



A Audiência da TV Regional no Cerrado Goiano: a Rede Anhanguera de Televisão¹

Adriana Souza Campos²

Instituto de Ensino Superior de Rio Verde (IesRiver) e Universidade de Marília (Unimar)

Resumo

Nos últimos anos, as redes de TV afiliadas das grandes emissoras brasileiras compreenderam a importância da produção regional em suas estratégias comerciais, como forma de conquista de audiência. Este artigo trata dos programas locais da Rede Anhanguera de TV para Goiás, afiliada da Rede Globo e empresa pertencente ao grupo Organização Jaime Câmara, um dos mais importantes grupos regionais de mídia do Brasil. Como métodos foram adotadas análises qualitativas e pesquisas documentais, utilizando-se de um estudo de caso numa perspectiva descritiva. Por meio de pesquisas realizadas por institutos especializados, disponibilizadas pela própria Rede, verificou-se que um dos programas locais aparece, em Goiânia, capital do Estado, entre os cinco líderes de audiência em meio à grade de programação local e nacional.

Palavras-chave

Produção Regional; Audiência; Rede Anhanguera de Televisão; Rede Globo.

Introdução

Com o advento da globalização, vários setores da sociedade sofreram alterações e mudanças significativas. A comunicação é uma dessas áreas, afetada pelo processo de globalização, especialmente no que tange à tecnologia empregada pelos meios, a evolução da televisão e de suas técnicas e a relação entre a televisão e a sociedade.

A globalização na televisão coloca em voga a relação entre o nacional e o local. De um lado tem-se uma comunicação voltada aos conteúdos nacionais e internacionais, inseridos em realidades regionais por meio da grade de programação de uma rede de televisão. De outro lado, observam-se as realidades regionais inseridas no contexto

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

² É graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (UFG), especialista em Assessoria em Comunicação (UFG) e mestranda em Comunicação (Unimar), na linha de pesquisa Produção e Recepção de Mídia. É professora universitária no Instituto de Ensino Superior de Rio Verde/Faculdade Objetivo, membro da Comissão Própria de Avaliação (CPA) e assessora de imprensa da Prefeitura de Rio Verde (GO). asouza@faculdadeobjetivo.com.br.



nacional, com matérias e reportagens enfocando as regionalidades, produzidas por emissoras de TV afiliadas e encaminhadas à exibição na rede. Observa-se uma valorização dessas regionalidades como forma de cativar o telespectador, como Mattos (2003) atribui à importância dada a pesquisas que apontam que o telespectador “prefere assistir a produções regionais” e que, no fundo, “quem muda a televisão é a própria audiência”.

Em Goiás, essa relação de intercâmbio entre o nacional e o local fica clara na grade de programação da TV Anhanguera, emissora afiliada da Rede Globo e que faz parte de uma rede de emissoras de televisão pertencente ao grupo Organização Jaime Câmara (OJC), um dos maiores grupos regionais de mídia do Brasil. O grupo OJC possui em Goiás e Tocantins 11 emissoras de televisão afiliadas da Rede Globo, oito emissoras AM/FM (três em Goiânia, quatro no Tocantins e uma em Brasília – DF) e dois jornais impressos (*O Popular* e *Jornal do Tocantins*), além do Portal Goiasnet (internet), TMK Contact Center e Anhanguera Antenas.

A relação entre o local e o global, assim é descrita:

O local e o global estão distantes e próximos, diversos e iguais. As identidades embaralham-se e multiplicam-se. As articulações e as verdades desterritorializam-se e reterritorializam-se em outros espaços, com outros significados. O mundo se torna mais complexo e mais simples, micro e macro, épico e dramático (Ianni, 1999, 252).

A grade de programação da TV Anhanguera apresenta programas produzidos pela cabeça de rede - “Emissora de rádio ou TV que lidera a rede de emissoras que transmite uma mesma programação” (Rede Globo, 2005) – e pela própria emissora afiliada. A TV Anhanguera foi fundada em 24 de outubro de 1963, por Jaime Câmara (1909-1989), sendo a segunda emissora do Estado de Goiás, surgindo 13 anos depois da inauguração da TV Tupi, em São Paulo. Atualmente atinge mais de 180 municípios, dos 246 municípios goianos.

A grande transformação no processo da inserção da televisão na sociedade se deu quando ocorreu a mudança do caráter da audiência, que passa de objeto passivo para “sujeito interativo”, de acordo com a perspectiva de Castells (1999). Essa transformação abriu caminho para que os meios de comunicação passassem à segmentação e à adequação ao público. Percebe-se, paralelo a isso, um movimento de retomada do processo de regionalização ou mesmo da produção regionalizada em várias emissoras, como forma de fidelização ou como alternativa comercial.



Este artigo tem como objetivo fazer um estudo sobre a audiência dos programas regionais, numa interface com as produções nacionais, veiculados pela Rede Anhanguera de Televisão. Como métodos foram adotadas análises qualitativas de informações coletadas e pesquisas (documental, bibliográfica e de audiência). Estas últimas disponibilizadas pela própria emissora e realizadas por institutos especializados.

Faz-se necessária a abordagem de termos ligados ao tema. Pelo Dicionário da Língua Portuguesa tem-se que “Regional (Do lat. *Regionale*) - (...) Relativa, ou própria de uma região; local. (Ferreira, 1999, 1731)” -; Emissora afiliada - “Emissora local independente que, formando rede ou cadeia com outras, transmite programas em comum” (Ferreira, 1999, 737) e Emissora regional – “Aquele que, em função das suas características técnicas, serve a diversas localidades de uma mesma região” (Ferreira, 1999, 737).

As Emissoras de TV Regionais de Goiás

São oito emissoras que atuam como afiliadas da Rede Globo em Goiás, todas pertencentes à Organização Jaime Câmara e que compõem a Rede Anhanguera de Televisão. Observa-se no quadro 01, os nomes dessas entidades, a data da outorga da concessão e a validade da mesma junto ao Ministério das Comunicações do Governo Federal/Anatel.

Quadro 01 - Emissoras de TV afiliadas da Rede Globo

<i>Entidade</i>	<i>Município</i>	<i>Outorga</i>	<i>Validade</i>
Televisão Anhanguera S.A.	Goiânia	12/3/1996	12/3/2011
Televisão Riviera Ltda.	Rio Verde	8/3/1988	8/3/2003
Televisão Planalto Central Ltda.	Porangatu	22/4/1991	22/4/2006
Televisão Pirapitinga Ltda	Catalão	8/1/1991	8/1/2006
SPC Sistema Paranaíba de Comunicações Ltda.	Itumbiara	16/4/1991	16/4/2006
Televisão Rio Formoso Ltda.	Jataí	24/8/1992	24/8/2007
TV Luziânia	Luziânia	16/9/1988	16/9/2003
TV Tocantins	Anápolis	10/10/1990	10/10/2005

Fonte: Anatel – com base em consulta ao SISCOM/Informação, Serviços e Comunicação de Massa em 12/12/2005



O Estado de Goiás também possui uma emissora afiliada da Rede Bandeirantes; uma afiliada da Rede Record de Televisão e uma emissora de TV afiliada do SBT. Além dessas, existem outras emissoras de TV que atuam com programação basicamente educativa e religiosa: Fundação Cultural e Educativa de Senador Canedo, Fundação Cultural Serra Azul, Fundação Ministério Comunidade Cristã, Fundação Rádio e Televisão Educativa e Cultural, Fundação Rio Verdão de Educação e Cultura, Sistema Lageado de Comunicação Ltda e a TV Brasil Central, pertencente ao Governo do Estado de Goiás e vinculada à Agência Goiana de Comunicação, que possui uma programação mista com parte da TV Cultura (São Paulo).

É válido destacar que todas as emissoras afiliadas que atuam em Goiás possuem uma programação mista, que reúne parte da programação da cabeça de rede e parte da programação local, produzida pela própria emissora afiliada. A Rede Anhanguera de TV possui, ainda, sete RTVs. Segundo a Anatel (2005): “Retransmissão de Televisão - RTV - É o serviço destinado a retransmitir, de forma simultânea, os sinais de estação geradora de televisão, para a recepção livre e gratuita pelo público em geral”. Essas RTVs estão localizadas nos municípios de Cabeceiras, Itapuranga, Quirinópolis, Santo Antônio do Descoberto, Novo Planalto, Pirenópolis e Santa Tereza de Goiás.

No Brasil existem centenas de emissoras de TV, cujas concessões foram feitas para alguns grupos regionais influentes e para partidos políticos. A televisão apresenta uma história, no País, que mistura esses episódios a outros ligados às transformações tecnológicas, como vemos em Bonasio (2002, 14):

A televisão no Brasil tem mais de 50 anos e já sofreu transformações tecnológicas surpreendentes. Da TV ao vivo para o videoteipe, da TV preto-e-branco para a TV em cores, da TV local para a TV mundial via satélite, da TV análoga para a TV digital/interativa e agora em alta definição/multiprogramação.

Essas transformações estão permitindo que o Brasil acompanhe as evoluções tecnológicas de outros países do mundo, aguardando a entrada, até setembro de 2006, conforme anúncio do Ministério das Comunicações, da TV Digital.

A Rede Anhanguera de Televisão

O Estado de Goiás, localizado na região Centro-Oeste do Brasil, é o 7º estado do país em extensão territorial, fazendo divisa ao norte com o Estado do Tocantins, ao sul com Minas Gerais e Mato Grosso do Sul, a leste com a Bahia e Minas Gerais e a oeste



com Mato Grosso. Goiás possui 246 municípios e tem como capital e sede do poder Executivo a cidade de Goiânia. Possui mais de 5 milhões de habitantes, se destacando com uma das fronteiras agrícolas do Centro-Oeste brasileiro.

É nessa realidade que atua a Rede Anhanguera de Televisão, que se constitui em uma rede de televisão com a cabeça de rede em Goiânia, a TV Anhanguera, e mais sete emissoras espalhadas por suas praças. Isso permite que a Rede Anhanguera de Televisão consiga atingir mais de 180 municípios goianos. Além de Goiás, esta Rede possui emissoras em Palmas, Gurupi e Araguaína, no Estado do Tocantins. Em Palmas também possui o maior jornal impresso de circulação diária, o Jornal do Tocantins.

A concentração da maioria das emissoras afiliadas nas mãos do grupo OJC não foge à regra do que ocorre em outras regiões do Brasil, conforme vemos:

Atualmente, a propriedade da televisão de sinal aberto no Brasil está nas mãos de alguns grupos familiares, entre as quais se destacam as famílias Marinho (Globo), Sirotsky (RBS), Saad (Bandeirantes), Abravanel (SBT), Daou (TV Amazonas) e Câmara (TV Anhanguera) (Cunha in Motta, 2002, 220).

Essa espécie de monopólio acaba resultando num efeito que denominamos de cascata, gerando a dominação de outros meios por esses mesmos grupos, a exemplo de jornais e rádios. O grupo OJC é detentor do maior jornal impresso de circulação diária em Goiás, o Jornal O Popular, e de uma série de emissoras de rádio, transformando o grupo em um dos maiores grupos regionais de comunicação do Brasil.

Esse efeito cascata é descrito por Amaral (2002, 88) como “dominação fractal”. Essa dominação é iniciada pela concessão de emissoras de TV a grupos regionais ou políticos, o que acaba por consolidar esses permissionários em grandes empresários do setor de comunicações.

O mesmo sistema (modelo Organizações Globo) que, nacionalmente, monopoliza a comunicação e a informação, liderando as emissões de televisão e rádio, liderando o jornalismo impresso (a maior rede nacional de televisão e rádio é também proprietária do maior jornal do país), reproduz-se, tal qual, em cada estado, como um subsistema, que à imagem e semelhança do sistema central, controla, por sua vez, a televisão local, a radiofonia local, a imprensa gráfica local (em cada estado, a liderança da tv regional é ocupada pelo canal reprodutor do sinal da Rede Globo; a esse canal, propriedade do grupo ou de grupo a ele associado, está sempre ligado um jornal, sempre o de maior circulação local, e o jornal de maior circulação local – e não há mais de dois periódicos dignos deste nome por estado – é sempre ligado a um canal de televisão, sempre o canal reprodutor do sinal da Rede



Globo). É o que chamamos de dominação fractal (Amaral in Motta, 2002, 88).

Atualmente, a TV Anhanguera possui oito programas – excetuando-se a contagem dos religiosos - que são coordenados e apresentados dos estúdios de Goiânia e contam com a colaboração das equipes de todas as praças da própria emissora.

Essa diversificação é um efeito da segmentação vivida pelo mercado consumidor. Isso significa que a televisão brasileira está passando da fase da globalização para a da diversificação que, conforme nos aponta Rebouças (in Mattos, 1999, 39), ‘é exatamente saber ocupar os espaços que merece com sua qualidade, oferecer produtos com as cores locais, não somente com suas cópias sem criatividade de modelos norte-americanos (...)’. Essa tendência pode ser comprovada pela grade de programação da Rede Anhanguera, distribuída aos municípios do seu alcance, caracterizada por programas locais com apelo às regionalidades.

No caso dos telejornais dessa emissora, as sete praças - Itumbiara, Rio Verde, Catalão, Luziânia, Porangatu, Anápolis e Jataí - possuem um tempo de inserção em meio ao Jornal Anhanguera 1ª Edição e 2ª Edição. O tempo médio de inserção das praças durante o Jornal Anhanguera 1ª Edição é de cerca de 8 minutos, sendo que produzem esses programetes locais apenas as praças de Rio Verde, Luziânia, Anápolis e Itumbiara. Com relação às inserções no Jornal Anhanguera 2ª Edição, todas as praças produzem programetes, com média de seis minutos, que são exibidos na própria praça. O restante do tempo dos dois telejornais leva, a todas as praças, o que é produzido e gerado pela TV Anhanguera de Goiânia.

Temos no quadro 02 alguns dados complementares das emissoras que compõem a Rede Anhanguera de Televisão, bem como do município em que estão localizadas.

Quadro 02 – Dados complementares das emissoras da Rede Anhanguera em Goiás

<i>TV Anhanguera - Goiânia</i>	<i>Dados</i>
Municípios Cobertos	92
População Total	2.532.890
Domicílios com TV	691.963
Telespectadores Potenciais	2.318.187
População Goiânia	1.146.106
PIB Goiânia	R\$ 7.093.088.000,00



<i>TV Tocantins - Anápolis</i>	<i>Dados</i>
Municípios Cobertos	33
População Total	646.339
Domicílios com TV	173.259
Telespectadores Potenciais	575.225
População Anápolis	307.977
PIB Anápolis	R\$ 1.783.619.000,00
<i>TV Riviera – Rio Verde</i>	<i>Dados</i>
Municípios Cobertos	21
População Total	330.269
Domicílios com TV	91.002
Telespectadores Potenciais	297.743
População Rio Verde	124.753
PIB Rio Verde	R\$ 1.435.271.000,00
<i>TV Rio Vermelho - Luziânia</i>	<i>Dados</i>
Municípios Cobertos	9
População Total	735.170
Domicílios com TV	157.373
Telespectadores Potenciais	667.826
População Luziânia	173.138
PIB Luziânia	R\$ 745.806.000,00
<i>TV Rio Paranaíba - Itumbiara</i>	<i>Dados</i>
Municípios Cobertos	15
População Total	292.938
Domicílios com TV	83.966
Telespectadores Potenciais	269.099
População Itumbiara	84.947
PIB Itumbiara	R\$ 812.041.000,00
<i>TV Pirapitinga - Catalão</i>	<i>Dados</i>
Municípios Cobertos	13
População Total	152.350
Domicílios com TV	43.404
Telespectadores Potenciais	137.063



População Catalão	69.459
PIB Catalão	R\$ 1.097.156.000,00
<i>TV Rio do Ouro - Porangatu</i>	<i>Dados</i>
Municípios Cobertos	12
População Total	181.169
Domicílios com TV	47.126
Telespectadores Potenciais	152.513
População Porangatu	40.178
PIB Porangatu	R\$ 172.780.000,00
<i>TV Rio Claro - Jataí</i>	<i>Dados</i>
Municípios Cobertos	5
População Total	144.207
Domicílios com TV	38.536
Telespectadores Potenciais	131.217
População Jataí	82.025
PIB Jataí	R\$ 824.151.000,00

Fonte: Organização Jaime Câmara, Balanço Social 2004.

Programas Regionais da TV Anhanguera

A Rede Anhanguera de Televisão produz oito programas regionais, com perfis distintos, além dos programas religiosos que são *Santa Missa em Seu Lar* (aos domingos às 6h 05min); *Pelos Caminhos da Vida* (às segundas às 5h 38min); *Evangelho no Lar* (às terças às 5h 38min); *TV Vida* (às quartas às 5h 38min) e *Hora do Ângelus* (diariamente às 17h 45min). Os programas são assim caracterizados:

Bom Dia Goiás - É um telejornal diário, exibido ao vivo de segunda a sexta-feira, com duração de 45 minutos. Tem início às 6h 30min e termina às 7h 15min, antes do Bom Dia Brasil, que é um telejornal matinal gerado pela Rede Globo às suas emissoras afiliadas em todo País.

Frutos da Terra - É apresentado pelo publicitário Hamilton Carneiro e vai ao ar todos os sábados às 8h. É totalmente voltado às questões regionais, com destaque para a música, culinária, dança, folclore, artesanato e outras manifestações artístico-culturais goianas. Está no ar há mais de 20 anos.



Jornal Anhanguera 1ª Edição - É exibido de segunda a sexta às 12h e aos sábados, das 12h 15min às 12h 45min. Nos últimos anos passou por algumas reformulações, dando mais ênfase à participação da população. Comumente, o Jornal Anhanguera 1ª Edição utiliza três links da cidade e abre espaço para o interior. Outro recurso bastante utilizado é o helicóptero, que possibilita a transmissão, em tempo real, de fatos da cidade. Nos últimos anos, verificou-se, com certa frequência, mudanças dos apresentadores desse telejornal, o que, de certa forma, despersionaliza o programa.

Jornal Anhanguera 2ª Edição - O telejornal da 2ª Edição segue o mesmo perfil que o do horário do almoço, só que com um diferencial: o apresentador é o mesmo há uma década, o jornalista Jackson Abrão, que também é editor-chefe do Programa. Vai ao ar às 18h 55min, de segunda a sábado, trazendo um resumo das notícias do dia e outras reportagens inéditas. É o telejornal de maior participação de audiência da TV Anhanguera, comprovada por pesquisas, conforme veremos adiante.

Globo Esporte - É exibido de segunda a sábado, após o Jornal Anhanguera 1ª Edição e antes do Globo Esporte Nacional. Tem sete minutos de duração e acompanha o perfil do Globo Esporte Nacional, produzido pela Rede Globo e gerado para todas as afiliadas. Tem como foco os eventos e notícias esportivas.

Jornal do Campo - Apresenta em sua história um dado marcante. Foi exibido pela primeira vez em 1979 e serviu de base para que a Rede Globo criasse o Globo Rural. Ficou um período fora do ar, voltando a ser veiculado em 1993 e permanece até hoje. É exibido aos domingos, às 7h, com 28 minutos de duração. Apresenta reportagens especiais destinadas ao homem do campo, com cotações, cenários agrícolas, inovações tecnológicas, experiências de sucesso no ramo agropecuário e outras informações relevantes para o setor.

Tribo do Esporte - É exibido aos sábados, ao meio-dia, com reportagens sobre turismo, esportes radicais e outras práticas esportivas.

Raddar - O programa existe há cinco anos e é veiculado aos sábados, às 13h 45min. O Raddar é um programa inovador na televisão goiana, voltado aos jovens.

A Audiência dos Programas Locais

Em meio à globalização percebe-se um movimento de enaltecimento das regionalidades, com maiores investimentos sendo feitos pelas redes de televisão. A Rede Anhanguera de Televisão é uma mostra disso.

Sob o regionalismo, a questão nacional se recoloca em outro horizonte histórico e geográfico, compreendendo as suas implicações sociais, econômicas, políticas e culturais. A dinâmica do regionalismo não só interfere na dinâmica do nacionalismo como provoca novas manifestações deste. Põe em causa realidades nacionais e abre outras possibilidades de expressão destas realidades (Ianni, 2001, 110).

Uma característica da Rede Anhanguera de Televisão é a de exaltar a região, por meio da exibição de reportagens, além do desenvolvimento de projetos especiais que destaquem as regionalidades. Dentre os projetos podemos citar: Projeto Araguaia; Caminhada Ecológica; Projeto Raízes e Projeto Folclore (Fogaréu, Romaria do Muqué, Festa do Divino, Cavalhadas, Trindade Vive a Fé, Congadas).

Muitas das produções locais são exibidas em outros telejornais da Rede Globo. A exibição de produções locais em âmbito nacional contribui para o fortalecimento da região, com ênfase para a cultura, folclore e demais manifestações regionais. A busca por novos públicos e novas estratégias comerciais é fator determinante para investimentos em programas ou reformulação dos já existentes, sempre com um olhar na audiência.

Audiência é o conjunto de pessoas que estão sintonizadas em um determinado programa de Televisão. O índice de audiência é esse número relativizado, traduzido em percentual. Pode ser calculado para pessoas, televisores ou domicílios. Os índices de audiência mais utilizados pelo mercado são o domiciliar (domicílios) e o individual (pessoas) (Manual Básico de Mídia, 2005).

Os líderes de audiência da Rede são os telejornais locais. O quadro 03 traz a audiência dos telejornais da Rede Globo e da Rede Anhanguera de Televisão: em 1º lugar o Jornal Nacional com 48 pontos de audiência; Jornal Anhanguera 2ª Edição com 39 pontos, ficando em 2º lugar; em 3º lugar aparece o Globo Notícia Vespertino, com 21 pontos de audiência; em 4º lugar está o Jornal Anhanguera 1ª Edição, com 20 pontos; em 5º lugar tem-se o Jornal Hoje seguido pelos outros telejornais (Globo Notícia Matutino - 6º lugar com 12 pontos -; Jornal da Globo - 7º lugar, com 10 pontos de audiência -; Bom Dia Brasil - 8º lugar com 8 pontos - e Bom Dia Goiás, em 9º lugar com 6 pontos de audiência). Ao tomar-se como referência apenas esse resumo do Ibope, percebe-se que dois telejornais locais aparecem em 2º e em 4º lugares, ficando, portanto, entre os cinco telejornais líderes de audiência em Goiânia.



O quadro 03 também apresenta os valores por cada inserção de 30 segundos, em caráter comercial, o que mostra a relação entre a liderança de audiência e os valores cobrados pela Rede Anhanguera de Televisão pelas inserções. O valor da inserção de 30 segundos para o Jornal Anhanguera 2ª Edição é de R\$ 3.725,00 (três mil setecentos e vinte e cinco reais) e para o Jornal Anhanguera 1ª Edição é de R\$ 1.884,00 (mil oitocentos e oitenta e quatro reais).

Quadro 03 – Resumo do Ibope em Goiânia em Agosto de 2005

Total de domicílios pesquisados: 343.500

Custos

Fonte: Ibope - de 21 a 27 de agosto de 2005

Rede	Programa	Horário	Dados Individuais						POR INSERÇÃO DE 30" (R\$)
			Domiciliar		Dom.Sint.	Telesp.			
			Aud.	Part		Aud.	Part.	Telesp.	
Glo	Bom dia Brasil	07:14	8	61	27.220	3	60	42.350	572,00
Glo	Bom dia Goiás	06:29	6	68	19.600	2	67	30.380	383,00
Glo	Globo Notícia Matutino	09:32	12	46	42.020	5	47	64.730	-
Glo	Globo Notícia Vespertino	16:55	21	64	72.570	11	64	142.830	-
Glo	Jornal Anhanguera 1º Edição	12:01	20	51	67.720	9	51	115.540	1.884,00
Glo	Jornal Anhanguera 2º Edição	18:53	39	74	135.060	23	75	299.880	3.725,00
Glo	Jornal da Globo	23:54	10	70	34.270	4	68	51.180	806,00
Glo	Jornal Hoje	13:14	19	54	66.110	8	55	108.340	1.884,00
Glo	Jornal Nacional	20:16	48	76	166.440	30	77	392.280	5.813,00

Fonte: IBOPE. Resumo Pesquisa de Agosto de 2005. TV Anhanguera - Praça Goiânia.
<<http://goiasnet.globo.com/tvanhanguera/pesquisa/jornalismo1.htm>> [Consulta: 28/11/2005]



A mesma pesquisa do Ibope, traz o ranking dos programas alterados se analisarmos os 30 programas de maior audiência, incluindo outros programas além dos telejornais. Em 1º lugar temos a Novela III, com 55 pontos de audiência; em 2º o Jornal Nacional com 48 pontos; em 3º lugar o Horário Político Noturno, que também apresenta 48 pontos de audiência, mas menor share e número de domicílios. O Fantástico, programa dominical, surge em 4º lugar com 39 pontos de audiência, seguido pelo Jornal Anhanguera 2ª Edição em 5º lugar e com 39 pontos de audiência, share – ou participação - 74 e 135.060 domicílios. O Jornal Anhanguera 1ª Edição aparece em 30º lugar, com 20 pontos de audiência, share 51 e 67.720 domicílios. Pelo ranking dos 30 líderes de audiência, temos que o Jornal Anhanguera 2ª Edição está entre os cinco líderes de audiência em Goiânia, conforme quadro 04.

Quadro 04 – Os 30 programas de maior audiência em Goiânia (GO)

<i>Programas</i>	<i>Audiência</i>	<i>Share</i>	<i>NºDomicílios</i>
Novela III	55	85	187.260
Jornal Nacional	48	76	166.440
Horário Político Noturno	48	74	165.770
Fantástico	39	69	135.200
Jornal Anhanguera 2ª Edição	39	74	135.060
Futebol	39	78	134.460
Casseta e Planeta	39	73	133.640
Novela I	39	79	132.940
Novela II	39	69	132.750
Globo Repórter	37	79	125.490
A Grande Família	35	74	121.130
Zorra Total	34	83	118.110
Tela Quente	33	80	112.630
Futebol Vespertino	32	64	109.210
Automobilismo Matutino	27	68	94.350
Domingão do Faustão	27	56	92.570
Malhação	26	74	89.320
Temperatura Máxima	25	56	85.400
Auto Esporte	24	62	82.090



Show de Terça-Feira	24	65	80.720
A Turma do Didi	23	52	79.230
O Show de Domingo	23	66	77.490
Plantão Jornalismo Globo Vespertino	22	50	76.800
Globo Rural	21	69	73.410
Esporte Espetacular	21	51	72.960
Globo Notícia Vespertino	21	64	72.570
Globo Esporte	21	55	71.890
Vale a Pena Ver de Novo	20	61	69.330
Vídeo Show	20	55	68.560
Jornal Anhanguera 1ª Edição	20	51	67.720

Fonte: Jornal O Popular. Anúncio Colorido. Publicado em 21 de novembro de 2005, páginas 8 e 9.

Considerações Finais

Pelo apresentado nesse artigo pode-se inferir que há espaço para as produções locais em Goiás, conforme comprovação feita por pesquisas de audiência, que indicam ainda, uma certa predileção por parte do público pelos telejornais.

Na Rede Anhanguera de Televisão, os telejornais Jornal Anhanguera 1ª Edição e Jornal Anhanguera 2ª Edição são os programas que apresentam maior apelo comercial, com valores de inserções superiores a outros programas locais. Com investimentos, perseverança e foco no regional é possível alcançar posições de liderança de audiência em meio à produção nacional, como vem obtendo a Rede Anhanguera de Televisão.

A regionalização é uma tendência verificada em muitas redes de televisão e a globalização não anula esse processo, mas funciona como um paralelo para o movimento de produções locais. Isso também tem relação com a riqueza do interior, uma vez que os indicadores mostram que, além da capital, muitos municípios interioranos são fortes expoentes econômicos, abrindo possibilidades novas às emissoras em termos de faturamento de seus espaços comerciais e para busca de novos anunciantes, como tem ocorrido com a Rede Anhanguera de Televisão em Goiás.



Referências bibliográficas

AMARAL, Roberto. *“Imprensa e controle da opinião pública (informação e representação no mundo globalizado)”*. In Motta, Luiz Gonzaga (org.) *Imprensa e Poder*. Brasília: Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

ANATEL. *SISCOM – Informação, Serviços e Comunicação de Massa. Relatórios de Outorgas de TV*. <<http://sistemas.anatel.gov.br/siscom/consulta/default.asp>> [Consulta: 12 de dezembro de 2005]

_____. *SRD – Sistema de Controle de Radiodifusão*. Relatório. <<http://sistemas.anatel.gov.br/SRD/Relatorios/TV/Tela.asp>> [Consulta: 12 de dezembro de 2005]

_____. *Ancilares de TV*. <<http://www.anatel.gov.br/RadioDifusao/Ancilares/default.asp?CodArea=29&CodTemplate=559>> [Consulta: 29 de novembro de 2005]

BONASIO, Valter. *Televisão: Manual de Produção & Direção*. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2002.

CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CUNHA, Paulo José. *“Televisão e poder no Brasil”*. In Motta, Luiz Gonzaga (org.) *Imprensa e Poder*. Brasília: Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Aurélio Século XXI – O Dicionário da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

IANNI, Octavio. *A era do globalismo*. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 2001.

_____. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

IBOPE. *Resumo pesquisa de Agosto de 2005*. TV Anhanguera. Praça Goiânia. <<http://goiasnet.globo.com/tvanhanguera/pesquisa/jornalismo1.htm>> [Consulta: 28 de novembro de 2005].

JORNAL O POPULAR. *Anúncio Colorido*. Goiás: Goiânia. Publicado em 21 de novembro de 2005.



MATTOS, Laura. *Festa do Interior*. Folha de São Paulo (14/01/03). <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/asp1501200396.htm>> [Consulta: 05 de dezembro de 2005].

ORGANIZAÇÃO JAIME CÂMARA. *Balanço Social 2004*. Goiânia, Goiás

REBOUÇAS, Edgard. “Desafios da televisão brasileira na Era da Diversificação”. In Mattos, Sérgio (org.). *A televisão na era da globalização*. Salvador: Edições Ianamá - São Paulo: INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação/GT Televisão, 1999.

REDE GLOBO. *Dicionário de Mídia*. – SUCOM. <<http://sucom.redeglobo.com.br/flash/publicacoes/index2.htm?dicionario>> [Consulta: 28 de novembro de 2005]

_____. *Manual Básico de Mídia*. Publicações. <<http://sucom.redeglobo.com.br/flash/publicacoes/flash.htm>> [Consulta: 28 de novembro de 2005].