

TERRITÓRIO DAS TELAS: A PRODUÇÃO AUDIOVISUAL TELEVISIVA NA FORMAÇÃO SOCIOESPACIAL BRASILEIRA

Thiago Muniz Garcia ¹

RESUMO

Este trabalho traz reflexões oriundas de pesquisa em andamento que objetiva efetuar uma análise crítica e periodização da relação televisão e território, entendendo-a como constituinte à formação socioespacial brasileira, difusora cultural-ideológica, tendo sua expansão concatenada às transformações no modo de produção capitalista. Apontamos levantamento de diferentes períodos e agentes econômicos que constituíram o ramo televisivo, observando as relações entre as transformações tecnológicas, econômicas, culturais e os processos políticos de concessão do espaço eletromagnético para radiodifusão e da viabilização técnica, promovidos pelo Estado, que permitiram sua expansão por todo território nacional.

Palavras-chave: Geografia da comunicação; Televisão, Periodização, Sistema de objetos, Tecnosfera.

RESUMEN

Este trabajo presenta reflexiones derivadas de una investigación en curso que busca realizar un análisis crítico y una periodización de la relación entre la televisión y el territorio, entendiéndola como parte integrante de la formación socioespacial brasileña, un difusor cultural e ideológico, cuya expansión está vinculada a las transformaciones del modo de producción capitalista. Se propone un análisis de los diferentes periodos y agentes económicos que conformaron el sector televisivo, observando las relaciones entre las transformaciones tecnológicas, económicas y culturales, y los procesos políticos de concesión de espacio electromagnético para la radiodifusión y la viabilidad técnica, promovida por el Estado, que permitió su expansión en todo el territorio nacional.

Palabras clave: Geografía de la comunicación; Televisión; Periodización; Sistema de objetos; Tecnosfera.

INTRODUÇÃO

Esta trabalho faz parte de pesquisa em andamento que objetiva contribuir nos debates concernentes aos campos da Geografia e da Comunicação, propondo analisar o ramo da produção audiovisual televisiva como agente e constituinte à formação socioespacial brasileira, expressos na ocupação e uso do espaço, tendo sua expansão concatenada às

¹Graduação em Linguística pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas; Especialização em Comunicação Digital pela Escola de Comunicações e Artes; Mestrado em andamento pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana, da Universidade de São Paulo, tmgthiago@usp.br.

transformações no modo de produção capitalista do final do período fordista, passando pela ascensão de um modelo de acumulação flexível, sustentada por preceitos econômicos neoliberais, culturais e estéticos da contemporaneidade.

Por produção televisiva ou televisão², nos referimos ao formato de conteúdo, na forma de programas de entretenimento e jornalismo, novelas, séries, entre outros, que hoje se difundem não apenas pelo sinal aberto, cabo ou satélite, mas também pelas plataformas de streaming, plataformas de vídeo online, aplicativos e outras.

A expressão espacial da televisão se dá tanto no âmbito invisível - o espectro eletromagnético por onde os sinais de rádio transportam a informação - como materializado na forma de grandes estúdios de produção, antenas, câmeras, torres, satélites e uma miríade de objetos e sistemas técnicos que se sucedem na esteira dos avanços tecnológicos e à satisfação das necessidades empresariais e governamentais de seu tempo.

Desde a produção do conteúdo informacional - entretenimento e jornalismo - da concepção da ideia e planejamento até a realização da produção midiática, gravação, distribuição e recepção, os conglomerados midiáticos necessitam de uma articulação elaborada entre diversos agentes, em uma trama reticular amplamente capilarizada sobre o território brasileiro, em uma dinâmica industrial de produção audiovisual. Por essa razão, entendemos o ramo de televisivo também como um circuito espacial produtivo, que mobiliza agentes presentes na pré-produção, etapa de produção de informações que precede a produção audiovisual tais como: serviços advocatícios, consultorias, financiamento, pesquisas, planejamento e publicidade - passando pela compra e venda de conteúdos audiovisuais para outras grandes produtoras - chegando às empresas que produzem os objetos técnicos que permitem a execução de filmagens, gravação, edição, transmissão e recepção das imagens.

Atualmente, o mercado de produção audiovisual para consumo doméstico, abastecido pela "indústria da produção de imagens" (HARVEY, 1989), requer o aporte de grandes capitais para fazer frente aos conglomerados globais detentores de plataformas de acesso a Internet que monopolizam o acesso à rede e se utilizam de tal dependência para impor seu conteúdo de entretenimento e noticioso. O poder econômico fortemente concentrado nessas corporações lhes tem conferido “um inédito poder político de ação sobre o território”, como aponta ANTAS JUNIOR (2005), pois o próprio Estado e suas instâncias que detêm o papel de agente regulador, concessionário e fiscalizador, mesmo “fundado sempre na noção de

² Sobre a concepção de televisão na atualidade, elaboramos mais detidamente em GARCIA (2023), baseados na compreensão de BOLAÑOS (2022); LOPES (2023) e HAMBURGUER (2022).

soberania, revela-se, em certos casos, frágil, assumindo, no limite, uma função associativa, revestida de ações indicativas e sugestivas, em vez de ordenar e/ou proibir” (p. 170).

Ainda que este poder, como lembra o autor, fosse “inimaginável há quarenta anos atrás” (2001), a via publicitária, desde os primórdios de suas operações, empregou vultosos financiamentos em setores de comunicação, sendo sintomático que os dois maiores jornais falados da história da comunicação brasileira - o "Repórter Esso", na Rádio Nacional e TV Tupi e o Jornal Nacional, na Rede Globo - tenham nomes das empresas que os patrocinaram - respectivamente a cia de petróleo e abastecimento Esso e o extinto Banco Nacional, reforçando nosso intuito de analisar a televisão como fator importante no processo político e econômico que nos trouxe até este momento.

O poder de difusão de conteúdo audiovisual da Rede Globo, por exemplo, buscou a excelência estética e técnica por meio das mais avançadas tecnologias, contando com ampla abrangência e capilaridade sobre o território nacional, desde os anos 1970 até o presente momento. Neste período, a Globo teve papel fundamental na difusão da informação - seja cultural, por meio dos programas de auditório, musicais e telenovelas - ou noticiosa, por meio de telejornais diários como Jornal Hoje e Nacional, documentais semanais como Fantástico e Globo Repórter - tendo importante papel ideológico, expressando a psicosfera e a tecnosfera de cada período do capitalismo no Brasil, de meados dos anos 1960 até a atualidade..

Compreendemos três principais aspectos de análise para o empreendimento televisivo. Primeiramente através do investimento estatal na instalação de ampla infraestrutura técnica - presente na concessão do espaço eletromagnético para transmissão de sinais, na construção de rede de transmissão por microondas, na articulação internacional para utilização de satélites e, por fim, no desenvolvimento, construção e lançamento dos próprios satélites brasileiros - além de toda a infraestrutura terrestre necessária para este fim. Em segundo lugar, pelo investimento privado, visivelmente presente na paisagem como torres de transmissão no alto de edifícios e morros, nos grandes estúdios de produção *broadcast* até as antenas de diversos tipos no telhado das residências. Seguindo a lógica empresarial estadunidense, a televisão no Brasil busca se viabilizar através de dinâmicas econômicas e de mercado - que implicam diretamente em todo o processo de realização televisiva que, sendo majoritariamente privado, reproduz as desigualdades econômicas e informacionais em seus conteúdos.

Em terceiro lugar, salientamos a ampla cooperação entre agentes públicos e privados - se desvelando na parceria entre conglomerados de comunicação nacionais e locais e entes governamentais como prefeituras, estados e governo federal, buscando expansão de cobertura e ampla capilarização na distribuição de sinais pelo território brasileiro, no financiamento de

produções e equipamentos, nas isenções tributárias sobre equipamentos importados, nos objetos técnicos que permitiram a expansão de sua recepção pelo país e maior elaboração técnica, agilidade na produção e difusão de informações, encurtando o tempo e o espaço.

Pretendemos analisar o ramo televisivo, detectando diferentes períodos e agentes econômicos que o constituem, tais como órgãos governamentais e supranacionais, permitindo a sua expansão por todo território nacional, levando a cada vez maior especialização técnica e aperfeiçoamento estético, de sua produção, de sua territorialização pelo espaço geográfico brasileiro na forma de um sistema de objetos e ações; e através dos aspectos ideológicos de seu conteúdo e seu potencial “soft power”, ou seja, como instrumento ideológico geopolítico.

Ademais, destacamos a importância que as produções audiovisuais e os objetos técnicos que permitem sua produção, transmissão e recepção, exercem em uma formação socioespacial, colaborando e constituindo-se como impulsionadores de transformações econômicas, políticas e sociais, incorporando verticalidades como as que se expressam no território brasileiro. Estruturam-se segundo sistemas e objetos técnico-científicos e informacionais de que fazem uso para a produção de uma psicosfera instrumental aos interesses dos agentes econômicos e políticos presentes em diferentes escalas.

METODOLOGIA

A partir da perspectiva metodológica e conceitual de Milton Santos, é possível compreender a formação socioespacial como um conjunto indissociável entre sistemas de objetos e de ações (1988, p. 86). Essa concepção se mostra uma ferramenta analítica para observar criticamente a comunicação de massa no território, destacando a importância das técnicas tanto no seu desenvolvimento quanto no uso social e político que delas se faz.

Milton Santos argumenta que a técnica não deve ser vista apenas como uma ferramenta neutra, mas como um elemento com sua própria trajetória e historicidade que, ao ser analisada ao longo do tempo, permite compreender o espaço como um fenômeno histórico. Com isso, torna-se possível elaborar uma geografia fundamentada em bases históricas, tanto do ponto de vista de sua gênese quanto de sua evolução, viabilizando uma abordagem epistemológica da geografia que não se restringe apenas à análise estática dos fenômenos espaciais, mas que os insere em um processo contínuo de transformação histórica.

Esta investigação busca fontes primárias e secundárias para construção de uma proposta de periodização na relação entre a geografia e a televisão. O recorte diacrônico nos permite examinar a formação dos conglomerados de comunicação no Brasil no ramo da

produção televisiva, dos processos de expansão de sua cobertura, de seus aperfeiçoamentos técnicos e sua influência territorial. A dimensão sincrônica, por sua vez, nos permite compreender as atuais estratégias empresariais do setor audiovisual para consumo doméstico: televisivo, internet / streaming e televisão paga em suas expressões no território, tendo como base a compreensão de Milton Santos quando afirma que: “o conhecimento dos sistemas técnicos sucessivos é essencial para o entendimento das diversas formas históricas de estruturação, funcionamento e articulação dos territórios (SANTOS, 2006, p. 171)

Os dados estão sendo consultados e coletados a partir de referencial bibliográfico, base de dados da Hemeroteca Nacional, de agências reguladoras, legislação, estatísticas e estudos especializados, captando informações não sistematizadas, permitindo a checagem de informações e fornecendo insights sobre as relações entre a televisão e o território.

Efetuamos levantamento de informações através de bibliografia, documentos, entrevistas, material jornalístico, publicitário, trabalhos acadêmicos e videografias que tematizam a televisão como veículo de produção de imagens e como base de produção ideológica no período técnico-científico-informacional.

O levantamento de dados secundários obtidos em bibliografias sobre a história das comunicações, da televisão e da formação dos conglomerados midiáticos no Brasil além de pesquisa em acervo de jornais entre as décadas de 1950 e 1990, nos possibilita cruzar dados relativos ao processo de expansão técnica executada pelo Estado sobre o território de modo a maximizar o alcance da comunicação e informação.

Sistematizamos as informações obtidas observando os veículos e tipos de produções realizadas pelos conglomerados midiáticos que atuam no ramo televisivo, levantando e descrevendo os elementos técnicos e normativos que conduziram a televisão como formato audiovisual de consumo doméstico que atravessa historicamente diversos meios de transmissão como radiodifusão pelo ar, aberta ou por assinatura, sinal digital e através de suportes físicos como filmes, fitas cassete, disco de vídeo digital, e via internet (streaming).

REFERENCIAL TEÓRICO

Quando Milton Santos define a formação socioespacial como um conjunto indissociável de Sistemas de Objetos e Sistemas de Ações, esse entendimento se mostra operacional para observação e análise crítica da comunicação em massa no território e deixando claro que o desenvolvimento das técnicas e o estabelecimento de seu uso são

essenciais para uma análise espacial que propõe uma contextualização histórica, uma periodização e uma leitura dos aspectos socioespaciais, como explica SANTOS (2008):

Cada técnica possui uma história e pode ser datada ao longo do tempo e, portanto, A técnica nos ajuda a historicizar, isto é, a considerar o espaço como fenômeno histórico a geografizar, isto é, a produzir uma geografia como ciência histórica. Assim, pode-se também produzir uma epistemologia geográfica de cunho historicista e genético, e não apenas historicista e analítico (p. 49).

Exemplificamos em GARCIA (2024), a partir da concepção de SANTOS (1996), que as produções audiovisuais exibidas pelas redes de televisão: “expressam também uma carga de aspectos ideológicos e simbólicos imbricados na estética, narrativa, trilha sonora e técnicas utilizadas, capazes de reproduzir elementos da *psicosfera* e da *tecnosfera* do recorte temporal a qual pertencem”. Para KAHIL (2010, p. 477), “a esfera técnica, mesmo como sistema de objetos técnicos, não poderia ter valor ou significado em si”. Psicosfera e tecnosfera são frutos do artifício, estando subordinados aos que impõem as mudanças. Quando apontamos a análise crítica e estudo do percurso histórico dos meios de comunicação de massa como essenciais para a melhor compreensão da sociedade em que vivemos, estamos falando de agentes que veiculam, através do conteúdo que produzem: “aspectos ideológicos, permitindo-nos a compreensão de fenômenos culturais, econômicos, políticos e sociais de um espaço e de um período de tempo, ou do *zeitgeist*, de uma época” (GARCIA, 2024, p.1).

ANTAS JUNIOR aponta a televisão como meio pelo qual perpetua-se “uma lógica de pensamento único na cultura, na política e na economia”, através da difusão da informação banal voltada ao consumo das grandes produções corporativas, que constituem a base da difusão das: “ideologias corporativas como terminal das redes globais, dirigidas a uma fração importante da população e perpetuando uma lógica de pensamento único na cultura, na política e na economia” (ANTAS JUNIOR, 2007, p.94).

Psicosfera e tecnosfera, sendo interdependentes, se manifestam no espaço por meio da interação entre a moderna tecnologia e valores sociais (SANTOS, 2006, p. 172). O advento das redes de transmissão por microondas e, posteriormente a transmissão via-satélite, são, por exemplo, a expressão da esfera técnica permitindo a realização de conteúdos como as telenovelas, os festivais de música popular brasileira, entre 1965 e 1968, ainda majoritariamente transmitidos através de videotapes que percorriam o Brasil.

A indissociabilidade de um conjunto de sistemas de objetos e de ações em sua relação dialética na formação do espaço geográfico a partir de seu movimento, seus usos e projetos, sendo um híbrido entre materialidades e ações sociais (ANTAS JR, 2005; PASTI, 2023), nos

conduziu à possibilidade de pensar como objeto de pesquisa a produção audiovisual televisiva a partir de uma abordagem econômica e espacial.

Entendemos que o interesse pelo estudo geográfico da televisão se revela na sua importância sociopolítica na formação socioespacial brasileira, visualizadas pelas múltiplas formas pelas quais se articulam como *sistemas de objetos e de ações*, na expressão de *verticalidades e horizontalidades*, na forma como sua constituição empresarial como produtor de conteúdo de entretenimento e noticioso para consumo em massa, na forma de um circuito espacial produtivo e na própria forma como percebemos o espaço relacionado à velocidade das pessoas, das coisas e das mensagens. Nesse sentido, Santos explica que o espaço distingue-se pelo grau de fluidez entre objetos e mensagens, tendo chegado atualmente a uma “contemporaneidade simultânea” a qual transforma-se as definições de lugares: “o lugar está em todo lugar, está dissolvido no mundo inteiro, graças a televisão, graças a instantaneidade. (2007, p. 75)

RESULTADOS E DISCUSSÃO - UMA PROPOSTA DE PERIODIZAÇÃO PARA O PROCESSO DE TERRITORIALIZAÇÃO DA TELEVISÃO

Desde seus primórdios, na década de 1940 na Europa e Estados Unidos e, 1950, no Brasil, a televisão se apresentou como um poderoso instrumento de disseminação ideológica tal como já eram o cinema e o rádio, sendo suas expressões no espaço geográfico de tal relevância, que demonstram a importância dos estudos na interface comunicação e geografia.

Ainda na década de 1940, o tema era tratado com atenção pelo governo de Getúlio Vargas no período autoritário, tendo inicialmente como modelo, a implantação da televisão na Alemanha, Estados Unidos e Inglaterra. A concessão das frequências para transmissão seria uma prerrogativa do governo federal, enquanto a viabilização técnica e conteúdo deixado a cargo de empresas privadas que demonstrassem condições de fazê-lo.

Na Inglaterra, Itália e Portugal a implantação da televisão foi totalmente operada pelo Estado, este também responsável pela produção de conteúdo e viabilização técnica por meio de emissoras públicas de televisão, respectivamente: BBC, RAI e RTP.

A televisão nos Estados Unidos já iniciara sua atividade em um circuito de conglomerados midiáticos possuidores da expertise e solidez financeira de uma forte indústria cinematográfica e técnica - produtoras audiovisuais, agências de notícia e jornais, companhias de produtos eletrônicos, grandes anunciantes etc. - influenciando fortemente desde a estética da produção até ao apelo comercial.

No Brasil, ainda que o Estado tenha promovido um regime de mercado, de iniciativa privada e pouca intervenção, as primeiras emissoras de televisão surgiram da iniciativa de empresários do ramo radiofônico que, sem o mesmo poder financeiro estadunidense, resultaram em um conteúdo produzido com precariedade técnica e improviso. A gravação em película, como já se fazia nos Estados Unidos e Europa, era financeiramente inviável, assim como uma rede técnica de transmissão naquele momento, o que faria a televisão dos anos 50 constituir-se em transmissões ao vivo, isoladas, restritas à São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Porto Alegre, com produções fragmentadas e praticamente sem registros em vídeo que tenham chegado a atualidade.

Ainda nos anos 50, a televisão já apresentava sinais de concentração em torno de poucos grupos empresariais. A dificuldade na produção, o alto preço dos equipamentos, a audiência ainda baixa em relação ao cinema e ao rádio colocava o novo veículo em posição de desconfiança no mercado publicitário. Diversas iniciativas foram sucumbindo às inúmeras dificuldades de produção, sendo gradativamente engolidas por grupos empresariais mais capitalizados, especialmente os Diários Associados que, já em 1960, possuía inúmeras emissoras de televisão pelo país, além de constituir repetidoras de sinal, inicialmente pelo interior de São Paulo (fig.1) e posteriormente por todo o território nacional.

A rápida evolução tecnológica nos anos 1960, marcada pela substituição do uso da válvula pelo transistor, viabilizou a mundialização da transmissão televisiva por meio de equipamentos de captação e gravação de imagens e sons de cada vez maior qualidade, das transmissões em cores e, posteriormente, pelas transmissões via-satélite, permitindo a globalização da produção midiática. Despontaram como as grandes beneficiárias destes avanços centrais de produção televisiva estadunidenses como as: American Broadcasting Company (ABC), a Columbia Broadcasting System (CBS) e a The National Broadcasting Company (NBC). Não apenas esses conglomerados, mas também as produtoras cinematográficas como a: 20th Century Fox, Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), Paramount Pictures, Universal Pictures e Warner Bros, gigantes da indústria cinematográfica beneficiadas pela abertura do mercado de televisão onde, após o lucro com as bilheterias, puderam obter lucros constantes com direitos de exibição e reprises de filmes exibidos na TV.

A partir da chegada dos primeiros equipamentos de videotape, a televisão brasileira pôde começar a se territorializar como grande veículo de comunicação de massa, já presente nas maiores cidades brasileiras, primeiramente na Região Concentrada e, em seguida, na região Centro-Oeste e Nordeste. Naquele momento, as transmissões simultâneas em rede eram experimentais e precárias, mas já ocorriam pontualmente como a transmissão da

inauguração de Brasília em 1960 pela TV Tupi, transmissões de jogos de futebol entre as cidades de Santos e São Paulo pela TV Record e espetáculos entre Rio e SP, entre Record e Tupi, que, a essa altura, competiam por quem alcançasse a maior distância de transmissão.

Figura 1: Mapa de cobertura do sinal das emissoras associadas.



Fonte: REVISTA DO RÁDIO (1959)

Em 1960, os Diários Associados eram o único grupo empresarial de comunicação com emissoras de televisão em diversas capitais em todas as regiões do território nacional. Não se podia falar ainda em uma rede nacional de televisão, pois estas emissoras produziam seu conteúdo e o veiculava localmente. A gravação dos programas em videotape permitiu que as produções pudessem ser exibidas nas emissoras do grupo em todo o Brasil. No entanto, essa dinâmica não se viabilizou imediatamente, em razão dos altos custos dos equipamentos, do alto custo das fitas em rolos de 2 polegadas, que gravavam apenas uma hora de imagem.

Todo este empreendimento ainda se mostrava financeiramente insustentável àquele momento, situação que só se alteraria com a entrada de grupos empresariais fortemente capitalizados, como o pertencente à família Simonsen, que inauguraram a TV Excelsior em São Paulo em 1960 e a inauguração da TV Globo do Rio de Janeiro pela família Marinho, proprietária do Jornal O Globo e da Rádio Globo.

Figura 2: Reportagem e publicidade ilustrando cobertura, por meio de transmissão ou videotapes.



Fonte: Revista Intervalo (1969, n. 354)

Até o final dos anos 1960, a televisão começaria a se estruturar como um circuito espacial produtivo, baseado em uma rede de infraestruturas técnicas, majoritariamente promovidas pelo Estado, assim como baseada em normativas regulatórias nacionais e internacionais que padronizam frequências de transmissão, formatos de exibição e cor, regras para concessão de uso do espectro eletromagnético, etc permitindo uma compreensão de como os fluxos de informação são produzidos, transmitidos e recebidos pelo território.

Podemos dizer que os circuitos espaciais de produção pressupõem a circulação de matéria (fluxos materiais) no encadeamento das instâncias geograficamente separadas da produção, distribuição, troca e consumo de determinado produto, num movimento permanente; os círculos de cooperação no espaço, por sua vez, tratam da comunicação, consubstanciada na transferência de capitais, ordens, informação (fluxos imateriais), garantindo os níveis de organização necessários para articular lugares e agentes (CASTILLO, FREDERICO, 2010, p. 464-465).

A década de 60 também marcou o estabelecimento dos produtos audiovisuais estrangeiros, especialmente estadunidenses, na grade de programação das emissoras brasileiras, na forma de filmes e seriados. Houve também uma especialização por meio de objetos técnicos que permitiriam maior dinamismo à produção e difusão da informação, assim como aprimoramento estético às produções. A partir de então, a cultura e ideologia estadunidense começava a ser imposta do cinema à televisão, influenciando comportamentos e colonizando o pensamento desde as capitais até as cidades médias do interior que, até então,

não estavam conectadas culturalmente às capitais. Em contrapartida, os musicais e as telenovelas brasileiras se consolidaram como grandes produtos culturais de massa nacionais.

Figura 3: Reportagem em tom publicitário anuncia a chegada da Rede Globo em Pernambuco.



Fonte: Diário de Pernambuco (1972, p. 12)

O período histórico do capitalismo de acumulação flexível e os aspectos culturais e estéticos da chamada ‘pós-modernidade’, consolidaram inúmeros espaços do mundo ocidental sob a mesma temporalidade sob hegemonia dos Estados Unidos. A grande crise vivida pelo capitalismo global, o rompimento do tratado de Bretton-Woods pelos Estados Unidos, as tensões da guerra-fria e o autoritarismo e violência que vivia o Brasil em plena ditadura, tornavam o controle da comunicação de massa como estratégico para o exercício de poder, possibilitando empreender um controle social ideológico, segundo RAFFESTIN (1993):

(...) quem procura tomar o poder se apropria pouco a pouco das redes de circulação e de comunicação: controle dos eixos rodoviários e ferroviários, controle das redes de alimentação de energia, controle das centrais telefônicas, das estações de rádio e televisão. (p. 213)

Os anos 1970 marcaram uma clivagem em aspectos econômicos, políticos e técnicos, marcando a passagem de uma economia capitalista-fordista-taylorista para uma expansão de um modelo de acumulação flexível-liberal, recrudescimento da repressão política e do moderno ao chamado pós-moderno no concernente a estética audiovisual. A implementação da rede de microondas e o uso do satélite Intelsat viabilizou a transmissão da chegada à Lua, da transmissão simultânea em rede do Jornal Nacional e da Copa do Mundo de 1970. A

Intelsat foi uma organização formada na década de 1960 por um grupo de países para a produção e lançamento de satélites de comunicação. Em território nacional, a Embratel viabilizou a rede de transmissão por microondas e promoveu estudos para aquisição de satélites para comunicação - década de 1970 - e, posteriormente, construção e lançamento dos satélites produzidos no Brasil - década de 1980.

Figura 4: Veículos de imprensa exaltam sua cobertura como demonstração de poder



Fonte: Revista Intervalo (1964) e (1977)

Os objetos técnicos que viabilizam a indústria audiovisual cada vez mais são mobilizados por ações, lógicas e sistemas alheios às realidades locais onde atuam ou a finalidades de interesse público, servindo a lógicas e agentes distantes e objetos que, no passado nos obedeciam, mas atualmente, como aponta SANTOS, seguem a lógicas distantes e alienantes, as quais suas intencionalidades e finalidades nos escapam:

Essa intencionalidade é mercantil, mas é, também, frequentemente simbólica. Aliás, para ser mercantil, frequentemente necessita ser simbólica antes. Quando nos dizem que as hidrelétricas vêm trazer, para o país e para uma região, a esperança de salvação da economia, da integração do mundo, a segurança do progresso, tudo isso são símbolos que nos permitem aceitar a racionalidade do objeto que, na realidade, vem exatamente destroçar a nossa relação com a natureza e impor relações desiguais. (SANTOS, 1996, p. 56)

Usando o exemplo de Milton Santos, fazemos um esforço comparativo substituindo a hidrelétrica pelo satélite que, para além de sua função em promover uma onipresença informacional e a cognoscibilidade planetária (SANTOS, 2009), foi também um signo importante de imposição de verticalidades, expressas por um discurso da totalidade da

técnica, da globalização e instantaneidade da informação, reafirmando a hegemonia de agentes empresariais e governamentais estrangeiros, que detinham a capacidade técnica de construí-lo, lançá-lo ao espaço e utilizar os seus serviços. Mattelart lembra como o satélite marcou "uma virada histórica" na década de 1970 aproximando simultaneamente "os mecanismos industriais que governam a produção da informação e da cultura de massa, e a dos desequilíbrios internacionais dos fluxos e dos intercâmbios". (2000, p. 110)

O planeta pode ser reorganizado de tal maneira que nenhum ponto fique isolado e, dessa forma, o espaço é perfeitamente dominado. O controle total do território é necessário para mobilizar os homens e os recursos, para preservar, de alguma forma, os trunfos nas áreas mais extensas possíveis. As grandes potências acionam estratégias horizontais para cobrir a maior superfície possível, no interior da qual tentam coletar o máximo de energia e de informação (p. 212).

Raffestin (1993) ainda aponta que "a comunicação atingiu o conjunto do espaço terrestre: basta um satélite e uma rede de pontos para transmitir toda informação desejada". A unicidade técnica torna-se instrumento de controle da comunicação em escala planetária.

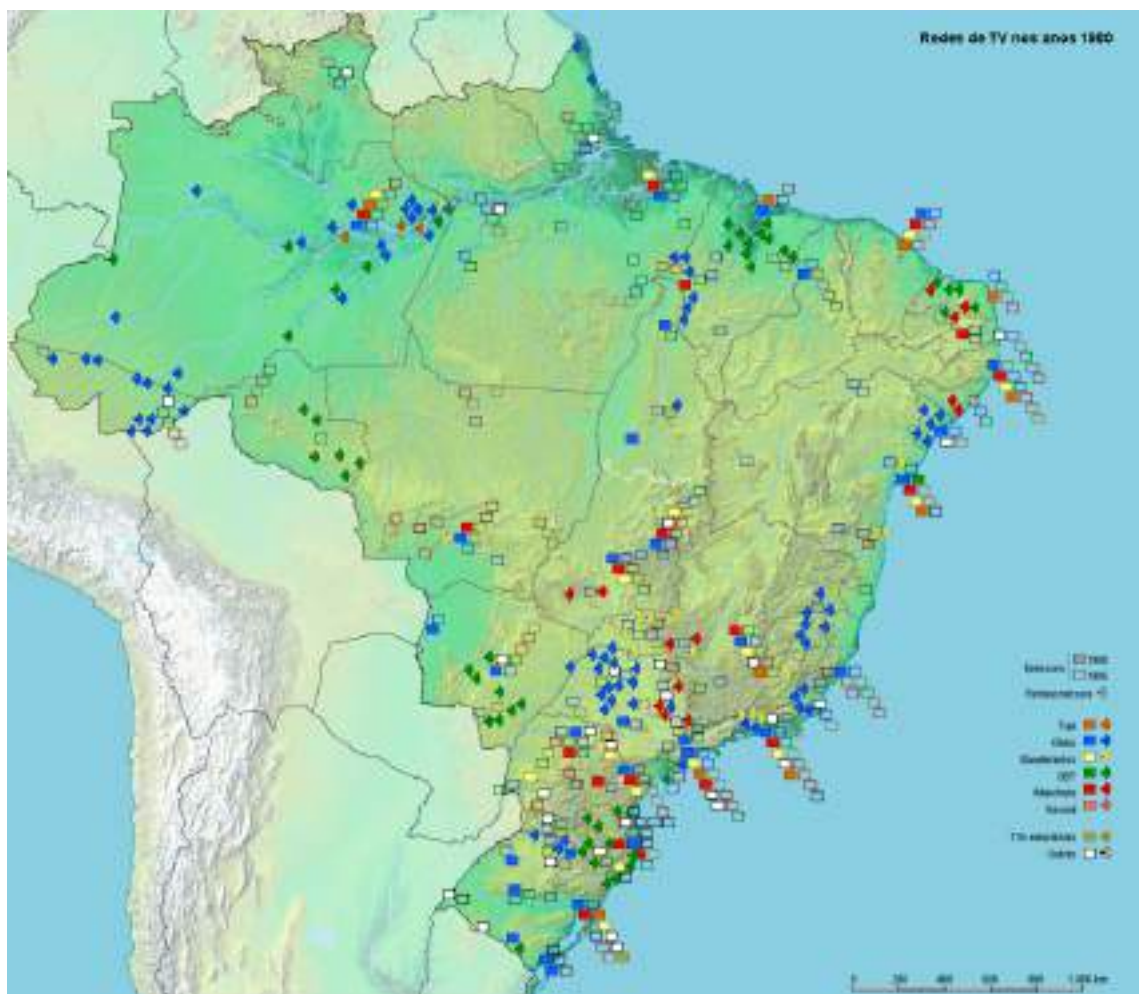
O governo militar empenhou-se na integração do território nacional por meio das comunicações, primeiramente nos anos 1970, através das redes de microondas, consolidada nos anos 1980 pelo uso da transmissão via-satélite.

A transmissão simultânea possibilitou que todo o país assistisse a mesma programação, o que terminou por consolidar as redes Globo e Tupi, que já transmitiam sua programação para todo o Brasil simultaneamente. Os 1970 marcaram a expansão e a grande capitalização das redes técnicas que permitiram o acesso a televisão por grande parte do território brasileiro assim como a entrada de agentes regionais na produção de conteúdo formando uma topologia influenciada pelos interesses econômicos e políticos.

No mapa produzido pela Fundação Getúlio Vargas podemos visualizar a grande diferença na cobertura de televisão no Brasil. A Região Concentrada conta com a sede das grandes redes, gerando conteúdo que será retransmitido em todo o país. Vemos também que as capitais possuem emissoras geradoras, no entanto isto ocorre apenas em horários específicos, respeitando contratos de afiliação que engessam a possibilidade de transmissão de conteúdo local. Nas franjas das regiões de ampla cobertura, as retransmissoras apenas reproduzem integralmente o sinal da rede sem conteúdo local, nem mesmo publicidade.

Todos os veículos de comunicação em massa procuram reafirmar sempre que possível o seu alcance espacial, poder informacional, e primor técnico, como ilustramos nas figuras 2, 3, 4 e 6.. É um mecanismo discursivo com intuito de reforçar seu lugar e valor junto a anunciantes e nos meios políticos e empresariais.

Figura 5: Cobertura das redes de televisão entre 1980 e 1995.



Fundação Getúlio Vargas (2002)

As emissoras de rádio e televisão por meio de sua própria programação, recursos sonoros e visuais e através de publicidade em outros veículos, impõem seu poder editorial, econômico e territorial.

Na medida em que a identidade depende cada vez mais de imagens, as réplicas seriais e repetitivas de identidade (individuais, corporativas, institucionais e políticas) passam a ser uma possibilidade e um problema bem reais. Por certo podemos vê-las agindo no campo da política, em que os fabricantes de imagens e a mídia assumem um papel mais poderoso na moldagem de identidades políticas. (HARVEY, 1989, p. 262)

As produções audiovisuais estadunidenses ganharam amplo espaço na televisão brasileira a partir dos anos 1970, assim como a sintonia com agências de notícias, algumas preexistentes desde o século XIX como a Associated Press (AP), Reuters, France Presse (AFP) e EFE, que durante o século XX controlaram entre 70% e 90% das notícias distribuídas

Figura 6: Publicidade das emissoras de TV enaltecem o seu alcance sobre o território



Fonte: Jornal do Brasil (1980, p. 6) e (1987, p. 28)

A territorialização das comunicações viabilizada pela transmissão por microondas e via-satélite, promovidas pelo Estado, marcou a entrada na terceira etapa na produção televisiva, permitindo o alcance em escala nacional e global em tempo real. Conduzida pela Embratel, foi constituída por equipamentos de ponta e altíssimo custo, produzidos por empresas estrangeiras como: NEC, RCA, Siemens e outras. A rede possibilitou o início das chamadas telefônicas de longa distância, a transmissão de dados e formação de uma rede nacional de televisão que viabilizou a exibição, por exemplo, do Jornal Nacional, a partir de 1969, da chegada à Lua e da Copa do Mundo de 1970, pela Globo, Tupi e, esporadicamente, os festivais de música da Record (GARCIA, 2024). Salientamos o papel do Estado como fundamental para a regulação, na implantação da infraestrutura técnica para cobertura nacional, na integração do Brasil ao projeto supranacional Intelsat e, posteriormente, o lançamento do próprio satélite - BrasilSat, em 1985.

A escala nacional de influência sobre o território se desvela pela ação de agentes midiáticos nacionais - como as redes de televisão: Globo, SBT, Record e Bandeirantes. Em um recorte vertical, as redes de televisão privadas nacionais se articulam com as grandes produtoras internacionais de entretenimento e com as agências de notícias do norte através do comércio de filmes, séries, programas de TV, direitos de produção de formatos e de conteúdo jornalístico.

Na escala regional chegamos aos agentes de poder locais, controlados majoritariamente por grupos empresariais menores - em relação aos nacionais, compondo as redes de televisão nacionais através do expediente da afiliação. Estas mídias locais, em inúmeros casos, controladas por oligarquias regionais representadas por empresas e políticos como a Rede Brasil Sul (Porto Alegre), TV Bahia (Salvador), TV Gazeta (Maceió), TV Mirante (São Luís), dentre outras pertencentes a grupos familiares que exercem forte poder local, respectivamente famílias: Sirotsky, Magalhães, Collor de Mello e Sarney. (INTERVOZES, 2008).

O satélite, para além de sua função em promover uma onipresença informacional e a cognoscibilidade planetária como aponta Milton Santos, foi também um signo importante de imposição de verticalidades, expressas por um discurso da totalidade da técnica, da globalização e instantaneidade da informação, reafirmando a hegemonia de agentes empresariais e governamentais estrangeiros, que detinham a capacidade técnica de construí-lo e lançá-lo ao espaço; relacionando-se diretamente com a quarta etapa, que se apresenta na introdução da microeletrônica para produção de efeitos visuais. HARVEY (1989), SANTOS (2006) e THOMPSON (1996) apontam para as potenciais transformações desse uso na

sociedade, construindo uma percepção de espaço-tempo flexível e mutável controlado por corporações globais de conteúdo audiovisual e tecnologia.

As etapas seguintes, até a constituição do cenário atual, apresenta eventos de fragmentação e hiper disponibilidade de conteúdos, consolidação de empresas globais de produção de conteúdo, plataformas e tecnologias, que nos coloca em um cenário de concentração econômica e de poder, além de uma série de efeitos ainda em andamento e estudo. Esse momento iniciou-se nos anos 1980, consolidando-se nos 1990, com a introdução de novos objetos técnicos que permitiram maior agilidade e diversificação na produção de conteúdo com introdução de câmeras de videotape portáteis em substituição às câmeras que necessitavam do suporte caro da película cinematográfica, revelação e edição linear, incorporando agilidade na produção e difusão da notícia, permitindo a entrada de produtoras independentes e possibilidade latente de aumento na produção comunitária e regional.

O lançamento do videocassete cria um novo mercado relativo à produção audiovisual em uma dinâmica que inaugura a quebra da linearidade no consumo em um movimento que chegaria a seu ápice com o streaming. A ampliação do uso da banda UHF gerou expectativa de diversificação no mercado de TV, aumento da produção independente, regional e comunitária, o que ocorreu timidamente, sendo mais utilizada como instrumento de poder econômico, político e religioso. A popularização das antenas parabólicas levou a televisão a um alcance efetivamente nacional, comparável somente ao rádio, incentivando mudanças mercadológicas e na paisagem das cidades interioranas.

Ademais, a regulamentação da transmissão por assinatura, via cabo, microondas ou satélite e a posterior privatização do sistema de telecomunicações, abriu o mercado brasileiro à entrada de conglomerados transnacionais com a oferta e distribuição de canais pagos.

Atualmente, o setor de produção audiovisual para consumo doméstico está em processo de reorganização comercial e técnica sob efeito da chegada os grandes agentes transnacionais de acesso à informação e difusão de conteúdo como plataformas de streaming, de difusão de conteúdo audiovisual e de busca de informações, redes sociais e aplicações de diversos gêneros. Resguardada por uma legislação que procurava manter os capitais estrangeiros fora do mercado de comunicação, os conglomerados transnacionais puderam acercar-se do mercado brasileiro através da televisão por assinatura, por meio de operadoras como Directv, Sky e formando joint ventures com empresas brasileiras de comunicação. Após a privatização do setor de telecomunicações nos anos 1990, os conglomerados de telecomunicações puderam apropriar-se da infraestrutura técnica já disponível e do amplo mercado consumidor brasileiro. As mudanças, como aponta COSTA (2022), podem ser

observadas em relação à convergência tecnológica, à internet e sua regulação, contribuindo com a concentração de mercados a partir da expansão de grupos transnacionais de telecomunicações, além de recentes fusões e acordos envolvendo o setor de audiovisual com atuação das chamadas Big-Techs.

Exemplos desses acordos e fusões se deram com a compra da Warner Media (Time Warner) pela AT&T, anunciada em 2016; aquisição da Fox, Marvel, Pixar e outros estúdios pela Disney, a partir de 2010 (...) e acordos envolvendo a rede de varejo Casas Bahia, no Brasil, com a Viacom CBS e Paramount, em 2021. Essas transformações remetem à concorrência no audiovisual com empresas que atuam na camada de conteúdo da internet, também conhecidos como serviços Over-the-Top (OTT) de vídeo streaming, como Netflix, Globo Play, Amazon Prime, Apple TV, Disney Plus, Star Plus, Paramount+, dentre outros (COSTA, 2022, p. 17)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscamos evidenciar a importância de se promover uma análise e discussão sobre os sistemas de objetos e ações relacionados à produção audiovisual, de modo a contribuir para compreensão de seus efeitos em eventos econômicos, políticos e socioculturais da contemporaneidade. As fontes jornalísticas que utilizamos possibilitaram constatar que a problematização em relação às novas técnicas foi recorrente, cada qual a seu tempo, conduzindo a articulação e complexificação da produção e da divisão do trabalho, das relações de agentes empresariais que orbitam a produção audiovisual e entes governamentais.

Nos produtos audiovisuais, podemos também depreender uma visão de mundo mediada pelos conglomerados midiáticos em relação a diferentes contextos culturais, econômicos, políticos e sociais em um comportamento orientado, situado e normatizado, o que permite estudar a televisão também como um sistema de ações.

Compreendemos a produção audiovisual televisiva como indissociável de um sistema de objetos técnicos necessários às etapas de planejamento, produção e difusão, viabilizada por equipamentos altamente tecnológicos, presentes nos estúdios, nos parques industriais de broadcast, na rede técnica de torres de transmissão, antenas e satélites empreendidos pelo Estado, até aparelhos que permitem a recepção dos sinais tais como smart TV, computadores, rede de banda larga e antenas. A sincronia entre a evolução tecnológica e as dinâmicas sociais e econômicas não se mostra aleatória, iluminando a forma como objetos técnicos que compõem o cotidiano moldam, de maneira sistêmica, interdependente e cada vez mais incisiva sobre uma formação socioespacial, transformando a maneira como a sociedade

experiencia e interpreta a sua própria realidade, ou seja, como uma totalidade que organiza a vida social (SANTOS, 2006).

REFERÊNCIAS

ANTAS JUNIOR, Ricardo Mendes. **“Território e Regulação - Espaço Geográfico, Fonte Material e Não-Formal Do Direito.”** São Paulo: Humanitas/Fapesp, 2005.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; SANTOS, Verlane Aragão. **A internacionalização das comunicações no Brasil: Rede Globo, Telefônica, Telmex e os mercados de telecomunicações, TV de massa e segmentada e TV digital terrestre.** Revista Eptic, v. 9, n. 2, maio/ago. 2007. Disponível em: <<https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/231/227>>. Acesso em: 13 de maio de 2025

BRASIL. **Constituição da República Federativa de 1988.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em 3 mai 2025.

BRASIL. Lei nº 8.977 de 6 de janeiro de 1995. **Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências.** Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8977.htm. Acesso em 03 de maio de 2025.

BRASIL. Lei no 12.485, de 12 de setembro de 2011. **Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado;** altera a Medida Provisória no 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nos 11.437, de 28 de dezembro de 2006, 5.070, de 7 de julho de 1966, 8.977, de 6 de janeiro de 1995

CASTILLO, Ricardo; BERTOLLO, Mait. **Mobilidade geográfica como direito social: uma discussão sobre o acesso à internet no campo brasileiro.** Revista da ANPEGE, 2022.

CASTILLO, R. A.; FREDERICO, S. **Espaço geográfico, produção e movimento: uma reflexão sobre o conceito de circuito espacial produtivo.** Sociedade & Natureza, Uberlândia, v. 22, n. 3, p. 461- 474, 2010

CASTILLO, Ricardo; SOUZA, Maria Adélia Aparecida de. **Sistemas Orbitais e Uso do Território: Integração eletrônica e conhecimento digital do território brasileiro.** 1999.

COSTA, Alcir; KEHL, Maria Rita; SIMÕES, Inimá;. **Um país no ar: história da TV brasileira em três canais.** SP; RJ: Brasiliense; Funarte, 1986.

COSTA, Ana Beatriz Lemos da. **Velhas e novas barreiras, novos e velhos atores: descompasso entre tecnologias e regulação das comunicações no Brasil.** 2022. 367 f., il. Tese (Doutorado em Comunicação) — Universidade de Brasília, Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.repositorio.unb.br/handle/10482/44582>. Acesso em: 14 set 2022

DANIEL FILHO, **O circo eletrônico.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

DIÁRIO DE PERNAMBUCO. Recife, 23 de abril 1972, p. 12.

DIÉGUES, Carlos. **Bye bye Brasil.** Produção de Luiz Carlos Barreto e Lucy Barreto. Embrafilme. Brasil, 1979, Globoplay, 105 min

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. **Atlas histórico do Brasil.** Disponível em: <https://atlas.fgv.br/marcos/governo-figueiredo-1979-1985/mapas/redes-de-tv-nos-anos-1980>. Acesso em 29 de fevereiro de 2024.

GARCIA, Ivan Jorge. **Comunicação e Globalização: o papel da notícia na dinâmica territorial – o caso Rede Globo** in Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina – 20 a 26 de março de 2005. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2005

GARCIA, Thiago Muniz. **Espaço e tempo na produção de imagens para televisão: Psicosfera e Tecnosfera em uma cronologia crítica dos objetos técnicos audiovisuais** in 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Balneário Camboriú, SC. Anais [recurso eletrônico]. São Paulo: Intercom, 2024.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo: Edições Loyola, 1989.

JAMESON, Frederic. **Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio**. Trad. bras. Maria Elisa Cevalco. São Paulo: Ática: 2000.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 27 de abril de 1980, p. 6.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, 20 de dezembro de 1987, p. 28

JURADO DA SILVA, Paulo Fernando. **Nas ondas da informação: interfaces entre o pensamento geográfico e a geografia econômica para o estudo das telecomunicações no Brasil**. Tese de doutoramento. Presidente Prudente: Unesp, 2014.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. A televisão, hoje. Ou, “A televisão morreu? Viva a televisão!”. Comunicação Século XXI, p. 311, 2023.

MATTELART, Armand. **A globalização da comunicação**. Florianópolis: Edusc, 2000.

NABARRO, Wagner; PASTI, André. **Fronteira e o território usado: contribuições da Geografia aos estudos de comunicação**. Fronteiras culturais e práticas comunicacionais. Campo Grande: Editora da UFMS, 2023.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **A informação no rádio**. São Paulo: Summus, 1985.

PASTI, André. Agências transnacionais de notícias e os círculos descendentes de informações no território brasileiro no período da globalização. **Geografias da Comunicação: espaço de observação de mídia e de culturas**. São Paulo: Intercom, p. 214-227, 2012.

REVISTA INTERVALO. São Paulo, n. 354, (s/d) 1969.

REVISTA INTERVALO. São Paulo, n. 100, 12 de dezembro 1964.

_____. **Técnica, espaço e tempo**. São Paulo: Hucitec, 1988

_____. Les nouveaux mondes de la géographie. **Encyclopédie de géographie. Economica**, 2ème éd, 1995.

_____. Os centros de comando das notícias e a rede urbana brasileira. **Boletim Campineiro de Geografia**, v. 8, n. 2, p. 271-290, 2018.

_____. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Edusp, 2006

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. O território brasileiro: do passado ao presente. **Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

SILVA, Adriana M. Bernardes da. **A metrópole de São Paulo e a produção da aceleração contemporânea**. In: Maria Adélia de Souza. (Org.). Território Brasileiro: usos e abusos. 2ed. Arapiraca: Eduneal, 2017, v. 1, p. 203-220

THOMPSON, J. B. A mídia e a modernidade 5. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.