

# A formação de um território audiovisual: a televisão via satélite nos EUA-América Latina

João Martins Ladeira

## **Introdução**

**N**o campo da comunicação muito se escreveu sobre a renovação sociocultural possível de observar como consequência das tecnologias da comunicação e da informação (Felinto, 2005; Lemos, 2002; Lévy, 1997). A possibilidade de instituir uma cultura digital com características decorrentes da difusão do uso de computadores conectados à internet ocupou o centro deste debate, fazendo crer que os impactos da digitalização se refeririam apenas aos novos meios. Deste ponto de vista, compreender o lugar deste processo na sociedade contemporânea pareceria tarefa difícil de realizar ao considerar outras mídias, entre elas, a televisão.

Para a televisão em sentido estrito, menos as dinâmicas de colaboração ou o aumento das oportunidades para a apropriação e a mixagem da cultura (Lemos, 2006) e mais as possibilidade de expandir a circulação de conteúdo audiovisual e de lhe oferecer alcance global se torna questão de fundo. A exposição sincronizada a produtos diversificados permite pensar em um público que se inter-relaciona de uma forma difícil de ocorrer através do modelo progressivo: o *broadcast* restrito às fronteiras nacionais. Estas oportunidades de ampliar a circulação de audiovisual envolvem o desenvolvimento de sistemas segmentados de televisão que dependem, exatamente, das tecnologias digitais.

Se o elo entre segmentação e digitalização não guarda os mesmos traços observados nas ferramentas de computação ligadas à web, sua importância não pode ser desprezada, contudo. Este artigo se debruça sobre produção, através da distribuição via satélite, de um território audiovisual conectando EUA e América Latina. Aqui, a

expectativa reside em compreender como a televisão global se organiza em uma região pontual, pouco estudada em comparação a outros casos (Curtin, 2007; Kraidy e Khalil, 2009; Sinclair e Turner, 2004), com algumas exceções (Fox, 1988; Sinclair, 1999).

Neste texto, busca-se entender a organização da indústria cultural, mantendo o foco não na discussão sobre o conteúdo difundido por tal indústria. De fato, o tema do conteúdo dos meios e dos processos midiáticos instituídos ao seu redor reuniu uma quantidade rica de visadas. A discussão sobre a recepção, com ênfase nas diferentes apreensões possíveis de realizar foi uma delas (Lopes, Borelli e Resende, 2002). A análise sobre a ideologia e a lógica de dominação se tornou igualmente capaz de receber intensa atenção (Hall, 1977). Outra perspectiva residiu na discussão sobre o relacionamento entre os sistemas de produção e seu público, com ênfase nas estratégias de midiaticização (Braga, 2006). Todavia, menos atenção se concentrou na organização da indústria cultural.

Este trabalho busca interpretar as relações sociais responsáveis por construir o ambiente no qual a produção destas expressões culturais se torna possível. Para isso, a ênfase nas relações entre estes empreendimentos produtivos se torna essencial. Através da análise de suas conexões, espera-se interpretar a lógica para o exercício de poder em consolidação em uma fase da modernidade contemporânea marcada pelo aumento da complexidade. Para isso, este texto se divide em três partes. Na primeira, discute-se, a partir da teoria social contemporânea, a relação entre a agência dos envolvidos na construção da vida social e as estruturas previamente ordenadas, influentes como um legado passado. Concentra-se, aqui, em um processo de transformação, entendendo como essencial a interação entre os agentes relevantes para a conexão entre os EUA e a América Latina.

As iniciativas originadas da América Latina ocupam a segunda seção, com ênfase nos personagens originados do México, especialmente Televisa, dada a sua importância. A tentativa, entre 1961 e 1987, de atuar nos EUA com investimentos no estado da arte em tecnologia criará os primeiros elos responsáveis por produzir alianças que, durante os anos 1990, organizarão as iniciativas de maior importância no processo. A terceira seção discute o caminho contrário: as experiências originadas nos EUA que, a partir do centro, partem para a América Latina. Aqui, News, Hughes e EchoStar, e suas repetidas interações entre 1990 e 2003, serão chave. Abordam-se as alianças de News e Hughes com diversos atores para a criação de Sky e DirecTV Latin America, culminando na fusão de ambas. A conclusão interpreta este processo, na tentativa de identificar os princípios importantes de tal cenário.

### **Agência, estrutura e a construção da televisão pós-broadcast**

Longe de ser a consequência direta apenas de certo conjunto de inovações técnicas, a televisão via satélite decorre de um processo social, ao longo do qual se

transforma em realidade a imagem de uma sociedade instantaneamente interconectada. Nesta parcela do desenvolvimento da televisão em sentido mais amplo, tal expectativa surge como força motriz para orientar a constituição, através da agência, do processo responsável por estruturar uma dada visão. A ordenação destes esforços, possível de envolver organizações e indivíduos, resulta em instituições, como ocorre com a forma social estabelecida para qualquer tecnologia (Williams, 1974). Considerando este panorama amplo, este texto se debruça sobre uma dimensão pontual deste processo: a organização de empreendimentos produtivos, em seu esforço de ordenar o universo de criação de riquezas, considerando-os essenciais para garantir a estrutura capaz de oferecer experiências culturais.

Na tentativa de relacionar o desenvolvimento da modernidade com a constituição da mídia, Thompson (1995) identificou, como cerne desta experiência com a cultura, a dinâmica de visibilidade pautada pelo escrutínio global. Questão cara à modernidade, diz respeito à oportunidade de visualizar o poder de uma forma difícil de perceber fora da experiência moderna. De outra perspectiva, Baudrillard (1977) identificou, como traço essencial da modernidade contemporânea, a expansão de simulacros. Nesta interpretação, a televisão se institui como parte do processo de transformação da cultura em um circuito autorreferenciado de significados, capaz de esconder uma estrutura de repressão de desejos que decorre da possibilidade de simulação contida em tais representações. Gitlin (2003), por exemplo, discordará de tal visada, insistindo na dimensão concreta deste sistema e enfatizando a ideia simmeliana da aventura controlada. Apesar da diferença de visadas, todas as discussões se concentram em um problema semelhante: a intensa difusão de imagens na sociedade contemporânea.

Contudo, compreender esta profusão de imagens implica em analisar as organizações responsáveis por ordenar este cenário. Afinal, as formas oferecidas à cultura, seja a difusão da visibilidade, seja o hiper-real, dependem de um sistema de comunicação globalizado. Aqui, deposita-se menos ênfase na experiência em si com a cultura e mais na tentativa de compreender a ordenação dos recursos produtivos possíveis de permitir tal experiência. Neste artigo, entende-se a organização da vida social, no que se refere às dinâmicas de criação de riqueza, como não determinada por forças estruturais. Evita-se a visão que enxerga as organizações responsáveis pela produção material como guiadas segundo forças supraindividuais responsáveis por determinar as relações, como faria supor o debate sobre alguma “lógica do capital” (Althusser e Balibar, 1970) possível de operar a despeito da agência humana. Aqui, concentra-se no processo de estruturação da vida social (Cohen, 1989; Giddens, 1979, 1984), como um movimento contínuo entre as interações travadas pelos agentes e a possibilidade de organização de uma totalidade estruturada como um sistema social.

Compreendem-se sistemas sociais como conjuntos ordenados de relações possíveis de ser retomadas ao longo do tempo e em espaços distintos daqueles em

que inicialmente ocorreram. Analisar a agência implica em perceber processos de transformação nesta ordem constituída. A capacidade de influenciar na organização prévia de um sistema, ou seja, a possibilidade de transformar determinado conjunto de relações, implica em poder. Parte essencial da agência, entende-se poder não como um traço negativo, responsável por impedir a plena manifestação de alguma capacidade inata; mas como um dado positivo, garantindo a oportunidade de alterar a vida social.

Assim, define-se estruturação como um processo contínuo de ordenação da realidade a partir de um movimento ininterrupto voltado a afirmar determinado estado de coisas, frente à oportunidade constante de, através da agência, transformar a vida social. Observar a ação de empreendimentos produtivos complexos, como a indústria cultural, implica em perceber organizações capazes de tomar parte na estruturação da própria modernidade contemporânea. A complexidade da indústria cultural, estabelecida a partir de alianças complexas, reflete uma especificidade do tempo presente. A fim de compreender este cenário, torna-se necessário concentrar atenção nas interações entre os agentes, considerando seu relacionamento como essencial.

Considera-se esta complexidade como especialmente visível naquilo que Castells (1996) definiu como redes, formas flexíveis constituídas a partir de vínculos abertos à conexão e desconexão. Na contemporaneidade, a estruturação da indústria cultural implica em laços entre organizações distintas, em vínculos tanto de competição quanto de colaboração. Estas redes entre parceiros permite atuar em múltiplos territórios (em alguns casos, simultaneamente), criando novos espaços de ação e se transformando em instrumentos renovados para o exercício de poder.

Nas redes em pauta, possuem importância as iniciativas que partem do México, especialmente aquelas conduzidas pela Televisa. De outro, contém relevância as ações da News. Contudo, se no primeiro caso se pode identificar um país a partir do qual as ações se desenrolam, no segundo, a questão se torna mais complexa. Originada na Austrália, as atividades de News se estendem para Ásia e Europa, tornando difícil identificá-la com um território específico. Baseado neste traço, Castells (2009) dirá que a News se afirma como um agente global. Hughes e EchoStar, organizações sediadas nos EUA, complementam tal complexidade. As alianças por eles constituídas participam de uma experiência mais complexa que a expansão, a partir de um país, para uma região. De fato, dizem respeito à oportunidade de conectar territórios distintos, produzindo, a partir da associação em rede, o espaço da televisão via satélite.

Os movimentos para produção deste espaço audiovisual decorrem de transformações anteriores, apropriadas por este projeto pontual. Satélites estiveram presentes na indústria cultural desde os anos 1960, no âmbito dos usos empreendidos pelas redes de *broadcast* em diferentes países. Sua importância reside na retransmissão de conteúdo para estações terrestres a fim de repassá-lo para canais afiliados. A partir

da década de 1970, não apenas as grandes redes, mas também as estações norte-americanas de pequeno porte transmitidas através do cabo usariam satélites como forma de difundir sinal. À medida que se intensifica o interesse na diversificação de oportunidades para difusão, imagina-se a chance de deixar de lado os custos contidos em estações terrestres, transmitindo dos satélites para as residências. Associada às tecnologias digitais de compressão, esta nova perspectiva inauguraria o serviço conhecido como Direct Broadcast System (DBS). Nos EUA, começa-se a distribuir autorizações legais na década de 1980 (Parsons, 2008), mas as relações sociais capazes de realizar tal empreendimento teriam de esperar até os anos 1990.

### ***Da América Latina para o centro: México e Televisa***

Na exploração internacional de satélites, a importância das ações empreendidas a partir do México decorre da habilidade de um empreendimento específico em se expandir para além das fronteiras deste país. Para isso, será essencial a concentração de propriedade típica à televisão mexicana, resultado de décadas de conexões entre os envolvidos. Entre a distribuição de autorizações e o começo de atividades, a televisão, lá, estreia entre 1949 e 1950. A concentração se inicia em 1955, com a fusão das operações então em atividade. O grupo formado, Telesistema Mexicano (TSM), vai ser comandado por duas famílias, Azcárraga e O’Farrill, capazes de manter sua influência pelas décadas seguintes. Em 1962, os Alemán, terceiro personagem a compor o eixo da televisão no México, associam-se à TSM. Em 1968, os últimos envolvidos entram em atividade: um dos maiores grupos industriais do México e um produtor de cinema. Repetindo o formato de TSM, ambos se fundem em 1970, criando a assim chamada Televisión Independiente de México (TIM). O passo decisivo para a concentração se torna a fusão entre TSM e TIM em 1972, dando início à Televisa (Fox, 1988).

A concentração oferece o poder de financiar a expansão internacional de Televisa. Explora-se a capacidade de criar conteúdo nas diversas oportunidades disponíveis para revender material em regiões nas quais se identifique população em língua espanhola. Esta reutilização permite revender muitas vezes o público para vários anunciantes. Para alcançar tal objetivo, mostra-se importante o investimento no estado da arte para tecnologia de distribuição que, aliada à intensa produção de conteúdo (com menor atenção a padrões de qualidade), torna-se o modelo de operação de Televisa (Sinclair, 1999).

Com base nesta lógica, Televisa vai rapidamente adotar o uso de satélites. No México, como em outros países, os investimentos estatais serão essenciais para permitir a expansão das atividades privadas. Lá, as transmissões através de tal tecnologia se iniciam em 1963. Em 1968, seu uso recebe impulso através da construção, pelo Estado, da infraestrutura para transmissão e recepção via satélite com foco em

telecomunicações, mas voltada também à difusão de sinais de televisão. Garante-se a conexão internacional do país em 1971 (Sánchez Ruiz, 1990).

A primeira oportunidade de expansão territorial tem os EUA como direção, país no qual Televisa busca participar de atividades de *broadcast* e de cabo voltadas a imigrantes mexicanos. O investimento para além da fronteira começa em 1961, com a compra de estações em cidades com presença hispânica. Conduzido pelos Azcárraga, o empreendimento se transforma em um grupo de nove estações, administradas a partir de um único empreendimento, identificado como SICC (Spanish International Communications Corporation).

Dada à proibição na legislação norte-americana sobre a propriedade de mais de 20% de serviços de *broadcast* por estrangeiros, a atuação dos Azcárraga se torna possível através da sociedade com três empresários locais. Relacionamentos então construídos serão centrais para os projetos internacionais futuros. Importante será o elo construído com Rene Anselmo, testa de ferro dos Azcárraga como presidente de SICC. Cidadão norte-americano, Anselmo mantém laços com Televisa desde 1954, quando havia trabalhado para a corporação durante uma longa estadia no México (Sinclair, 1999).

A programação de tais estações consistia de conteúdo produzido no México por Televisa e vendido para SICC através de outra empresa, SIN (Spanish International Network), sociedade entre Azcárraga e Anselmo, aproveitando-se de uma brecha legal. Afinal, as normas proibiam a propriedade de estações, mas não de redes para venda de conteúdo. A arrumação concedia intenso poder aos Azcárraga. A partir de 1976, reafirma-se esta influência através de uso de satélites para transmitir, além da fronteira, conteúdo criado por Televisa para SIN, redistribuído para as estações de SICC.

A conexão entre satélites, redes e estações proporcionava um fluxo de rendimentos partindo dos EUA para o México. Baseado na acusação de que tal poder prejudicaria os demais sócios, um dos norte-americanos ligados à SICC inicia, em 1976, uma ação judicial contra os Azcárraga. Em 1980, uma associação de proprietários de estações nos EUA apresenta outra queixa, desta vez a Federal Communication Commission (FCC), órgão regulador, solicitando a revogação das concessões devido a vantagens desleais proporcionadas pelo conteúdo de Televisa (Sánchez Ruiz, 1990).

As duas discussões resultam na decisão judicial sobre a obrigação de vender SICC e SIN. Mais uma vez, percebe-se o poder oferecido pelo controle de conteúdo. A decisão de Anselmo havia sido buscar formas de operar dentro da lei, mas os Azcárraga impõem a venda da estrutura em um formato capaz de impedir sua fragmentação, retirando o presidente de SICC do projeto. As estações e a rede seriam adquiridas por Hallmark Cards e First Chicago Investment em 1986 (SICC sells TV's for \$301.5 million, 1986).

No futuro, os Azcárraga voltariam a se envolver com as atividades de *broadcast* nos EUA (Moreno Esparza, 2011). Todavia, a cadeia de eventos decorrente da venda

de SICC/SIN obriga alguns envolvidos a buscar novas oportunidades. A partir de tal momento, Anselmo se volta à ideia de um sistema comercial de distribuição via satélite sediado nos EUA e com difusão para regiões além da fronteira nacional. A iniciativa recebe o nome de PanAmSat, um empreendimento capaz de tomar parte na transformação da ordem para o sistema internacional de tráfego através de satélites.

Em uma primeira fase da tecnologia, satélites são utilizados para ampliar a extensão do tráfego em telecomunicações, com a apropriação pela indústria cultural ocorrendo posteriormente. Para conectar vastas regiões, torna-se necessário um sistema internacional de diversos satélites inter-relacionados. A estrutura conhecida como Intelsat, instituída entre 1962 e 1964 como um consórcio de vários países, destina-se a cumprir esta função. Sua elaboração decorre da influência norte-americana. A lógica de conexão dos EUA a este sistema replica a fórmula cara às telecomunicações, institucionalizada no modo de operar da AT&T: a exploração de uma atividade chave por um único empreendimento privado, utilizando impedimentos legais como forma de fechá-la a outros possíveis participantes (Gershon, 1990).

Ao considerar a estabilidade por décadas do modelo adotado pela AT&T, pareceria difícil acreditar na possibilidade de reorganizá-lo. Compreender a chance de reformular estas relações implica em compreender as possibilidades da agência. Neste âmbito, os meios de comunicação se beneficiam de modificações mais amplas nas atividades de telecomunicações, utilizando-se de uma ação elaborada por empreendimentos produtivos externos à indústria cultural. No âmbito da desregulamentação das telecomunicações, processo encerrado em 1984, torna-se possível a iniciativas como PanAmSat negociar tráfego internacional, e não apenas nacional (Horwitz, 1991: 244-263, 229-230).

O plano de Anselmo prevê diversos satélites, como forma de prover distribuição global. Em 1988, o lançamento do primeiro permite a cobertura da região do Atlântico (Panamsat Launches into Asia-Pacific Market, 1994). O investimento necessário para a expansão posterior ocorre através da associação exatamente com Televisa, pela compra de 50% da PanAmSat em 1992 (Televisa to Invest in PanAmSat, 1992). Anselmo havia tentado algumas alternativas antes de recorrer à Televisa. Apenas após a busca insatisfatória por recursos junto a um conglomerado japonês e a uma corporação francesa, envolvida no lançamento de satélites, retoma-se o contato com a televisão mexicana (Andrews, 1994). A inversão viabiliza o lançamento, a partir de 1994, de outros satélites. Frente ao cenário, Televisa cogita a possibilidade de um serviço próprio de distribuição internacional, mas recua frente às estimativas de US\$ 750 milhões como os gastos necessários (Aerial combat, 1995).

Contudo, a partir de 1996 diversas transformações ocorreriam na organização de PanAmSat. Com a morte de Anselmo em 1995, e frente à necessidade de Televisa renegociar dívidas decorrentes da crise do México de 1994, surge a proposta de venda de PanAmSat. A operação iria fornecer garantia a um empréstimo com

um dos bancos credores do empreendimento mexicano (Sinclair, 1999). A compra, em 1996, seria realizada por Hughes (Landler, 1996), um dos principais fabricantes internacionais de satélites, propriedade da General Motors desde 1985 (Culliton, 1985). Em 1998, Televisa abandona completamente PanAmSat, com a venda do que ainda restava de sua participação a Hughes (Hughes Is Raising Stake in PanAmSat to 81%, 1998). Contudo, o empreendimento mexicano retomaria de outro modo a conexão com atividades internacionais de satélites.

Simultaneamente a estas interações, a expansão latino-americana da televisão ganha novo impulso através de outro projeto. Em datas muito próximas, duas operações distintas tentam estruturar, no território latino-americano, a distribuição de conteúdo através de satélites. Um deles vai ser o projeto conhecido como Sky Latin America, alinhado com a expansão de Televisa, mas não apenas dela. A atuação da Sky Latin American surge como uma rede anunciada em 11/1995 entre Globo, News, Televisa e TCI (Tele-Communications, Inc) (Murdoch and 3 Others Set Latin Satellite-TV Effort, 1995). No Brasil, o serviço estreia em 11/1996 (Possebon, 2009: 84) e, no México, em 12/1996, com a garantia de que Televisa se manteria distante do Brasil, enquanto a Globo permaneceria longe do México (Sutter, 1997).

Por sua vez, o projeto DirecTV Latin America, anunciado em 03/1995, organiza-se pela conexão entre Cisneros, Hughes, MVS Multivision e TVA (Industry Leaders Introduce DirecTV Latin America, 1995). Ambos surgem de trajetórias distintas: DirecTV decorre da tentativa de expandir a atuação de Hughes para além dos EUA; Sky, da dificuldade de News em entrar neste país. Assim, compreender a estruturação dos satélites nos EUA implica em discutir a atuação destes personagens no centro, tarefa da próxima seção.

### ***Do centro para a América Latina: News, Hughes, EchoStar***

O projeto organizado a partir dos EUA será de essencial importância para os desdobramentos futuros desta fração da mídia. Do centro da indústria cultural partem ações de personagens cujos atos vão produzir consequências para toda a região. Entre 1990 e 2003, três envolvidos, EchoStar, Hughes e News, encontram-se em momentos chave para estruturar a televisão via satélite.

Previamente, News havia constituído, em partes da Europa e Ásia, operações de satélites voltadas à venda para as residências sem intermediários, não mais restritas ao modelo de transmissão de conteúdo visando à redistribuição a partir de estações terrestres. O processo começa na Grã-Bretanha, entre 1989 e 1990 (Elowitz, 1991), através de um serviço conhecido como BSkyB (British Sky Broadcasting). O empreendimento se inicia a partir de um sistema de satélites sediado em Luxemburgo, um dos poucos países da Europa em que, na ocasião, a televisão operava dissociada das atividades concentradas no Estado (Humphreys, 1996). Com lógica semelhante,

News busca atuar na Ásia a partir da compra, em 1993, de Star TV, um serviço de satélites sediado em Hong Kong (Curtin, 2007).

Nos EUA, as oportunidades para o DBS surgem em 1990. Tais iniciativas partem de tentativas de aliança entre News e Hughes, na expectativa de constituir um projeto do qual fariam parte NBC e Cablevision Systems, um associado desta rede de *broadcast* para a programação em cabo. Dois fatores inviabilizariam o projeto. Por um lado, as redes de cabo, por considerarem o DBS um risco às suas atividades, impossibilitariam o acesso a conteúdo, propriedade por eles controlada. Por outro, as dívidas da News decorrentes dos investimentos nos sistemas de satélites na Europa e Ásia dificultariam sua participação, encerrando a aliança em 1991 (Eisenmann, 2000).

Após a desistência dos demais sócios, Hughes segue sozinha na tentativa de introduzir a televisão via satélite nos EUA. As dificuldades relativas ao acesso a conteúdo seriam solucionadas com a introdução de uma norma legal, o Cable Act de 1992, responsável por obrigar as corporações de cabo detentoras tanto de infraestrutura para transmissão quanto da propriedade sobre conteúdo a licenciar material. O lançamento do serviço ocorre em 1994, em uma atividade com o nome DirecTV (Parsons, 2008: 609-10).

O terceiro personagem, EchoStar, origina-se da venda e fabricação de receptores para satélites analógicos. Obtém licenças para DBS em 1989, mas inicia a venda de serviços apenas em 1995 (Parsons, 2008: 561, 611-3). Sua entrada na atividade envolve riscos significativos, possíveis de perceber no tipo de financiamento utilizado por EchoStar. Em 06/1994, negocia US\$ 335 milhões através de títulos podres, a ser pagos em 1999 no valor de US\$ 632 milhões (Higgins, 1994). A intensidade da entrada permite compreender diversas ações agressivas, capazes de reordenar os relacionamentos entre os dois agentes de maior dimensão.

A segunda tentativa de News entrar nos EUA ocorre através de uma aliança com MCI, um empreendimento de telecomunicações, em um projeto denominado ASkyB. Após, em 01/1996, obter licenças para a exploração de satélites, a MCI, frente aos investimentos estimados em US\$ 4 bilhões para o prosseguimento da operação, decide se retirar da atividade em 11/1996. Como consequência, News permanece com autorizações legais, mas sem parceiros na aliança necessária para a atividade. Em 02/1997, busca conexão com EchoStar, mas as negociações se encerram em 05/1997. Apesar da diferença frente a 1990, devido às normas legais possíveis de garantir a negociação de conteúdo, a aliança termina devido à pressão de associados da News em projetos no setor de programação, temendo a concorrência do DBS (Chenoweth, 2002: 183-199, 211-222). A atuação simultânea em diversas atividades, consequência da lógica de redes, torna possível resultados negativos em algumas conexões.

Para a News, uma nova tentativa de atuar nos EUA surge em 2000, frente à decisão da General Motors em pôr Hughes à venda. A discussão se inicia em 03/2000. O acordo se estende durante todo o ano de 2000 devido a negociações internas na

GM. Em 02/2001, a General Motors sinaliza a possibilidade de realizar a venda, mas as negociações seriam encerradas duas semanas depois. Enquanto isso, nos meses de 03/2001 e 04/2001, EchoStar negocia uma proposta de financiamento com dois bancos visando realizar sua oferta sobre Hughes, o que ocorre em 08/2001. Frente à manobra, News aponta 10/2001 como prazo final. A indecisão de General Motors, pedindo outra prorrogação, faz com que News se retire da negociação, oferecendo a possibilidade de compra por EchoStar. Contudo, Hughes e EchoStar eram ambos empreendimentos restritos às atividades de satélite, tornando possível ao órgão regulador, frente à intensa campanha política de News, impedir o acordo em 10/2002 (Chenoweth, 2002: 9-11, 14-29), argumentando sobre a defesa do interesse público (FCC, 2002).

Em 2003, retoma-se a relação entre News e DirecTV, com a compra de 34% de Hughes (FCC, 2003). Como consequência de atos no centro, a fusão das atividades na América Latina se inicia em 2004 (DirecTV to Consolidate Latin American Business, 2004). A organização de poder presente no acordo travado nos EUA implica na reorganização em um território descolado no espaço. No âmbito da concentração nos EUA, personagens de menor dimensão no Brasil e no México se desconectam da rede latino-americana. Em 10/1998, Multivisión já reduzira sua participação tanto na operação latino-americana quanto na do México (Latin American DTH share shuffling, 1998). Em 12/1998, TVA vende parte de sua participação no Brasil para Hughes e Cisneros e, em 1999, abandona o projeto, negociando o restante da associação no Brasil e sua quota na operação latino-americana, (Latin American DTH platform re-organises, 1999). Com o anúncio da fusão entre Sky e DirecTV para a América Latina, a Globo se retira da operação internacional (Possebon, 2009: 215). Ao final deste trajeto, tem-se estruturada a televisão via satélite nos EUA e América Latina. Posteriormente, certas transformações modificariam a rede. Contudo, 2004 marca a constituição de um período e o encerramento de um processo.

## **Conclusão**

Este artigo discutiu a contribuição proporcionada pela televisão via satélite para o processo de reorganização do audiovisual, no qual esta tecnologia ocupa papel importante. O DBS apresenta uma possibilidade, dentro do trajeto de segmentação da televisão, de rever o modelo de *broadcast*, estruturando tal meio como parte de uma sociedade global. Neste caso, manipulam-se traços previamente ordenados do sistema social do qual a indústria cultural toma parte. Tal reformulação implica no exercício da agência dos envolvidos. Enfatizar a interação entre tais atores opera como forma de deixar de lado a ideia de necessidades estruturais pelas quais o sistema seria compelido a funcionar.

Deste processo, podem-se identificar três princípios recorrentes. O primeiro se refere ao controle de conteúdo, e a forma como se exerce poder a partir das opor-

tunidades para dispor deste recurso. Tanto no projeto Sky quanto DirecTV, ponto alto deste movimento de estruturação, o controle de conteúdo repete experiências antigas, embora em roupagem mais complexa. Paradigmático da influência obtida pela conexão entre conteúdo e tecnologias de distribuição será o elo entre SICC e SIN. O poder dos Azcárraga reside em centralizar material, disponibilizando-o segundo seus interesses e, assim, enfraquecendo aqueles que a eles não se associam. Para o DBS, as alianças complexas entre Sky e DirecTV com sócios de menor porte dependem da forma como Cisneros, Globo, Televisa e Multivisión e, em menor dimensão, Abril, oferecem, para o empreendimento, conteúdo por eles controlado, repetindo tal dinâmica. A posse de material, as barreiras impostas ao seu uso e as alianças pautadas pela garantia de sua obtenção são traços visíveis durante a formação do território audiovisual EUA-América Latina.

O segundo princípio se refere às autorizações legais concedidas pelo Estado. Nos EUA, até 1984, permitia-se a exploração de satélites apenas no interior das fronteiras nacionais, resguardando a negociação internacional para Intelsat. Trata-se de uma barreira digna de nota para qualquer iniciativa. Reorganizá-la surge como questão de central importância. O caso envolve a possibilidade da indústria cultural se beneficiar de acontecimentos ligados não a ela, mas às atividades de telecomunicações. Aqui, percebe-se a consequência da convergência entre comunicação de massa e telecomunicações, importante não em termos de tecnologias inter-relacionadas, mas de consequências que, possíveis de observar numa atividade, vão ter desdobramentos para outra.

Tais licenças se tornam um recurso contraditório. Sem elas é impossível dar início a qualquer atividade ligada à televisão. Contudo, tais autorizações precisam ser coordenadas com o terceiro tópico: o financiamento. A necessidade de uma intensa quantidade de recursos se torna a principal razão das operações nos EUA adquirirem tamanha importância. Somente com os investimentos possíveis de realizar pelos empreendimentos ali localizados se pode tornar tais empreendimentos realidade. Fora da rede nenhum dos sócios latino-americanos teria a possibilidade de realizar esta tarefa. Principal eixo na diferença de poder nas redes, a possibilidade de suportar o peso destes investimentos obriga vários associados a abandonar a atividade. Para Abril e Globo, tais dificuldades se mostram centrais, desconectando-os do projeto.

A associação entre estas três dimensões – a obtenção de conteúdo, a garantia de autorizações, a possibilidade de financiamento – opera como princípio para as relações entre os agentes na constituição desta instância da vida social, exatamente em uma esfera em que se supõe a presença de forças estruturais. Presencia-se, na estruturação da televisão via satélite, a constituição da sociedade como um ato contínuo, formulada a partir de diversas interações, relacionada entre si ao longo de múltiplos encontros. O tipo de poder presente permite intervir em um espaço ter-

ritorial ampliado, criado pela conexão entre EUA e América Latina. Desdobramento relevante para a modernidade contemporânea, trata-se de um traço importante de compreender.

João Martins Ladeira

Professor da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)  
jldadeira@unisinos.br

Recebido em julho de 2014.

Aceito em setembro de 2014.

### Referências

- ALTHUSSER, Louis e BALIBAR, Étienne. *Para leer el capital*. México: Siglo Veintiuno, 1970.
- ANDREWS, Edmund L. Success with a Satellite Leads to a Space Network. *The New York Times*, 9 jul. 1994.
- BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.
- CASTELLS, Manuel. *Communication Power*. New York: Oxford University Press, 2009.
- \_\_\_\_\_. *The Rise of the Network Society*. 2. ed. Malden: Wiley-Blackwell, 1996.
- CHENOWETH, Neil. *Rupert Murdoch: The Untold Story of the World's Greatest Media Wizard*. New York: Crown Business, 2002.
- COHEN, Ira. *Structuration Theory: Anthony Giddens and the Constitution of Social Life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 1989.
- CULLITON, Barbara. GM buys Hughes for \$5 billion. *Science*, 1414, v. 228, p. 1414, 1985.
- CURTIN, Michael. *Playing to the World's Biggest Audience: The Globalization of Chinese Film and TV*. Berkeley: University of California Press, 2007.
- DIRECTV to Consolidate Latin American Business. *The New York Times*, 12 out. 2004. p. C9.
- EISENMANN, Thomas R. The U.S. Cable Television Industry, 1948-1995: Managerial Capitalism in Eclipse. *The Business History Review*, v. 74, n. 1, p. 1-40, 2000.
- ELLOWITZ, Howard. The roaring DBS receiver market. *Microwave Journal*, v. 34, n. 7, p. 24, 1991.
- FCC. *FCC Declines to Approve EchoStar-DirecTV Merger*. Washington, DC: Federal Communications Commission, 10 out. 2002. Disponível em: <[http://web.archive.org/web/20030315051126/http://www.fcc.gov/Daily\\_Releases/Daily\\_Business/2002/db1010/DOC-227263A1.doc](http://web.archive.org/web/20030315051126/http://www.fcc.gov/Daily_Releases/Daily_Business/2002/db1010/DOC-227263A1.doc)>. Acesso em: 28 ago. 2012.
- \_\_\_\_\_. *Public Notice FCC 03-328*. Washington, DC: Federal Communications Commission, 2003. Disponível em: <[http://hraunfoss.fcc.gov/edocs\\_public/attachmatch/FCC-03-328A1.doc](http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-03-328A1.doc)>. Acesso em: 2 set. 2012.
- FELINTO, Erick. *A religião das máquinas: ensaios sobre o imaginário da cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

FOX, Elizabeth (Org.). *Medios de comunicación y política en América Latina: la lucha por la democracia*. Barcelona: Gustavo Gili, 1988.

GERSHON, Richard. Global cooperation in an era of deregulation. *Telecommunications Policy*, v. 14, n. 3, p. 249–259, jun. 1990. Acesso em: 27 jan. 2014.

GIDDENS, Anthony. *A constituição da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 1984.

\_\_\_\_\_. *Central Problems in Social Theory: Action, Structure, and Contradiction in Social Analysis*. Berkeley: University of California Press, 1979.

GITLIN, Todd. *Media Unlimited*. New York: Routledge, 2003.

HALL, Stuart. The Hinterland of Science: Ideology and the “Sociology of Knowledge”. In: Centre for Contemporary Cultural Studies (Org.). *On Ideology*. London: Hutchinson & Co, 1977. p. 9–32.

HIGGINS, John. EchoStar nails \$335M in new DBS financing. *Multichannel News*, v. 15, n. 23, p. 4, 6 jun. 1994.

HORWITZ, Robert Britt. *The Irony of Regulatory Reform: The Deregulation of American Telecommunications*. New York: Oxford University Press, 1991.

HUGHES Is Raising Stake in PanAmSat to 81%. *The New York Times*, 2 maio 1998.

HUMPHREYS, Peter. *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester: Manchester University Press, 1996.

INDUSTRY LEADERS Introduce DirecTV Latin America. *PR Newswire*, 9 mar. 1995.

KRAIDY, Marwan e KHALIL, Joe. *Arab Television Industries*. London: British Film Institute, 2009.

LANDLER, Mark. Hughes Deal For Panamsat Is Reported To Be Complete. *The New York Times*, 20 set. 1996.

LATIN AMERICAN DTH platform re-organises. *Screen Digest*, London, jun. 1999.

\_\_\_\_\_. DTH share shuffling. *Screen Digest*, London, dez. 1998.

LATIN TUNES. *The Economist (US)*, v. 337, n. 7942, p. 64, 25 nov. 1995.

LE MOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LE MOS, André. Ciber-Cultura-Remix. In: CORREIA, Denize (Org.). *Imagem. (Ir) Realidade, comunicação e cibernética*. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 52–65.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1997.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Silvia Helena Simões e RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, telefuncionalidade*. São Paulo: Summus Editorial, 2002.

MORENO ESPARZA, Gabriel Alberto. Televisa and Univision, 50 years of media post-nationalism. *Global Media and Communication*, v. 7, n. 1, p. 62–68, 2011.

MURDOCH and 3 Others Set Latin Satellite-TV Effort. *The New York Times*, 21 nov. 1995.

PANAMSAT Launches into Asia-Pacific Market. *PR Newswire*, 8 jul. 1994.

PARSONS, Patrick. *Blue skies: a history of cable television*. Philadelphia: Temple University Press, 2008.

POSSEBON, Samuel. *TV por assinatura: 20 anos de evolução*. São Paulo: ABTA, 2009.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. Hacia una cronología de la televisión Mexicana. *Comunicación y Sociedad*, 235, n. 10-11, p. 235, set. 1990.

SICC sells TV's for \$301.5 million. *Broadcasting*, v. 111, p. 91, 28 jul. 1986.

SINCLAIR, John. *Latin American Television: A Global View*. New York: Oxford University Press, 1999.

SINCLAIR, John; TURNER, Graeme (Org.). *Contemporary world television*. London: British Film Institute, 2004.

SUTTER, Mary. Satcaster Sky taking flight in DTH race. *Variety*, v. 369, n. 5, p. 61, 8 dez. 1997.

TELEVISA to Invest in PanAmSat. *PR Newswire*, 18 dez. 1992.

THOMPSON, John. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1995.

WILLIAMS, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. London: Routledge, 1974.

## **Resumo**

Este artigo discute a estruturação da televisão via satélite, considerando-a como parte de movimentos de globalização do audiovisual. Busca-se compreender a forma através da qual empreendimentos diversos se coordenam para a conexão de dois territórios: EUA e América Latina. Foca-se na institucionalização da indústria cultural em uma fase da modernidade marcada pelo aumento da complexidade. Concentra-se atenção nas alianças constituídas entre os personagens envolvidos, pautadas por uma lógica de redes importante devido à capacidade oferecida para conexão e desconexão. Atenta-se não a supostos mecanismos estruturais possíveis de ordenar a vida social, mas ao processo constante de organização da realidade a partir do fluxo contínuo entre agência e estrutura.

## **Palavras-chave**

Estudos de televisão. Tecnologias da informação e da comunicação. América Latina.

## **Abstract**

The making of an audiovisual territory: satellite television in the US-Latin America

This article discusses the structuration of satellite television, considering it as an extension of the audiovisual globalization process. It tries to understand how diverse enterprises are coordinated aiming at the connection of two territories: the US and Latin America. The focus will be at the institutionalization of the cultural industry in a phase of modernity characterized by the enhancement of complexity. It will be specially considered the alliances constructed between the actors involved, guided by a network logic important due to the opportunities for connection and disconnection. Attention will be concentrated not at supposed structural mechanisms possible to ordinate social life, but at the constant process of the organization of reality towards the continual flux between action and structure.

## **Keywords**

Television studies. Communication and information technologies. Latin America.