item anterior, a flexibilidade permite que em alguns momentos, a programação saia de uma emissora local, seja São José dos Campos ou Taubaté, e seja retransmitida pela Geradora em rede nacional para as 119 afiliadas, atingindo todo o país. Para isso ocorrer, cabe a tarefa de tornar os assuntos locais relevantes o suficiente para alcançar tal visibilidade;

e) Abrangência: embora a área de cobertura da emissora seja regional e limite-se a 46 municípios, a informação local, sendo relevante, pode chegar a todo o país;



f) **Padronização:** a padronização das afiliadas com relação à Rede Globo é percebida sob diversos aspectos. Ela fica evidente na identidade visual da emissora – vinhetas, cenários e até instalações seguem as mesmas tendências utilizadas pela rede nacional. A postura e visual de repórteres e apresentadores é também garantida com a colaboração de estilistas e fonoaudiólogos que dão assessoria a esses profissionais que aparecem no vídeo e acabam, portanto, representando a “imagem” da emissora para os telespectadores. A parte técnica e operacional é cuidadosamente gerenciada para garantir o “Padrão Globo de Qualidade”. Ocorrem ainda diversos treinamentos presenciais e virtuais (cursos *e-learning*) fornecidos em parceria com a rede, para os profissionais de todas as áreas da emissora;

g) **Interatividade:** embora em pequena escala, há interatividade dos telespectadores com as emissoras locais na sugestão de pautas e participação em entrevistas. Se for analisada a comunicação entre as emissoras que compõem a rede, pode-se afirmar que a mesma é mais bidirecional do que interativa;

h) **Estratégia:** todas as características analisadas acima não tornariam a comunicação eficiente se não houvesse uma atuação estratégica da rede regional em seus diversos departamentos, administrativo, técnico, operacional, jornalismo e comercial. A sinergia entre os mesmos também é fundamental para o sucesso da rede;

i) **Administração:** De uma certa maneira, todas as 119 emissoras são administradas, mesmo que à distância, pela geradora. Prova disso, é que a família Marinho sempre preserva pelo menos 10% do capital da emissora em suas negociações, a fim de garantir algum controle administrativo e operacional sobre as afiliadas.

### **Considerações finais**

Muitas vezes o termo “rede” é empregado para trazer *status* a uma organização, o que poderia até ser uma estratégia de *marketing* de Boni, conhecido pelo seu *feeling* e atuação estratégica na área da comunicação, sobretudo em TV. Entretanto, com base nas características expostas e analisadas sobre a Rede Vanguarda, e à luz dos conceitos de rede dos teóricos Armand Mattelart e Manuel Castells, pode-se dizer que esse conjunto de apenas duas emissoras regionais se caracteriza efetivamente como uma rede de comunicação.



As duas emissoras formam uma rede local, que por sua vez faz parte de outras duas redes, uma estadual e outra nacional. As 119 emissoras que compõem a rede foram distribuídas estrategicamente por todo o país.

Vale destacar aqui a relevância da expansão das redes de TV regionais, que desencadeia um processo ainda mais amplo, que não somente garante a valorização das regiões e da cultura local, mas também leva ao desenvolvimento do mercado nos mais diversos segmentos. Profissionais da área técnica, operacional e da comunicação, além de empresas prestadoras de serviços, tais como produtoras e agências de *casting*, bem como a área acadêmica – cursos técnicos e superiores – se beneficiam também com o fortalecimento das redes regionais de comunicação.

### Referências bibliográficas

- BAZI, Rogério E. R. **TV regional: trajetória e perspectivas**. Campinas: SP, Alínea, 2001.
- BOLAÑO, César R. S. (org.). **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC/EDUFS, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 1v.
- CORREA, Eduardo. Como uma emissora de TV pode ajudar uma comunidade a crescer. **Mercado Global**. Rio de Janeiro: [s.n.], n.113, p.96, 2003.
- Direção Geral de Comercialização.  
Disponível em: <<http://www.sucom.redeglobo.com.br/infoatlas>>.  
Acesso em: 10 jan.2006
- FALGETANO, Edylita e BOCATO, Paulo. **Tela Viva**. São Paulo: Glasberg, n.111, 2001.
- 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.
- FESTA, Regina e SANTORO, Luiz Fernando. A terceira idade da TV: o local e o internacional. In: NOVAES, Aauto (org). **Rede imaginária: Televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.
- FLAUSINO, Cristina V. **TV Regional: deveres e fazeres**. Estudo de caso de uma emissora regional da Globo. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - ECA/USP, São Paulo, 2001.
- FURQUIM, Cristiano. J. Hawilla compra a TV progresso.  
Disponível em: <<http://www.diarioweb.terra.com.br>>. Acesso em: 30 ago.2002
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.



LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000 (1ª ed., 1950).

MACEDO, Henrique Roberti. **SPTV Primeira Edição**: um estudo de caso sobre as mudanças no telejornalismo da TV Vanguarda Paulista. Monografia (Comunicação Social – Jornalismo) - UNITAU, Taubaté, SP, 1998.

MARCON, Christian e MOINET, Nicolas. **Estratégia-rede**: ensaio de estratégia. 1.ed. Tradução de Gilse Boscato Muratore. Caxias do Sul: Educs, 2001. 214p.

MATTELART, Armand. **Comunicação Mundo**: história das idéias e das estratégias. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

MATTOS, Sérgio (org.). **A televisão na era da globalização**. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação/ GT Televisão, 1999, Salvador, BA.

\_\_\_\_\_. **Um perfil da TV brasileira**. 40 anos de história: 1950-1990. Associação Brasileira de Agências de Propaganda/Capítulo Bahia, Salvador, A Tarde, 1990.

MATTOS, Sérgio Ferreira de. **TV Barriga Verde de Florianópolis**: estudo de caso no período 1984/87. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – ECA/USP, 1992.

RETT, Lucimara. **Comunicação, Cultura e TV Regional**: TV Vanguarda no Vale do Paraíba. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – UNIP – Universidade Paulista, 2002.

Vanguarda TV. Disponível em: <<http://www.vanguarda.tv>>.  
Acesso em: 10 jan.2006

XAVIER, Ricardo; SACCHI, Rogério. **Almanaque da TV**: 50 anos de memória e informação. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

YVES, Pedro. Com o padrão Boni. **Propaganda**. São Paulo: Referência, n. 645, p.84-89, 2005.