



Sonia Virgínia Moreira
Jacqueline da Silva Deolindo

Autores da Geografia
na Comunicação
e da Comunicação
na Geografia



Editora Sulina

Conselho editorial

Alessandra Teixeira Primo – UFRGS
Álvaro Nunes Larangeira – REDE JIM
André Lemos – UFBA
André Parente – UFRJ
Cíntia Sanmartin Fernandes – UERJ
Claudia Attimonelli – UniBa – Bari
Cristiane Finger – PUCRS
Cristiane Freitas Gutfreind – PUCRS
Erick Felinto – UERJ
Issaaf Karhawi – UNIP
Jaqueline Moll – UFRGS
João Freire Filho – UFRJ
Juremir Machado da Silva – PUCRS
Luiz Mauricio Azevedo – UNICAMP
Marcelo Ikeda – UFC
Marcos Aurélio Felipe – UFRN
Maria Immacolata Vassallo de Lopes – USP
Maura Penna – UFPB
Micael Herschmann – UFRJ
Michel Maffesoli – Paris V
Moisés de Lemos Martins – Universidade do Minho
Muniz Sodré – UFRJ
Philippe Joron – Montpellier III
Renato Janine Ribeiro – USP
Rose de Melo Rocha – ESPM
Vincenzo Susca – Montpellier III
Vicente Molina Neto – UFRGS

Apoio



Sonia Virgínia Moreira
Jacqueline da Silva Deolindo

Autores da Geografia na Comunicação e da Comunicação na Geografia



Editora Sulina

Copyright © Autoras, 2024

Capa: Eduardo Miotto

Projeto gráfico e editoração: Cristiano Marques

Revisão: Simone Ceré

Editor: Luis Antonio Paim Gomes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária Responsável: Denise Mari de Andrade Souza – CRB 10/960

M839a Moreira, Sonia Virgínia

Autores da geografia na comunicação e da comunicação na geografia / Sonia Virgínia Moreira e Jacqueline da Silva Deolindo. -- Porto Alegre: Sulina, 2024.

ISBN: 978-65-5759-235-9 (Livro digital)

DOI: 10.29327/5644430

1. Geografia – História. 2. Jornalismo. 3. Comunicação Social. I. Deolindo, Jacqueline da Silva. II. Título.

CDU: 070

911

CDD: 301

Todos os direitos desta edição são reservados para:

EDITORASULINA LTDA.

Rua Leopoldo Bier, 644, 4º andar – Santana

CEP: 90620-100 – Porto Alegre/RS

Fone: (0xx51) 3110.9801

www.editorasulina.com.br

e-mail: sulina@editorasulina.com.br

Agosto/2025

Agradecimentos

Em primeiro lugar ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPGCOM UERJ, que, em agosto de 2023, abriu com recursos do PROAP/Capes o Edital Interno para Apoio a Publicação de Livro Integral 2023-2024. A comissão de avaliação, constituída pelos professores Cicilia Peruzzo, Cintia Sanmartin Fernandes e Erick Felinto, selecionou a proposta e nos deu a oportunidade de organizarmos este livro. Também agradecemos aos colegas do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação, da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom, pelas constantes trocas que nos fazem descobrir autores, conceitos, estudos e ideias. Vocês enriquecem nossa jornada.

Sumário

Apresentação

Parte I – Autores da Geografia na Comunicação

Introdução

Milton Santos: Fixos, fluxos, regiões e densidades no meio técnico-científico-comunicacional

Ana Fani Alessandri Carlos: A cidade, o lugar e o cotidiano mediado

Roberto Lobato Corrêa: Redes geográficas, cidades pequenas, o urbano e o rural

Peter J. Taylor: Fluxos centrais, conexão entre cidades globais de mídia e externalidades urbanas

João Baptista Ferreira de Mello: O geógrafo caminhante – história, geografia e música na cidade do Rio de Janeiro

André Buonani Pasti: Concentração e democratização da mídia no território usado

Parte II – Autores da Comunicação na Geografia

Introdução

José Marques de Melo: Bússolas para a dinâmica interdisciplinar Comunicação-Geografia

Anamaria Fadul: Escalas na indústria de mídia: dos aportes internacionais aos estudos regionais

Mike Gasher: Geografias do jornalismo e geografia das notícias

Sonia Aguiar: Territórios, escalas e regionalização do jornalismo

Paulo Celso da Silva: *Smart cities*, comunicação e tecnologia

Parte III – Cartografando uma agenda de estudos no presente e para o futuro

Introdução

Autores fundantes do campo interdisciplinar das Geografias da Comunicação: Uma incursão pelas pesquisas brasileiras

Os princípios do método geográfico: Contribuições para os estudos de Comunicação

Sobre as autoras

Apresentação

Os estudos e pesquisas no campo das Geografias da Comunicação começam a se organizar no Brasil a partir de 2008, com a criação do Grupo de Pesquisa no CNPq, e em 2009, na primeira reunião do GP Geografias da Comunicação em congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e as subsequentes reuniões anuais que avançaram no entrecruzamento das duas áreas. A sistematização dos estudos abriu para comunicólogos, geógrafos e cientistas sociais o acervo do conhecimento produzido nas variáveis da dimensão espacial da Comunicação e da produção simbólica da dimensão comunicacional do espaço geográfico. Melo (2014), ao repassar o itinerário das Geografias da Comunicação no Brasil, dizia que até então “os estudos geográficos e as pesquisas comunicacionais estiveram de costas. Mas hoje não podem ignorar-se” (p. 9).

Na Comunicação, os trabalhos harmonizados com a Geografia estimulam arranjos interdisciplinares nas abordagens de espaço e fluxos comunicacionais em múltiplas escalas – local, regional, nacional e internacional; espaços de comunicação intercultural; fronteiras midiáticas; comunidades em redes telecomunicacionais; diáspora e mídia; a Geografia Humana no contexto das comunicações; territórios de mídia pública, estatal, privada, comunitária e independente; pesquisas comparadas de sistemas de grupos midiáticos nacionais e internacionais; territórios normativos da mídia e lugares de convergência digital.

O coletivo de pesquisadores do Grupo no CNPq e na Intercom acumula até agora artigos apresentados entre 2009-2024 nos congressos anuais da Intercom, acessíveis on-line nos Anais do GP Geografias da Comunicação; coletâneas, livros e capítulos publicados em 2016, 2019, 2022, 2024. A pesquisa interdisciplinar fundamentou disciplinas de pós-graduação com conteúdo agregado da Geografia no PPG em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM UERJ) e em instituições onde o fator geográfico compõe a área de concentração, a exemplo do PPG em Comunicação e Territorialidades na Universidade Federal do Espírito Santo (2014) e do PPG Comunicação, Territorialidades e Saberes Amazônicos na Universidade Federal de Roraima (2019).

A produção científica é fértil no encontro dos saberes da Geografia e da Comunicação. Os resultados da apuração empírica da bibliografia originada durante uma década e meia de pesquisas mostram que há interesse no campo. Os dados coletados organizam o conhecimento gerado e mapeiam os itinerários das leituras de autores e conceitos da Geografia para pensar a Comunicação e autores e conceitos da Comunicação para pensar Geografia. A Comunicação e seus equipamentos, recursos e processos especializados intensificam a dimensão interdisciplinar. Apresentamos o potencial teórico existente, que sugere múltiplas abordagens, referências e decisões metodológicas, observa a cidade e suas relações/representações sóciocomunicacionais em diferentes escalas, tecnologias e fluxos, orienta uma agenda de pesquisa interdisciplinar, promove redes de investigadores e conteúdos possíveis para disciplinas em programas de pós-graduação.

O livro apresenta textos de autores brasileiros e estrangeiros da Comunicação e da Geografia que, mesmo em demarcações geográficas e temporais distintas, sugerem espaços, pistas e instâncias de mútua influência para os estudos e pesquisas nessa área de intercessão. A base do conteúdo corresponde a investigações conduzidas em mais de uma década pelas autoras nas áreas de contato entre a Geografia e a Comunicação. Isso permitiu explorar o referencial teórico em torno dos estudos fundadores e das análises contemporâneas que apontam conexões entre as duas áreas.

O conteúdo está estruturado em três partes que podem ser lidas em duas direções (Geografia>Comunicação e Comunicação>Geografia). Também pode ser lido como conteúdo de disciplina ou ementa para a pós-graduação, como roteiro teórico da junção dos dois campos nos estudos temáticos produzidos por pesquisadores de países diferentes, e também como indicativo para investigações futuras. Entendemos que este conteúdo pode aproximar pesquisadores e estudantes da graduação e da pós-graduação em Comunicação, Geografia e disciplinas afins. A conexão dos dois campos faz avançar o diálogo interdisciplinar e percorrer o território das teorias, da observação e dos métodos.

Os textos na base da análise indicam maior frequência, nas referências à Geografia da Comunicação, da escolha dos “clássicos” para os conceitos-chave. Os capítulos associam uma síntese dos trabalhos, autores, textos e tópicos-chave relevantes que atravessam o objeto dos pesquisadores. Cada autora e cada autor tem vasta contribuição bibliográfica, muitas

em acesso digital aberto. As citações em alguns dos capítulos foram propósitamente extensas para aproximar o pensamento dos autores, porque os extratos de textos originais estampam o estilo de escrita, o modo de dizer de cada um/uma.

Por fim, este livro foi para nós uma aula. Ou muitas aulas. Ou um curso inteiro. A imersão no material bibliográfico reunido renovou nosso próprio repertório na (re)descoberta de conceitos, categorias, métodos e abordagens e, inclusive, da alma de colegas – sim, porque alguns dos autores são do nosso convívio, parceiros de pesquisa no campo, e é uma alegria reconhecer o seu mérito e poder incluí-los neste volume. Saímos renovadas.

Sonia Virgínia Moreira e Jacqueline da Silva Deolindo
No fluxo entre Rio de Janeiro,
Campos dos Goytacazes (RJ) e
Campo Grande (MS)
Verão-outono-inverno de 2024

Parte I

Autores da Geografia na Comunicação

Introdução

Esta primeira parte traz as contribuições de autores que, de maneiras distintas, ajudam a entender a comunicação ancorada no território. Assim como na segunda parte, os textos podem ser lidos de forma independente, mas a leitura na sequência responde à nossa intenção de promover uma cartografia que segue na direção da crítica e do sensível numa via de mão dupla.

Milton Santos abre os trabalhos. Um dos intelectuais brasileiros mais importantes, geógrafo de referência nacional e internacional e principal base teórica das Geografias da Comunicação no Brasil, provê um conjunto de textos e conceitos que nos ajudam a pensar a comunicação, a mídia e seus circuitos de produção e distribuição no meio técnico-científico-informacional desde a escala regional até a global. Ana Fani Alessandri Carlos e André Buonanni Pasti, vinculados às mesmas escolas, a Geografia Humana e a Geografia Crítica na Universidade de São Paulo (USP), atualizam uma série de conceitos *miltonianos* e trazem suas próprias perspectivas: Ana Fani sobre a cidade e o lugar no contexto da globalização; André Pasti sobre a necessária reflexão sobre a concentração da mídia e os processos de democratização para construir um território apropriado, produzido e usado pelas pessoas.

Roberto Lobato Corrêa abre a perspectiva de pensar essas questões na escala local por meio dos seus textos sobre as cidades pequenas que não são isoladas, mas conectadas a uma rede urbana por onde flui até mesmo a informação. A hierarquia das cidades é uma perspectiva ainda não totalmente contemplada pelos estudos de Comunicação e Mídia no Brasil e pode encontrar respaldo em Corrêa e em Peter J. Taylor, que apresentam ideias e modos de explorar conexões mais amplas em relação à ligação entre cidades midiáticas globais. O geógrafo João Baptista Ferreira de Mello encerra esta parte com sua abordagem cultural sensível na exploração da cidade do Rio de Janeiro por meio da sua história e música em percursos a pé, oferecendo a possibilidade de um caminhar cadenciado e candente do espaço urbano. Ele fecha essa primeira parte do livro nos convidando a percorrer a cidade e nossas pesquisas como uma experiência para a qual precisamos ter os sentidos abertos.

Milton Santos:

Fixos, fluxos, regiões e densidades no meio técnico-científico-comunicacional

Um dos mais renomados intelectuais brasileiros do século XX e principal referência das Geografias da Comunicação no Brasil, o baiano Milton Almeida dos Santos nasceu em 1926, em Brotas de Macaúbas, cidade da Chapada Diamantina a 580 km de Salvador e com população estimada hoje em 12.169 habitantes (IBGE, 2024). Filho de professores da escola primária, cedo começou a estudar, inclusive álgebra e francês, e também a ensinar.

[...] nasci no sertão por acaso, porque estavam lá meus pais, ensinando em Brotas de Macaúbas. Aos oito anos terminei o meu primário em casa, nunca segui uma escola primária. E, como para ir para o ginásio tinha de esperar dois anos, meus pais ficaram me ensinando álgebra, francês e boas maneiras. Aos dez anos fui ser aluno interno num colégio na capital da Bahia, naquele tempo havia talvez seis cidades que tinham ginásio em todo o Estado. [Internato] leigo, frequentado por uma classe média. Daí, lá mesmo comecei a ensinar, antes de ir para a faculdade. Morei nesse colégio dez anos – quando terminei, continuei morando lá, ensinando, e fui para a faculdade de direito, da qual saí formado [...] em 1948. Fui aluno forte em matemática, mas havia uma notícia generalizada de que a Escola Politécnica não tinha muito gosto em acolher negros, então fui aconselhado fortemente pela família – tinha um tio advogado – a estudar direito, e daí mudei para a geografia, que comecei a ensinar desde os quinze anos (Santos, 1998).

Foi no ginásio cursado no Instituto Baiano de Ensino que a Comunicação cruzou o seu caminho. Ali ele fundou dois jornais estudantis: *O Farol*, no qual se liam debates literários e filosofia; e *O Luzeiro*, com obras de romancistas, contistas, poetas pobres e iniciantes e literatura de cordel (Santos, 2011). Depois de concluir a faculdade de Direito, professor secundário concursado, foi lecionar Geografia em Ilhéus, desenvolvendo entre

1954-1964, de modo profissional e paralelo, seu trabalho como correspondente do jornal *A Tarde* naquela região do cacau.

Podemos perceber os resultados da confluência geógrafo-jornalista no contexto regional em dois trabalhos seminais, ambos de 1955: o livro *Zona do Cacau: Introdução ao Estudo Geográfico*, hoje incluído na Coleção Brasiliiana, da Companhia Editora Nacional; e a tese *Classificação funcional dos jornais brasileiros: as regiões jornalísticas*, apresentada no IV Congresso Nacional de Jornalistas em Belo Horizonte em setembro de 1955, publicada no Boletim da Associação Bahiana de Imprensa no ano seguinte. Consideramos esse texto, que apresentaremos mais adiante, uma das primeiras contribuições diretas às Geografias da Comunicação publicadas no Brasil.

Até 1964, Milton Santos conciliou as carreiras acadêmica e de jornalista com atividades públicas. Foi professor de Geografia Humana na Universidade Católica de Salvador e, posteriormente, na Universidade Federal da Bahia. Dirigiu a Imprensa Oficial do Estado e a presidência da Fundação Comissão de Planejamento Econômico. Como pesquisador, seus trabalhos se concentraram nesse período na realidade urbana de Salvador e no Recôncavo Baiano, o que refletia seu interesse pela análise do território local.

O golpe militar de 1964 levou-o ao exílio e deu início à sua trajetória internacional. Lecionou em universidades da França, como Toulouse e Paris-Sorbonne, e posteriormente no MIT, nos Estados Unidos, e em instituições no Canadá, Venezuela e Tanzânia. Durante esse período, ampliou seu campo de estudos, aprofundando a análise das cidades do chamado Terceiro Mundo. Essa fase resultou em obras importantes, nas quais formulou a teoria dos circuitos da economia urbana, diferenciando o circuito superior e o inferior nos países periféricos.

Quando retornou ao Brasil em 1977, Santos enfrentou dificuldades para reassumir sua posição acadêmica, só voltando a lecionar na Universidade Federal do Rio de Janeiro em 1979 e, depois, na Universidade de São Paulo, onde se tornou professor titular. Nesse período, consolidou uma abordagem crítica da Geografia, que resultou em obras como *Por uma Geografia Nova – Da crítica à Geografia a uma Geografia Crítica* (1978), que marcou a ruptura com a visão tradicional da disciplina, como veremos a seguir.

Entre 1990 e 2000, o geógrafo aprofundou a análise do meio técnico-científico-informacional na sua relação com a globalização e fez um estudo profundo do território brasileiro, que resultaram em obras fundamen-

tais que, junto com o livro *Por uma Geografia Nova*, representam a súmula do seu projeto intelectual e dos seus principais conceitos, com destaque para *A Natureza do Espaço* (1996) e *Por uma Outra Globalização*. Em 2001 é lançado *O Brasil: sociedade e território no século XXI*, seu último livro, em parceria com a geógrafa María Laura Silveira.

Silva (2012) destaca a riqueza da trajetória do autor:

Em 24 de junho de 2001 o Brasil acadêmico e não acadêmico perdia uma pessoa importante, brasileiro considerado cidadão do mundo: Milton Santos. Ele deixou uma obra que ultrapassa 40 livros e 300 artigos, além de vários títulos de doutor honoris causa outorgados por universidades europeias, norte-americanas e brasileiras. Até a edição deste ano do Prêmio Vautrin Lud, instituído pelo International Geography Prize (Saint-Dié-des-Vosges, França), foi o único pesquisador latino-americano a recebê-lo – em 1994, quarta edição do prêmio. Na reformulação dos paradigmas e práticas da disciplina, a área identificada como Geografia Crítica, teve em Milton Santos um dos pilares da sua corrente de pensamento, iniciada na década de 1970 e embasada nas aproximações com outras teorias, entre as quais as geradas pelos posicionamentos da Escola de Frankfurt e a Teoria Crítica e do Marxismo não ortodoxo de Gramsci e o território. Entre as propostas da emergente corrente geográfica estava o novo ensino da Geografia, voltado mais para o entendimento do espaço social e da cidadania do que na memorização de temas, datas e aspectos físicos de lugares (rios, serras etc.) (Silva, 2012, p. 107).

Obras fundamentais: “Por uma Geografia nova”, “A natureza do espaço”, “Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal”

Por uma Geografia Nova – Da crítica à Geografia a uma Geografia Crítica (1977) é considerada a obra mais importante de Milton Santos e representa um marco na história da Geografia brasileira e latino-americana. Foi escrita em momento de grandes transformações em todo o mundo, que a Geografia tradicional já não dava conta de explicar. O livro propõe uma nova abordagem para a disciplina, mais comprometida com as ques-

tões sociais, econômicas e políticas; uma Geografia que considerasse o homem e o espaço, o homem no espaço, o espaço do homem, uma Geografia radicalmente humana.

A sociedade se transforma em espaço através da sua redistribuição sobre as formas geográficas, e isto ela o faz em benefício de alguns e em detrimento da maioria; ela também o faz para separar os homens entre si, atribuindo-lhes um pedaço de espaço segundo um valor comercial: e o espaço-mercadoria vai aos consumidores como uma função do seu poder de compra. O estudo do espaço exige que se reconheça os agentes dessa obra, o lugar que cabe a cada um, seja como organizador da produção e dono dos meios de produção, seja como fornecedor de trabalho.

É chegado o tempo em que uma nova Geografia pode ser criada porque o homem começa, um pouco em toda parte, a reconhecer o espaço trabalhado por ele, uma causa de tantos dos males que o afligem no mundo atual (Santos, 2004, p. 262).

O trecho sintetiza um dos principais pontos do livro, que é a crítica a uma Geografia que se limitava a descrever e classificar os fenômenos sem considerar devidamente suas causas e implicações. Santos argumenta que essa forma de geografar é insuficiente para entender as dinâmicas espaciais e sociais destes novos tempos, que exigem uma Geografia Crítica, capaz de analisar as relações entre espaço e sociedade e de buscar soluções para os problemas sociais, engajando-se e contribuindo para a transformação efetiva da realidade na direção da construção de um mundo mais justo.

Daí a importância de entender o espaço como um conjunto de relações sociais, econômicas, políticas e culturais, e não um simples palco onde os eventos ocorrem. O espaço é uma “instância social” (Santos, 2004, p. 177), agente de produção e reprodução das relações sociais. Essa compreensão é a chave para estudar como as desigualdades e as assimetrias de poder se materializam no território. Dada essa nova abordagem, a Geografia Nova também deve ser, defende Santos, interdisciplinar, não isolada como sempre foi, pois somente assim dará conta da complexidade da análise espacial.

Uma interdisciplinaridade que não leva em conta a multiplicidade de aspectos com os quais se apresenta aos nossos olhos uma

mesma realidade, poderia conduzir à construção teórica de uma totalidade cega e confusa, incapaz de permitir uma definição correta de suas partes, e isso agravaria, ainda mais, o problema de sua própria definição como realidade total (Santos, 2004, p. 141).

A perspectiva interdisciplinar foi uma das grandes contribuições de Milton Santos para a Geografia e para as Ciências Sociais em geral, incluindo a Comunicação, que, como veremos adiante, se dá no espaço, é ligada à terra e reflete as complexas relações sociais presentes no território.

Diante dessa abordagem complexa do espaço geográfico e das relações sociais, culturais, econômicas e políticas que abriga, *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção* (1996) pode ser interpretado como um mapa conceitual *miltoniano* para o enfrentamento de diversas questões, entre as quais as comunicacionais. No livro estão desenvolvidos conceitos, ideias e noções do espaço como sistema de objetivos e sistema de ações, paisagem, a racionalidade do espaço, rugosidades e formas-conteúdo, divisão territorial do trabalho, meio técnico-científico-informacional, tecnosfera e psicosfera, redes geográficas, globalização, lugar, cotidiano, proximidade, campo e cidade, espaços do mandar e espaços do obedecer, zonas luminosas e zonas opacas, áreas de fluidez e áreas de lentidão.

A obra tem a característica de compilado estruturado de conceitos fundamentais porque reúne, de forma sistemática e amadurecida, as principais ideias que o autor desenvolveu ao longo de quase 25 anos de pesquisa e reflexão. Como ele próprio descreve no prefácio, o trabalho resulta de um longo percurso acadêmico, marcado por cursos ministrados, participação em eventos científicos, estágios internacionais e intenso diálogo com colegas e alunos. É esse pensamento crítico e vigoroso de Milton Santos que nos atravessa quando lemos suas observações sobre as relações dialéticas que marcam a ação do ser humano no contexto material e simbólico que ele próprio constrói. Apesar da reunião e da proposição de tantas categorias geográficas, o livro trata, segundo o próprio autor, de um tema central, o lugar, a partir dos recursos teóricos: “O lugar tem importância” (Santos, 2006, p. 10), “Cada lugar é, à sua maneira, o mundo” (Santos, 2006, p. 213) e “Cada lugar é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente” (Santos, 2006, p. 231).

Na abordagem de questões como a condição dos mais vulneráveis, o contraste entre os diferentes espaços, a experiência dos imigrantes, a sobe-

raria do capital e o movimento do mundo, deixa evidente sua preocupação com os impactos da globalização, que impõe uma mesma lógica espacial e temporal a todos e acirra as injustiças. Ao mesmo tempo, ressalta a capacidade do lugar de se tornar um espaço de resistência, não uma resistência passiva mas criativa e transformadora, que surge das vivências cotidianas e de interações comunicativas que vão além do simples acesso à informação e resultam em território verdadeiramente compartilhado.

Os espaços da globalização apresentam cargas diferentes de conteúdo técnico, de conteúdo informacional, de conteúdo comunicacional. Os lugares, pois, se definem pela sua densidade técnica, pela sua densidade informacional, pela sua densidade comunicacional, atributos que se interpenetram e cuja fusão os caracteriza e distingue. Tais categorias podem, facilmente, ser identificadas na realidade empírica. A *densidade técnica* é dada pelos diversos graus de artifício. As situações limite seriam, de um lado, uma área natural jamais tocada pelo homem [...] e, de outro lado, [...] espaços inteligentes [...] dispostos para atender prontamente às intenções dos que o conceberam e produziram [...].

A *densidade informacional* deriva, em parte, da densidade técnica. [...] A densidade informacional nos indica o grau de exterioridade do lugar e a realização de sua propensão a entrar em relação com outros lugares, privilegiando setores e atores. A informação unívoca, obediente às regras de um ator hegemônico, introduz, no espaço, uma intervenção vertical, que geralmente ignora o seu entorno, pondo-se ao serviço de quem tem os bastões de comando.

A *densidade comunicacional* resulta daquilo a que G. Berger (1964, p. 173) chamou de “caráter humano do tempo da ação” [...] Esse tempo plural do cotidiano partilhado é o tempo conflitual da copresença. Como lugar do acontecer solidário, esse espaço banal da Geografia (e não o espaço especial, particular, adjetivado, do economista, ou do antropólogo, ou do psicólogo, ou, ainda, do arquiteto ou do filósofo) é criador da interdependência obrigatória e da solidariedade [...] (Santos, 2006, p. 174, grifos do autor).

Determinados espaços geográficos se destacam pela presença dessa infraestrutura de forma estratégica para garantir funcionalidade, ordem e

integração com o mundo. É aí que se encontra a dicotomia entre global e local, como expõe o autor na conclusão do livro.

A ordem global busca impor uma única racionalidade a todos os lugares, enquanto os lugares respondem ao mundo segundo suas próprias lógicas e modos de organização. Para estabelecer essa uniformidade, a ordem global se apoia em um conjunto disperso de objetos regidos por uma lei única, que os constitui em sistema. Em contraste, a ordem local se baseia em uma população contígua de objetos, reunidos pelo território e como território, e organizados por meio da interação.

Nessa dinâmica, a solidariedade assume diferentes papéis. No âmbito global, ela é um produto da organização. No âmbito local, ocorre o inverso: é a organização que resulta da solidariedade. Embora a ordem global e a ordem local sejam geneticamente opostas, cada uma contém traços da outra. A razão universal da ordem global é essencialmente organizacional, enquanto a razão local é orgânica. No primeiro caso, a informação e a organização prevalecem. No segundo, a comunicação assume maior importância.

A ordem global estrutura as escalas superiores, situadas além do cotidiano. Seus parâmetros são a razão técnica e operacional, o cálculo de função e a linguagem matemática. Já a ordem local sustenta a escala do cotidiano, pautada pela co-presença, vizinhança, intimidade, emoção, cooperação e socialização baseada na proximidade.

Além disso, a ordem global é caracterizada pela “desterritorialização”, pois separa o centro da ação do local onde ela ocorre. Seu espaço é fluido, composto por pontos cuja funcionalidade depende de fatores externos. Em oposição, a ordem local promove a “reterritorialização”, pois organiza um espaço banal e irredutível, onde todos os elementos – pessoas, empresas, instituições, normas sociais e jurídicas, e formas geográficas – estão integrados sob uma mesma lógica interna. O cotidiano, vivido localmente, é o elo entre esses elementos e garante a comunicação (Santos, 2006, p. 230-231).

Seguindo a mesma linha, o livro *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal* (2000) é um misto de denúncia e

manifesto e analisa criticamente o modelo hegemônico de globalização. Nele, Santos questiona o “pensamento único” que apresenta a globalização como inevitável e benéfica, apontando como esse processo reforça desigualdades e marginaliza culturas e saberes locais: “A globalização atual é perversa, fundada na tirania da informação e do dinheiro, na competitividade, na confusão dos espíritos e na violência estrutural, acarretando o desfalecimento da política feita pelo Estado e a imposição de uma política comandada pelas empresas” (Santos, 2000, p. 15).

A ideia da existência de um mundo integrado é enfaticamente criticada e desmentida pelo autor, da mesma forma que a informação e a mídia são consideradas como parte desse sistema produtor de alienação e subjugação, ao contrário do que poderiam ser em suas potencialidades de integração para e entre as pessoas. Santos fala, ainda, do mito da humanidade desterritorializada, argumentando que as fronteiras seguem ativas, pois a globalização depende da ação estatal no território. Sobre a politização das estatísticas econômicas, ele mostra que o PIB reflete um “produto global” atrelado à lógica da globalização e que o enfraquecimento do Estado como favorável à democracia é um discurso que beneficia poucas empresas enquanto amplia a desigualdade dentro do sistema neoliberal.

Sem essas fábulas e mitos, este período histórico não existiria como é: Também não seria possível a violência do dinheiro. Este só se torna violento e tirânico porque é servido pela violência da informação. Esta se prevalece do fato de que, no fim do século XX, a linguagem ganha autonomia, constituindo sua própria lei. Isso facilita a entronização de um subsistema ideológico, sem o qual a globalização, em sua forma atual, não se explicaria (Santos, 2000, p. 43).

A globalização é apresentada como fábula, perversidade e possibilidade – sim, porque o livro termina em esperança. Um dos pontos centrais da obra é essa defesa de uma “outra globalização”, mais justa, solidária e democrática. Milton Santos propõe um modelo alternativo que promova a justiça social, a igualdade e a valorização da diversidade cultural. O desenvolvimento de “condições políticas favoráveis”, da “ampliação do campo da consciência” e da produção de “efeitos de vizinhança” seria possível por meio, por exemplo, de outro e “novo uso das técnicas atuais”, da “melhoria da informa-

ção disponível” e do “aprofundamento das possibilidades de comunicação”, bem como da “reconversão da mídia sob a pressão das situações locais”.

A crise por que passa hoje o sistema, em diferentes países e continentes, põe à mostra não apenas a perversidade, mas também a fraqueza da respectiva construção. Isso, conforme vimos, já está levando ao descrédito dos discursos dominantes, mesmo que outro discurso, de crítica e de proposição, ainda não haja sido elaborado de modo sistêmico. O processo de tomada de consciência – já o vimos – não é homogêneo, nem segundo os lugares, nem segundo as classes sociais ou situações profissionais, nem quanto aos indivíduos. A velocidade com que cada pessoa se apropria da verdade contida na história é diferente, tanto quanto a profundidade e coerência dessa apropriação. A descoberta individual é, já, um considerável passo à frente, ainda que possa parecer ao seu portador um caminho penoso, à medida das resistências circundantes a esse novo modo de pensar. O passo seguinte é a obtenção de uma visão sistêmica, isto é, a possibilidade de enxergar as situações e as causas atuantes como conjuntos e de localizá-los como um todo, mostrando sua interdependência. A partir daí, a discussão silenciosa consigo mesmo e o debate mais ou menos público com os demais ganham uma nova clareza e densidade, permitindo enxergar as relações de causa e efeito como uma corrente contínua, em que cada situação se inclui numa rede dinâmica, estruturada, à escala do mundo e à escala dos lugares. É a partir dessa visão sistêmica que se encontram, interpenetram e completam as noções de mundo e de lugar, permitindo entender como cada lugar, mas também cada coisa, cada pessoa, cada relação dependem do mundo. Tais raciocínios autorizam uma visão crítica da história na qual vivemos, o que inclui uma apreciação filosófica da nossa própria situação frente à comunidade, à nação, ao planeta, juntamente com uma nova apreciação de nosso próprio papel como pessoa. É desse modo que, até mesmo a partir da noção do que é ser um consumidor, poderemos alcançar a idéia de homem integral e de cidadão. Essa valorização radical do indivíduo contribuirá para a renovação qualitativa da espécie humana, servindo de alicerce a uma nova civilização (Santos, 2000, p. 168-169).

Outros conceitos articuladores

Além dessas três obras fundamentais, outros trabalhos de Milton Santos nos ajudam a pensar a Comunicação. Citado anteriormente como a primeira contribuição efetiva de Santos para as Geografias da Comunicação, a *Classificação funcional dos jornais brasileiros – As regiões jornalísticas* (1955) propõe um mapeamento jornalístico do Brasil e estabelece categorias funcionais para jornais nacionais, estaduais, regionais e locais. As regiões jornalísticas seriam, como define, “áreas diferentes, maiores ou menores, umas dentro das outras, onde operam os jornais de acordo com as suas categorias funcionais” (Santos, 1955). As funções seriam informar e debater desde os assuntos de interesse mais abrangente até aqueles mais “provincianos” e de interesse de uma pequena comunidade. Os meios de comunicação operariam então em diferentes escalas, definidas pela influência dos avanços técnicos, dos meios de transporte disponíveis, da demanda do público e dos recursos econômicos de sua área de mercado.

A tese das regiões jornalísticas tem sido explorada em diversos trabalhos da área de Comunicação desde a “redescoberta” desse texto de Milton Santos e sua republicação, em 2007, pelo jornal da Rede Alfredo de Carvalho da História da Mídia, publicação da Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Ainda que marcado pelo contexto político, econômico, geográfico e técnico de seu tempo, o texto é fonte particularmente importante para pesquisadores em jornalismo local e regional, e frequentemente é retomado, atualizado e repensado. Silva (2023), por exemplo, avalia que no texto,

[...] mesmo após mais de 60 anos da publicação, e apesar das grandes transformações pelas quais passaram a comunicação como área de conhecimento e a sociedade global, ainda há subsídios para refletir sobre os desafios da regionalização da comunicação. Em tempos de internet e redes, utilizando a proposta de Santos, a notícia continua fluida, circulando rapidamente por diversos suportes, inclusive nos meios mais limitados (Silva, 2023, p. 73).

Outro conceito importante está presente em *A cidade como centro de região: definições e métodos de avaliação da centralidade* (1959), em que Milton Santos explora a hierarquia das cidades e seu papel na organização do território. Ele explica que a centralidade urbana é a função das relações que um centro urbano estabelece com outros e se manifesta no nível de

autonomia de um núcleo para atender desde demandas cotidianas até as complexas redes da população e da sua região por meio da oferta de diversos bens e serviços. Esse raio de influência de uma cidade que se projeta sobre outras forma uma área de mercado que determina e coordena seus fluxos de deslocamento e consumo.

Na segunda metade da obra, Milton Santos detalha métodos para definir a centralidade urbana, que ele adapta à realidade do Recôncavo Baiano. Utilizando fórmulas baseadas na oferta de produtos e serviços e na força do setor terciário, do qual a mídia faz parte, suas observações e testes empíricos ajudaram a construir o conjunto dos estudos sobre a rede urbana brasileira e nos levam a compreender os critérios pelos quais as diferentes empresas de mídia definem sua localização, estruturam sua distribuição de conteúdo e estabelecem capilaridade em diferentes escalas.

Em *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos* (1979), Santos elabora os conceitos de circuito superior e circuito inferior da economia, apresentado pela primeira vez em artigo no Boletim Paulista de Geografia (1977). Seu argumento é que as desigualdades espaciais também se refletem na estruturação da economia urbana, organizada em circuito superior, que engloba empresas monopolistas e grandes fluxos de capital, e em circuito inferior, que inclui atividades menores fortemente enraizadas no cotidiano das populações de baixa renda. Esses circuitos coexistem com graus distintos de autonomia e alcance e se inter-relacionam, também de maneira desigual, consolidando a pobreza e perpetuando a dominação dos setores mais ricos sobre os mais pobres.

O geógrafo entende que a organização do espaço geográfico reforça essa dinâmica. As cidades do Terceiro Mundo estariam estruturadas de modo a concentrar as atividades do circuito superior em áreas centrais, ainda que o essencial de suas relações ocorra fora da cidade e da região que o abrigam e tenha por cenário o país ou o exterior, enquanto o circuito inferior é enraizado e se expandiria nas periferias, onde há menos infraestrutura e oportunidades. A melhoria dos transportes, embora reduza as distâncias físicas entre os *loci* desses circuitos, não diminui as desigualdades. Da mesma forma, os meios de comunicação de massa controlados pelo circuito superior imporiam um modelo de consumo inacessível à maioria, alienando as camadas pobres e reforçando a dominação econômica e cultural por não oferecer condições reais de acesso, aumentando a

frustração e a desigualdade. Em suas palavras, a circulação da informação é produtora e definidora de espaço:

No que concerne ao espaço, as repercussões desse novo período histórico são múltiplas e profundas para os países subdesenvolvidos. A difusão da informação e difusão das novas formas de consumo constituem dois dados maiores da explicação geográfica. Por intermédio das suas diferentes repercussões, elas são ao mesmo tempo geradoras de forças de concentração e de forças de dispersão, cuja atuação define as formas de organização do espaço. A difusão da informação tornou-se mais fácil que antes (George, 1965, p.77), graças à autonomia que ela adquiriu frente a outros meios de comunicação, dotando-se de veículos próprios. Sua ação se faz sentir em todos os níveis e constitui o principal sustentáculo da difusão de novos modelos de consumo inspirados nos países mais ricos (Santos, 2004, p. 36).

Ele retoma o tema ao apontar a contradição à qual a mídia serve e sobre a qual se sustenta: “A facilidade das comunicações coloca mais pessoas à mercê de um modelo de consumo imposto pelos meios de comunicação de massa, enquanto os preços, fixados em função das condições internas à firma (condições que podem ser internacionais), não diminuem” (Santos, 2004, p. 369). Para Santos, uma sociedade mais justa dependeria da substituição de um sistema que perpetua as injustiças sociais por outro que coloque a produção e a comunicação a serviço do bem-estar coletivo.

Os estudos sistemáticos sobre os circuitos espaciais de produção, distribuição e consumo, entre outros aspectos geográficos da Comunicação, tiveram início recentemente inclusive no Brasil e constituem agenda urgente e necessária. O texto de Santos fornece elementos para que as pesquisas se orientem pela desmercantilização e democratização da Comunicação, mas a priorização do interesse público sobre o lucro. Isso implica políticas públicas que incentivem a diversidade midiática, o controle social sobre os meios de comunicação e o apoio a iniciativas comunitárias.

Uma das críticas do livro *O espaço do cidadão* (1987) aponta para as desigualdades informativas e seu impacto na vida da pessoa comum e na ação política de agentes que estão distantes geograficamente dos centros urbanos que concentram poder, no ponto mais alto da hierarquia. Em diversas partes dos 14 capítulos em que discute a espacialidade e as limita-

ções da cidadania brasileira no processo de redemocratização, ele registra a falta de acesso à informação como problema crônico dos países periféricos e como isso afeta a cidadania plena.

O homem-cidadão, isto é, o indivíduo como titular de deveres e direitos, não tem o mesmo peso nem o mesmo usufruto em função do lugar em que se encontra no espaço total. Para começar, o acesso às fontes de informação não é o mesmo. Ora, na fase atual da economia, ser desinformado equivale a estar desarmado diante das mutações tão rápidas que atingem a vida cotidiana de cada um. Esse handicap não vem só. É acompanhado pelas dificuldades de acesso às fontes do poder, sem contar que num mundo tendente à concentração – à conscientização, para empregar uma expressão de Navarro de Britto (1972) –, as instâncias detentoras do máximo do poder de decisão se acham condensadas nuns poucos pontos, se não num só. À medida que se vai descendo para a periferia (em termos de acessibilidade, e não em termos geométricos), as 167 autoridades e as administrações com as quais se é obrigado a transigir detêm cada vez menos o prestígio e os meios para uma ação eficaz e rápida (Santos, 2011, p. 167).

A reflexão adentra dois subcapítulos especialmente dedicados ao problema – “Da distribuição desigual da informação” (Santos, 2011, p. 173-175) e “Socialização da informação” (Santos, 2011, p. 207-209). Neles, Milton Santos enfatiza como os grandes centros exercem monopólio sobre as vozes e a difusão das novidades, destacando que a distância geográfica pode significar distância informativa e também distância política. A desinformação é apontada como uma das faces mais cruéis da periferia, ocasionada e agravada pelos baixos índices de escolaridade e de cultura erudita, que dificultaria a leitura crítica das notícias. Santos aponta ainda a posição subalterna dos espaços periféricos em relação aos polos produtores de informação, que colonizam territórios sem captar suas perspectivas e demandas. Para esses lugares, haveria “uma difusão seletiva da informação, que tende a criar um desejo de consumir, uma nova necessidade a satisfazer, mesmo na ausência dos meios precisos” (Santos, 2011, p. 175). Como agravante, em muitos lugares nos quais não há um mercado que sustente meios de comunicação locais, existe a dificuldade de veículos autônomos prosperarem, o que leva

ao esvaziamento político da periferia, tanto geográfica quanto simbólica, e reforça a natureza singular da pobreza que a aflige.

O homem moderno é, talvez, mais desamparado que seus antepassados, pois vive em uma sociedade informacional que, paradoxalmente, lhe recusa o direito de se informar. A informação é um privilégio restrito ao aparelho do Estado e aos grupos econômicos hegemônicos, estruturando-se em uma organização piramidal.

No topo dessa estrutura, estão aqueles que têm acesso à captação das informações, podendo orientá-las para um centro coletor, que as seleciona, organiza e redistribui conforme seus próprios interesses. Para os demais, praticamente não há um fluxo de ida e volta: são apenas receptores passivos, sobretudo os que possuem menos capacidade de decifrar os sinais e códigos utilizados pela mídia.

Como já indicava Aníbal Quijano nos anos 1970 (1972, p. 100), “os pobres são muito mais receptores que produtores de informação, especialmente quando se trata das formas e canais de comunicação organizados de maneira formal”. Dessa forma, as perguntas “informação para quê?” e “informação para quem?” tornam-se ainda mais pertinentes na era informacional.

O controle sobre o estoque de informações – inclusive aquelas que dizem respeito a cada indivíduo – está concentrado nas mãos de poucos, permitindo um uso potencialmente indevido desses dados. Assim, viver na ignorância do que ocorre ao nosso redor, enquanto muitas decisões que nos afetam são tomadas com base em informações que nos são negadas, compromete profundamente a formação de uma cidadania plena (Santos, 2011, p. 207-208).

Ainda que o diagnóstico de Santos esteja vinculado às condições técnicas e tecnológicas de época anterior à democratização das mídias, suas reflexões continuam pertinentes. Plataformas digitais deram voz a comunidades e indivíduos antes silenciados, permitindo que cidades remotas acessem e compartilhem informações em escala inédita. A promessa de um espaço comunicacional mais democrático, porém, não se materializou de modo pleno. A globalização aprofundou barreiras que reforçam desigualdades e exclusões, distante da integração equitativa entre pessoas, ideias, recursos e territórios.

A era digital trouxe novas formas de desinformação e controle informativo, muitas vezes impulsionadas por algoritmos que favorecem a propagação de notícias falsas, informações não verificadas e a existência de bolhas informativas. Se antes a marginalização informacional ocorria pela escassez de acesso e distância das fontes, hoje ela também se dá pelo excesso de dados e sua manipulação, que limitam a diversidade de perspectivas e reforçam dinâmicas de poder excludentes. O que antes se expressava na ausência de mídia local e na dependência de fontes externas se refaz, agora, pela lógica algorítmica que limita o alcance de discursos alternativos e perpetua desigualdades informacionais.

O caminho, na visão de Santos, seria socializar conhecimentos, recursos, dados e estratégias que favorecem necessidades, interesses e sonhos da sociedade formada por homens e mulheres comuns.

A educação deveria fornecer a todas as pessoas os meios necessários para que possam absorver e criticar a informação, rejeitando seus vieses, denunciando sua fragmentação e exigindo que o noticiário diário não interrompa a sequência dos eventos. Assim, o “filme do mundo” estaria acessível a todos.

Nesse contexto, o morador-cidadão, em oposição ao proprietário-consumidor, passaria a enxergar a cidade como um todo, reivindicando seu desenvolvimento segundo um plano global e uma lista coerente de prioridades. Em vez de se restringir à defesa de interesses locais – muitas vezes alinhados ao fetichismo da propriedade –, buscaria garantir a dignidade de viver.

O eleitor, por sua vez, teria sua individualidade reconhecida e liberada para exigir, antes de tudo, o seu direito pleno à cidadania. Em uma sociedade onde a informação fosse verdadeiramente socializada, alcançaríamos o ideal formulado por Nora e Minc (1978, p. 123): a organização de um sistema de dados sobre a vida social, “a partir do qual a estratégia do centro e os desejos da periferia possam encontrar um acordo pelo qual a sociedade e o Estado não apenas se apoiem, mas reciprocamente se produzam”. Somente a partir dessa base a construção do cidadão encontraria seu verdadeiro fundamento, permitindo que diversos projetos, hoje considerados utópicos, finalmente se tornassem realidade (Santos, 2011, p. 209).

Para Santos, independentemente de sua escala, o lugar se configura como um espaço espontâneo de resistência da sociedade civil com potencial para ser ampliado. Ele defende o conhecimento baseado na análise sistemática do território considerando sua constituição no contexto histórico atual, que é justamente o que faz com María Laura Silveira em *O Brasil: território e sociedade no século XXI* (2001), seu último livro.

Nele, os autores analisam a modernização do território brasileiro e a concentração das atividades econômicas na chamada Região Concentrada, conceito desenvolvido por Milton Santos e Ana Clara Torres Ribeiro em 1979 para definir o Sul e o Sudeste brasileiros, onde se encontram os maiores índices de densidade demográfica do país, o maior número de indústrias, investimentos governamentais e destino da maior parte dos fluxos migratórios. A obra revisita conceitos desenvolvidos anteriormente por Santos, como território e meio técnico-científico-informacional, centrais no livro para explicar a produção do espaço geográfico brasileiro, suas transformações e seu uso, principalmente a partir da segunda metade do século XX com o projeto de industrialização e a aplicação de capital estrangeiro no país. Os autores explicam o crescimento das metrópoles, que resultou na concentração econômica e populacional reforçando desigualdades regionais, com Rio de Janeiro e São Paulo assumindo papéis centrais e São Paulo consolidando-se como polo econômico dominante. A modernização ampliou disparidades sociais e espaciais favorecendo a Região Concentrada em detrimento das demais.

No terceiro capítulo, Santos e Silveira tratam da constituição do meio técnico-científico-informacional e da renovação da materialidade do território com um subcapítulo particularmente interessante sobre as bases materiais das telecomunicações que transformariam o monitoramento do ar da terra via satélite e revolucionariam os meios de comunicação no país, inclusive interiorizando a distribuição de informação.

A revolução das telecomunicações, iniciada no Brasil dos anos 70, foi um marco no processo de reticulação do território. Novos recortes espaciais, estruturados a partir de forças centrípetas e centrífugas, decorriam de uma nova ordem, de uma divisão territorial do trabalho em processo de realização. Do telégrafo ao telefone e ao telex, do fax e do computador ao satélite, à fibra óptica e à Internet, o desenvolvimento das telecomunicações participou

vigorosamente do jogo entre separação material das atividades e unificação organizacional dos comandos (Santos, 2001, p. 73).

Como resultado desses investimentos em tecnologia, parcelas do território brasileiro passaram por mudanças, inclusive na produção e circulação direcionada de conhecimento e informação, ela própria um tipo de capital e um instrumento de colonização tecnológica territorial. Por outro lado, a seletividade dos avanços levou ao enfraquecimento de outros espaços.

Embora Santos e Silveira não tratem diretamente da questão da mídia nessa obra, o modelo de desenvolvimento adotado e operado no Brasil dos anos 1940 aos anos 1990 orientou as empresas do ramo, que seguiram a lógica da concentração econômica, com os principais veículos estabelecidos nos grandes centros urbanos. Entre as décadas de 1940 e 1970, ocorrem as primeiras iniciativas de profissionalização do jornalismo no Brasil. Essa atividade acompanhou as transformações do país e passou por um processo de modernização. A partir dos anos 1960, a publicidade privada desempenhou papel relevante no financiamento das empresas jornalísticas, que também se beneficiaram de políticas governamentais para investir em modernização tecnológica, aquisição de equipamentos e adoção de técnicas dos Estados Unidos. A partir dos anos 1980, há um movimento de interiorização e regionalização da comunicação, impulsionado por avanços tecnológicos e por mudanças de consumo informativo.

Milton Santos e a comunicação: uma periodização

Em uma proposta de organizar a produção de Milton Santos para os estudos da Comunicação, Silva (2012) relaciona os seguintes momentos:

Época	Teoria da Geografia	Teoria da Comunicação	Conceitos predominantes e compartidos	Milton Santos
1940-1960	Geografia Teórico-quantitativa ou New Geography	Perspectiva funcionalista da comunicação	Paradigma quantitativo e positivista	Período da produção pré-exílio, uma geografia descritiva, de 1948 a 1965
Décadas de 1960 e 1970	Geografia Radical	Perspectiva crítica da comunicação	Ruptura com as etapas positivistas anteriores. Interesse por metodologias compreensivas da realidade	Período do exílio, a caminho de uma geografia brasileira, de 1965 a 1978
Décadas de 1960 e 1970	Geografia da Percepção e do comportamento ambiental	Perspectiva interpretativa da comunicação: construtivismo, Escola de Palo Alto, interacionismo simbólico	Processos de construção de significados por parte da sociedade	Período do exílio, a caminho de uma geografia brasileira, de 1965 a 1978.
A partir de 1978 – 1979	Geografia Humanística	Perspectiva interpretativa da comunicação: continuidade das sociologias interpretativas	Busca da dimensão simbólica. Estudo dos processos de vivencia experimental	Período da geografia crítica: 1ª fase – a questão do espaço – 1978 – 1986
Finais da década de 1980 até 2002	Pós-modernismo em geografia	Perspectiva interpretativa da comunicação	Resulta insustentável qualquer pretensão de saber uma realidade objetiva (Paul Watzlawick, 1986). Decaída das verdades absolutas. Posicionamentos ecléticos e Efêmeros.	2ª fase: o período técnico-científico-informacional, de 1996 a 2000 e 3ª fase – O território usado, de 2000 a 2002
				produção jornalística em São Paulo

Fonte: Silva, 2012, p. 111.

Como o autor explica, essa “cartografia” nos permite ver “como Milton Santos vai ocupando espaços nos meios de comunicação para tratar dos temas ‘geográficos comunicacionais’ como globalização, novas tecnologias da comunicação, comunicação interpessoal e influência dos meios na sociedade do início do século XXI” (Silva, 2012, p. 111).

O legado de Milton Santos é imenso. Um breve relato biográfico não cumpre o papel de descrevê-lo. Sua obra influenciou gerações de geógrafos e outros cientistas sociais no Brasil e no exterior e seus conceitos seguem amplamente utilizados nos estudos sobre o espaço e a sociedade. Felizmente, como um cientista do nosso tempo, diversas plataformas documentaram seus livros, aulas, palestras e entrevistas disponíveis em bibliotecas, repositórios acadêmicos, no website mantido pela família com acerto digitalizado (<https://miltonsantos.com.br/site/>) e vários outros repositórios on-line.

Sua fortuna teórica é a base epistemológica forte e coerente para os estudos críticos da Comunicação e estabelece sua relação com o espaço geográfico. Os conceitos miltonianos aqui referenciados ajudam a compreender a distribuição desigual da mídia, os desafios da democratização informacional e a importância de políticas que promovam a descentralização da produção midiática. Ao refletir sobre território, técnica e informação, Santos nos dá ferramentas para analisar o jornalismo e a circulação de notícias, e também as disputas que definem quem tem acesso à informação e quem permanece à margem dos grandes fluxos comunicacionais.

Referências

- MILTON SANTOS. Site. Disponível em: <https://miltonsantos.com.br/site/>. Acesso em: 4 mar. 2025.
- SANTOS, Milton. *A cidade como centro de região*. Salvador: Livraria Progresso, 1959.
- SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- SANTOS, Milton. Classificação funcional dos jornais brasileiros: as regiões jornalísticas. *Revista da Rede Alcar*, ano 7, n. 83, 1 nov. 2007.
- SANTOS, Milton. Entrevista explosiva. *Caros Amigos*, ed. 17, 1998.
- SANTOS, Milton. *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. São Paulo: Edusp, 2008.
- SANTOS, Milton. O espaço do cidadão. In: SILVA, Elisiane da; NEVES, Gervásio; MARTINS, Liana Bach. Porto Alegre: Fundação Ulysses Guimarães, 2011.
- SANTOS, Milton. *Por uma geografia nova - Da crítica à geografia a uma geografia crítica*. São Paulo: Edusp, 2004.
- SANTOS, Milton; RIBEIRO, Ana Clara Torres. *O conceito de região concentrada*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1979.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. *O Brasil: território e sociedade no século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SILVA, Paulo Celso da. *Região e regionalização da mídia: Encontros com o pensamento geocomunicacional de Milton Santos*. Revista De Ciências Humanas, v. 2, n. 23, 2023.

SILVA, Paulo Celso da. Análise da produção intelectual do Dr. Milton Santos e sua relação com a Comunicação. In: MOREIRA, Sonia Virgínia. *Geografias da Comunicação: espaço de observação de mídia e de culturas*. São Paulo: Intercom, 2012.

Ana Fani Alessandri Carlos:

A cidade, o lugar e o cotidiano mediado

Parafraseando um de seus títulos, Ana Fani Alessandri Carlos é uma geógrafa na/da cidade. Natural da capital paulista, se formou em 1975 pelo Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH) da Universidade de São Paulo (USP), onde fez toda a sua trajetória acadêmica, obtendo os títulos de mestra em 1979 e de doutora em 1987 em Geografia Humana. Posteriormente passou a integrar o corpo docente do Departamento. Desde a sua formação defende a abordagem da ciência geográfica via ciências humanas, muito em função de sua formação escolar em um Colégio de Aplicação ligado à Faculdade de Educação, que foi determinante para suas escolhas epistemológicas.

Ana Fani [...] foi aluna de graduação no fortíssimo primeiro período dos anos 70. Anos marcados pela luta no Departamento de Geografia [...] para continuar sua marcha na Faculdade de Filosofia, Letras e Ciência Humanas, ou seja, luta para continuar no curso de Geografia voltado pelas ciências humanas contra uma parte do Departamento que chegou a entrar nas áreas das ciências naturais [...]. Mas, quis a verdade que o Departamento de Geografia, por maioria de votos, ficasse como ficou na FFLCH. Foi, portanto, um período marcado por muita luta (Oliveira, 2022).

Desde o início da sua carreira como pesquisadora se dedica a investigar o espaço urbano, sua produção e reprodução pelas relações sociais. Atualmente coordena o Grupo de Estudos sobre São Paulo (GESP) e o Grupo de Teoria Urbana Crítica do Instituto de Estudos Avançados da USP. Seus estudos examinam processos como metropolização, lutas pelo espaço urbano e direito à cidade, contradições do modelo de crescimento dos centros urbanos, especulação imobiliária, segregação socioespacial e justiça social, contribuindo assim para a compreensão das dinâmicas territoriais e suas implicações sociais.

No campo teórico, sua produção se alinha à geografia urbana crítica para evidenciar os mecanismos estruturais que condicionam a organização do espaço. Recebeu diversos prêmios pelas contribuições ao pensamento

geográfico, entre eles o Prêmio Internacional de Geocrítica, em 2012, concedido pela Rede Geocrítica Internacional da Universidade de Barcelona, onde foi professora visitante, e o Prêmio Manoel Correia de Andrade em 2015, concedido pela Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Geografia (Anpege).

A linha crítica assumida por Ana Fani encontra sustentação nas obras de Karl Marx e Henri Lefebvre, que oferecem ferramentas teóricas para a análise do espaço urbano como produto social, histórico e político. De Marx, Ana Fani herda a crítica ao capitalismo e a compreensão de como as relações de produção moldam o espaço urbano e geram desigualdades e segregação. De Lefebvre, a autora retoma a ideia de espaço como construção social, resultante da ação de diversos agentes e permeada por relações de poder. A articulação dessas duas perspectivas permitiu que desenvolvesse uma compreensão do espaço urbano destacando a importância da luta de classes, do direito à cidade e da vida cotidiana na produção do espaço.

Seu posicionamento teórico é reforçado pela relação pessoal e acadêmica com Milton Santos, de quem foi aluna na USP, e cuja influência é evidente em sua obra – Santos foi, inclusive, membro da sua banca de doutorado. A obra de Ana Fani dialoga com a de Santos em diversos pontos, como na análise da urbanização, da globalização e da produção do espaço ao compartilhar o interesse em compreender as relações entre espaço, sociedade e poder. Ana Fani complementa a perspectiva de Santos e desenvolve uma abordagem própria, que se distingue pela ênfase na dimensão social, cultural e política do espaço e por enfatizar a dimensão da técnica e da racionalidade.

Na sua premiação na Espanha, a distinção veio acompanhada da descrição dessas heranças:

Durante duas décadas, Ana Fani dedicou-se ao estudo aprofundado da obra de Marx e do conjunto da produção de Lefebvre, participando desse seminário de leitura e releitura de Marx e considerando o pensamento lefebriano como um processo histórico de interpretação da realidade, no qual o passado auxilia na compreensão do presente, a partir do qual se projeta o futuro. Destaca-se seu esforço em atualizar a obra de Henri Lefebvre para aplicá-la à compreensão das transformações ocorridas na urbanização.

zação, especialmente nos países ibero-americanos. Nesse sentido, suas próprias pesquisas têm se voltado para o passado recente da cidade, mas sempre com a perspectiva da construção de um futuro melhor.

Ana Fani Carlos entende o espaço como produto social, na concepção lefebvriana, mas, mais do que isso, como fruto do trabalho social no interior da sociedade, o que a leva a enfatizar a sociedade como produtora do espaço. Considera essenciais determinados aspectos do pensamento de Henri Lefebvre, especialmente sua preocupação em desenvolver e superar alguns conceitos marxianos, aplicando-os à análise do espaço social, da vida cotidiana, das diferenças sociais, entre outros. Isso, sem dúvida, lhe confere impulso para continuar nessa linha e adaptar os conceitos marxianos elaborados no século XIX às situações econômicas e sociais contemporâneas, que exigem novos desdobramentos da teoria marxiana ou marxista.

Ela também foi profundamente influenciada pelo pensamento crítico de Milton Santos, por suas investigações teóricas e pelas posições que esse grande geógrafo brasileiro adotou em toda a sua obra. Sempre valorizou o papel de Milton Santos no Departamento de Geografia, seu esforço em ampliar as fronteiras da disciplina e a visibilidade que contribuiu para dar à geografia brasileira (Universidad de Barcelona, 2012).

Ana Fani Carlos, com sua extensa produção acadêmica, é considerada uma das principais geógrafas brasileiras hoje. Até 2024 tinha 48 livros publicados, incluindo organizados ou produzidos em coautoria, mais de 90 artigos em periódicos nacionais e internacionais, e diversos prêmios recebidos. Entre suas obras de grande influência estão: *Espaço-Tempo na Metrópole*, de 2001, que recebeu menção honrosa no Prêmio Jabuti de 2003, categoria Ciências Humanas; *A (Re)Produção do Espaço Urbano*, de 1994, resultado da sua tese de doutorado e reeditado em 2024 por ocasião dos 30 anos de lançamento; e *A cidade*, de 1991, que recebeu homenagem da Câmara Municipal de São Paulo.

Nos livros, ela aborda a cidade como um processo em transformação contínua atravessado por relações de poder, conflitos sociais e dinâmicas de produção, apropriação do espaço e mediações simbólicas. Oferece diversos

elementos para os estudos das Geografias da Comunicação ao considerar a presença da mídia nas cidades, seus fluxos de informação e os modos pelos quais os meios de comunicação estruturam cotidianamente percepções e experiências urbanas, entre elas o consumo. Neste capítulo, porém, o foco na sua obra está em outro volume, no qual Ana Fani apresenta o conceito de lugar e nos ajuda a pensá-lo no contexto da globalização.

O lugar no/do mundo – e o papel da comunicação

O lugar no/do mundo (1996) foi o terceiro livro publicado pela geógrafa. A primeira edição na editora Hucitec rapidamente se esgotou. Apesar de em 2007 uma nova edição ter sido incluída no site da FFLCH – o acesso aberto permitiu que o livro circulasse ainda mais. Quase 30 anos depois do seu lançamento, o texto continua relevante porque trata do conceito de lugar em relação com o processo de globalização. Ali está em questão a produção do espaço urbano na tensão entre o local e o global que evidencia desigualdades e reconfigurações territoriais. Como ela afirma no prefácio, “ele [o lugar] ainda suscita curiosidade. Além de constatar essa demanda, avalio que os temas aqui tratados não envelheceram e continuam ajudando a pensar o mundo moderno a partir da Geografia” (Carlos, 2007, p. 11).

O livro parte da noção de lugar como espaço vivido. Resgata a sua dimensão experiencial, social e afetiva, ao mesmo tempo que o reconhece como “integrante de uma totalidade espacial fundamentada na divisão espacial do trabalho como produto direto morfologia social hierarquizada” (Carlos, 2007, p. 23) e, por isso, espaço também dos conflitos e tendências da sociedade contemporânea. Ana Fani entende que, em meio às transformações impostas pela globalização, os lugares não perderam sua importância: adquiriram novos significados e formas de resistência.

O tema da globalização permeia nosso cotidiano de pesquisa, mas também nossa vida. Para alguns pesquisadores, a globalização se constitui como um novo paradigma para entender o mundo moderno; mas os debates em torno da noção de globalização revelam, fundamentalmente, a dimensão econômica do processo; que por isso passa a ser visto como articulação de mercados, reunião de empresas, construção do mercado mundial, etc. A esta noção contraponho aquela de mundialização, que aponta para uma outra direção ao permitir que se reflita sobre a sociedade ur-

bana em constituição, bem como sobre o conteúdo da construção de novos valores, de um modo de vida e de uma outra identidade, agora mediada pela mercadoria.

Nesse aspecto, a sociedade contemporânea mostra-se, tendencialmente, como uma sociedade urbana, ao mesmo tempo objeto real e virtual, pois além de caracterizar uma realidade ela aponta uma tendência. Está posta no horizonte, portanto, a produção da sociedade urbana e a constituição de um espaço mundial que revela novas articulações entre os espaços, bem como entre as escalas. Repensar a relação entre o local e o mundial torna-se, portanto, tarefa fundamental para entender o mundo moderno.

É no plano do lugar que é possível, por exemplo, compreender a racionalidade homogeneizante inerente ao processo de acumulação, que não se realiza apenas a partir da produção de objetos e mercadorias, mas liga-se cada vez mais à produção de um novo espaço, de uma nova divisão e organização do trabalho, além produzir modelos de comportamento que induzem ao consumo e norteiam a vida cotidiana (Carlos, 2007, p. 11).

Para desenvolver esse argumento, ela estruturou o livro em oito capítulos: “O lugar na ‘era das redes’”; “A guerra dos lugares”; “A natureza do espaço fragmentado”; “Os lugares da metrópole: a questão dos guetos urbanos”; “A rua: espacialidade, cotidiano e poder”; “A produção do não-lugar”; e “A construção de uma ‘nova urbanidade’”. Isso permite ao leitor “caminhar da escala da reprodução do lugar – que se manifesta também no plano do vivido – para aquela da produção de um espaço mundial” (Carlos, 2007, p. 11).

Tudo começa pelo conceito de lugar e sua centralidade para a Geografia. Ana Fani oferece diversas abordagens teóricas e enfatiza o lugar como localização física, mas principalmente como um espaço simbólico e de pertencimento. Ela explora a dimensão subjetiva do espaço vivido para demonstrar o valor do lugar na construção das identidades individuais e coletivas porque o lugar e o corpo representam, juntos, a primeira escala da medida do mundo.

O lugar é a base da reprodução da vida e pode ser analisado pela tríade habitante – identidade – lugar. A cidade, por exemplo, produz-se e revela-se no plano da vida e do indivíduo. Este plano é aquele do local. As relações que os indivíduos mantêm com os

espaços habitados se exprimem todos os dias nos modos do uso, nas condições mais banais, no secundário, no acidental. É o espaço passível de ser sentido, pensado, apropriado e vivido através do corpo. Como o homem percebe o mundo? É através de seu corpo de seus sentidos que ele constrói e se apropria do espaço e do mundo. O lugar é a porção do espaço apropriável para a vida — apropriada através do corpo — dos sentidos — dos passos de seus moradores, é o bairro é a praça, é a rua, e nesse sentido poderíamos afirmar que não seria jamais a metrópole ou mesmo a cidade latu sensu a menos que seja a pequena vila ou cidade — vivida/ conhecida/ reconhecida em todos os cantos.

[...]

A tríade cidadão-identidade-lugar aponta a necessidade de considerar o corpo, pois é através dele que o homem habita e se apropria do espaço (através dos modos de uso). A nossa existência tem uma corporeidade pois agimos através do corpo. Ele nos dá acesso ao mundo, para Perec é o nó vital, imediato visto, pela sociedade como fonte e suporte de toda cultura. Modos de aproximação da realidade, produto modificado pela experiência do meio, da relação com o mundo, relação múltipla de sensação e de ação, mas também de desejo e, por consequência de identificação com a projeção sobre o outro. Abre-se aqui, a perspectiva da análise do vivido através do uso, pelo corpo (Carlos, 2007, p. 17-18).

Desse modo, entende que a categoria articuladora fundamental para abordar o lugar está atravessada pela História, que se torna invisível, mas forte e determinante, porque é ali, na prática da vida cotidiana, que ganha sentido.

O caminho que se abre à análise é pensar o cotidiano — onde se realizam o local e o mundial — que é um tecido pelas maneiras de ser, conjunto de afetos, as modalidades do vivido, próprios a cada habitante produzindo uma multiplicidade de sentidos. Podemos buscar o entendimento do lugar nas práticas mais banais e familiares o que incita pensar a vida cotidiana segundo a lógica que lhe é própria e que se instala no insignificante, no parcelar, no plural (Carlos, 2007, p. 20).

Ao considerar que o avanço das dinâmicas globais afeta as relações entre o local e o global, altera a organização das cidades e transforma os modos de vida, Ana Fani analisa o impacto da globalização na produção do espaço urbano nessa escala básica. A homogeneização e a mercantilização dos espaços urbanos são alguns dos aspectos tratados no livro que confirmam a perda de referências locais em função de processos econômicos e políticos globais. A geógrafa nos provoca a pensar o papel do lugar na contemporaneidade ao apontar a necessidade de valorizar o lugar como espaço de identidade e resistência frente às forças globalizantes. Propõe, ainda, a construção de uma nova Geografia que reconheça a dimensão do vivido e incorpore a subjetividade e as experiências cotidianas como elementos centrais na compreensão do tempo, e não do espaço, que ela considera um fato.

O desenvolvimento da técnica vem implicando em profundas transformações no processo produtivo, as mudanças nos meios de comunicação ligando os espaços em redes de fluxos cada vez mais densas, ultrapassando fronteiras, [o que] coloca, antes de mais nada, uma necessidade de repensarmos a natureza do espaço num momento em que uma relação espaço-tempo se transforma de modo incontestável. Na realidade o que Harvey chama de compressão espaço tempo não faz mais do que apontar uma tendência de eliminação do tempo e não do espaço. O que se busca é a diminuição do tempo do percurso e não do espaço do percurso que continua sendo um dado inquestionável, os fluxos sejam eles materiais ou imateriais deslocam-se num espaço concreto a ser percorrido. O que efetivamente ocorre é que o desenvolvimento das comunicações tornou o espaço contínuo o que permite abolir o tempo. As comunicações diminuem as distâncias tornando o fluxo de informações contínuo e ininterrupto; com isso, cada vez mais o local se constitui na sua relação com o mundial. Nesse novo contexto o lugar se redefine pelo estabelecimento e/ou aprofundamento de suas relações numa rede de lugares. A primeira consequência é a necessidade de se relativizar a idéia de situação. É evidente que o lugar se define, inicialmente, como a identidade histórica que liga o homem ao local onde se processa a vida, mas cada vez mais a “situação” se vê influenciada, deter-

minada, ou mesmo ameaçada, pelas relações do lugar com um espaço mais amplo (Carlos, 2007, p. 21).

No que identifica como “a guerra dos lugares”, Ana Fani examina a intensa competição entre territórios para atrair investimentos, atividades econômicas e fluxos globais de capital, impulsionada pela globalização. A materialidade do espaço – como a existência de infraestrutura tecnológica, mão de obra qualificada, redes de comunicação e insumos produtivos – desempenha papel determinante, porque define a capacidade de cada lugar se integrar às redes globais e oferecer vantagens competitivas.

Tal disputa acentua a hierarquização dos lugares e cria uma divisão espacial entre centros de comando (que concentram poder, inovação e decisão) e lugares subalternos e dependentes (relegados a funções periféricas e menos valorizadas). Para a geógrafa, essa dinâmica reforça as desigualdades regionais e sociais, aprofunda a segregação espacial e consolida um sistema mundial marcado pela concentração de capital, investimentos, poder, inovação, oportunidades e comando em poucos polos, um processo que a autora chama de “metropolização”, enquanto a maioria dos lugares, periféricos, luta para se manter relevante em um cenário cada vez mais competitivo e excludente.

Mundializado, o espaço fragmenta-se através de formas de apropriação para o trabalho, para o lazer, para o morar, para o consumo, etc. Deste modo, o espaço fragmenta-se em espaços separados, parcelas fixas, como consequência de uma atividade parcelada fundada no trabalho abstrato. O espaço aparece como mercadoria, apesar de suas especificidades, produzido e vendido enquanto solo urbano, cujo conteúdo escapa aos indivíduos, posto que submissos à troca e à especulação – uma troca que se autonomiza em relação ao uso num processo de produção assentado na propriedade privada da terra que gera a apropriação diferenciada do espaço por extratos diferenciados da sociedade. Com isto transforma-se, constantemente o lugar e produz-se o estranhamento do lugar com através da perda das referências (Carlos, 2007, p. 36).

Essa perda se manifesta de diversas maneiras, inclusive a imposição do efêmero pelo moderno, o que leva a dois movimentos: a não identi-

ficação com o lugar e, em contrapartida, a possibilidade do seu resgate, como no caso dos guetos metropolitanos que sejam espaços de memória coletiva, histórias particulares, identidade e resistência. O gueto é lugar de encontro, como já foi (ainda pode ser) a rua, que também pode ser lugar de passagem ou repressão. Essa dualidade entre pertencimento e alienação reflete um dos principais debates abordados por Ana Fani nos capítulos finais da obra. A autora demonstra como o esquecimento e a banalização de determinados espaços contribuem para a produção dos não-lugares, definidos pela autora como ambientes desprovidos de identidade e de relações humanas significativas.

Ambientes padronizados como shoppings, aeroportos, redes de hotéis e áreas turísticas são produtos da globalização e da lógica mercantil sobre a qual cidade contemporânea está estruturada, o que torna a experiência urbana cada vez mais fragmentada, desenraizada e impessoal devido à perda da dimensão simbólica e afetiva que historicamente marcou determinados lugares e a vida social que ali pulsava.

A construção de uma “nova urbanidade” proposta por ela está diretamente relacionada à necessidade de reverter esse processo via resgate dos espaços de convivência e interação e da centralidade da experiência humana no ambiente urbano. Esse movimento envolve a valorização de lugares que fomentam encontros, narrativas coletivas e identidade cultural em oposição à lógica da segregação e da funcionalização dos espaços.

Na sua análise do lugar no/do mundo, Ana Fani considera também a mídia, que, a seu ver, interfere diretamente na percepção e na valorização dos espaços urbanos e ajuda a produzir o espaço por meio da sua representação. A forma como os lugares são narrados afeta a maneira como são usados. Da mesma forma, a espetacularização da cidade na mídia e a valorização dos espaços de consumo muitas vezes contribuem para a disseminação dos não lugares, argumenta.

Em outra análise, trata das novas tecnologias de informação e comunicação e de como seu uso generalizado impacta a dinâmica urbana e a interação social. Ao citar o exemplo da televisão, do telefone celular, do computador pessoal e do walkman (popular entre os jovens da década de 1990), ela observa que cada vez mais a alta tecnicidade entra no cotidiano das pessoas por meio dos *gadgets* (Carlos, 2007, p. 81). Desse modo, promove o individualismo, a desconexão entre as pessoas no ambiente urbano e a exclusão, o que resulta no enfraquecimento dos laços comunitários e

na diminuição do uso dos espaços públicos como locais de encontro, convivência e debate.

A construção e reprodução do cotidiano passa pela idéia de que os homens se relacionam com um conjunto de objetos que, cada vez mais, regem as relações entre os homens e são convertidos em elementos distinguidores na construção da sociabilidade ou de sua negação, pois as relações com os objetos substituem cada vez mais as relações diretas entre as pessoas. Por sua vez, a mídia se instala na vida cotidiana como programação profunda de todos os comportamentos. Ao apropriar-se do objeto o indivíduo se realiza e se impõe socialmente ao outro. Na realidade, esconde-se o fato de que o que ocorre é que o sujeito se despersonaliza (Carlos, 2007, p. 78).

Lugar, lugares

Podemos constatar, então, que, em *O lugar no/do mundo*, Ana Fani Alessandri Carlos trata do lugar não como um espaço estático ou idílico, mas como espaço vivido, dinâmico e atravessado por contradições. Neste livro a geógrafa nos apresenta uma agenda de pesquisa em que se inscrevem tópicos bastante atuais, a exemplo de o lugar como espaço de vivência e identidade, a importância do lugar para a compreensão do mundo e das relações sociais, a necessidade de repensar o papel do lugar em um mundo globalizado, os impactos da globalização na produção do espaço urbano e o lugar como espaço de resistência e reapropriação.

Para as Geografias da Comunicação, essa agenda inclui uma preocupação particular com as mídias, que são produtoras de espaço – seja se considerarmos suas infraestruturas, os fluxos delas provenientes, as representações contidas em seus conteúdos ou sua capacidade de gerenciar hábitos e comportamentos. Como a própria autora disse em outra ocasião, o interesse é “desvendar a cidade” em um contexto no qual “o mundo se torna urbano”.

A análise urbana, ao revelar a reprodução da vida em todos os seus sentidos, aponta a base aonde se constitui a identidade que é o fundamento da memória uma vez que os homens só realizam sua vida através da apropriação-uso dos lugares criados para a realização da vida, através do corpo e de todos os seus sentidos [...] Assim a identidade sustentada pelas ações, atitudes e relações

se realiza em todas as escalas espaciais com intensidades diferenciadas, mas na mesma direção – desde a pequena cidade até a metrópole, que se recompõem e que se expressam também no plano mundial, no modo como a gente se veste, no modo como a gente usa a tecnologia, no modo como nós nos comunicamos e que tem um âmbito cada vez maior do que o próprio limite desse espaço habitado concretamente através do corpo, desse entorno com qual nos relacionamos e que tem essa materialidade (Carlos, 2021, p. 2).

Referências

- CARLOS, Ana Fani Alessandri. *A (re)produção do espaço urbano*. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2024.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. *A Cidade*. São Paulo: Contexto, 2001.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. *Espaço-tempo na metrópole*. São Paulo: Contexto, 2001.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. *O lugar no/do mundo*. São Paulo: FFLCH, 2007.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri. Entrevista com a Profa. Dra. Ana Fani Alessandri Carlos, do Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo (USP). Entrevista concedida a Gilcileide Rodrigues da Silva. *Revista Contexto Geográfico*, v. 6, n. 11, p. 1-7, 2021.
- OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino de. Uma brilhante trajetória na retidão da vida, uma homenagem a Ana Fani Alessandri Carlos, *Confins* [on-line], n. 56, 2022.
- UNIVERSIDAD DE BARCELONA. *Premio Internacional Geocrítica 2012 A La Profesora Ana Fani Alessandri Carlos - Acta Del Jurado*. Barcelona: Geocrítica, 2012.

Roberto Lobato Corrêa:

Redes geográficas, cidades pequenas, o urbano e o rural

Referência fundamental nos estudos urbanos no Brasil, o geógrafo Roberto Lobato Corrêa destaca-se por suas análises das dinâmicas espaciais e sociais que moldam e organizam as cidades brasileiras. Sua visão sobre os objetos e processos espacializados é marcadamente crítica, de orientação marxista e *vidaliana* (a “microgeografia” construída pelo geógrafo francês Paul Vidal de La Blanche), embora tenha passado também pela geografia quantitativa e neopositivista em parte da sua jornada de formação. Graduado em Geografia Urbana, com mestrado na Universidade de Chicago e doutorado na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), ele diz que essas diferentes perspectivas se complementam e definem seu escopo teórico.

Minha primeira vivência foi na geografia francesa, *vidaliana*, e seria ideal que todos passassem por essa experiência. No entanto, isso demanda muito tempo, estudo, leitura, crítica, autocritica, debates e até atritos consigo mesmo e com os outros. Esse é o processo, pois a ciência não é um caminho tranquilo: envolve contradições, conflitos e angústias. Essa pluralidade me permite analisar o modelo quantitativo, reconhecendo seus pontos positivos e negativos, compreender o mundo e a história social através do marxismo, e entender as lógicas de determinados grupos que, a partir de suas experiências, veem, vivenciam e pensam o mundo de forma própria (Corrêa, 2011, p. 138).

Essa forma de olhar e pensar o espaço geográfico se construiu também ao longo da sua experiência como geógrafo do IBGE, onde entrou como estagiário em 1959 e trabalhou até 1993, quando se aposentou. Professor na UFRJ entre 1971 e 2009, foi aposentado compulsoriamente aos 70 anos, embora continue vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade ainda hoje. Seu trabalho de pesquisa em duas frentes, cidades pequenas e médias e estudos de rede urbana, convergiu nos estudos que deram relevância às questões do urbano relacionadas (Corrêa, 2011, p. 140).

A cidade, o urbano, as redes e seus fluxos

Um dos seus livros básicos é *A rede urbana*, editado em 1989 como parte da série Princípios, da Editora Ática. Nas 96 páginas do livro, ele expõe o essencial sobre o tema definindo rede urbana, discutindo sua natureza e seus tipos e traçando um panorama das principais teorias e suas implicações. Ali, o pesquisador define rede urbana como o “conjunto funcionalmente articulado de centros, que se constitui na estrutura territorial onde se verifica a criação, apropriação e circulação do valor excedente” (Corrêa, 1994, p. 87). Essa articulação constitui um sistema, o sistema urbano, profundamente relacionado com o seu contexto de desenvolvimento, que é definidor e resultante desse processo:

[...] a rede urbana – um conjunto de centros funcionalmente articulados –, tanto nos países desenvolvidos como subdesenvolvidos, reflete e reforça as características sociais e econômicas do território, sendo uma dimensão socioespacial da sociedade. As numerosas diferenças entre as redes urbanas dos países desenvolvidos, entre as dos subdesenvolvidos, e entre ambas, não são nenhuma anomalia, mas expressão da própria realidade em sua complexidade (Corrêa, 1994, p. 8).

Indica como a principal função da rede urbana é integrar os espaços nas diversas escalas – região, país e mundo. Essa articulação é realizada pelas atividades políticas, culturais e econômicas, que se distribuem desigualmente sobre o território, de acordo com as especializações e complexidades funcionais que as cidades desenvolvem. Justamente por causa da natureza complexa da rede urbana, não é possível, ou, pelo menos, produtivo, estudar isoladamente os centros urbanos que a compõem, mas tanto quanto possível considerá-los em relação.

Para Lobato Corrêa, há pelo menos quatro formas essenciais na abordagem do fenômeno, ainda hoje as mais tradicionais:

- Classificação funcional: as cidades são categorizadas conforme suas funções dominantes, tendo como referência as atividades que nelas são predominantes como indústria, comércio e administração. Estudos que contemplam essa perspectiva visam entender a diversidade funcional das cidades e sua organização espacial.
- Dimensões básicas de variação: as cidades são consideradas em termos de tamanho, desenvolvimento e hierarquia. A relação entre

o tamanho demográfico e o desenvolvimento urbano é analisada para compreender as interações entre as cidades e suas redes.

- Hierarquia urbana: a organização hierárquica das cidades dentro da rede urbana permite observar a dinâmica de circulação econômica e social, onde bens, pessoas e informações fluem de centros hierarquicamente mais elevados para os de nível inferior e vice-versa, criando uma rede de dependências e complementaridades.
- Relações Cidade-Região: consideram as interações entre uma grande cidade e sua região complementar, ou hinterlândia, analisando como a cidade exerce influência econômica e social sobre áreas rurais e urbanas menores ao seu redor. Estas contribuem para a centralidade da cidade mais proeminente, e uma relação repleta de assimetrias.

A partir dessa identificação, Corrêa avançou para a análise que examina as redes urbanas como sistemas dinâmicos, marcados por fluxos econômicos, culturais e sociais. Sob esse enfoque, explorou quatro dimensões de análise social da rede urbana – a divisão territorial do trabalho, os ciclos de exploração, a forma espacial da rede e a difusão de valores e ideais –, que evidenciaram como essas redes refletem e reforçam as hierarquias e as relações de poder no território. O aprofundamento permitiu compreender a organização das cidades, assim como as interações e tensões sociais que sustentam a rede urbana.

Ele argumenta que, com a expropriação dos meios de produção dos camponeses, a modernização agrícola e o enfraquecimento das indústrias locais, o mundo rural e os pequenos centros urbanos passaram a consumir produtos e serviços oriundos de centros urbanos maiores. Esse movimento incluiu produtos industrializados e também serviços de diversas áreas, inclusive de comunicação, o que alterou o consumo, a logística de distribuição e, como resultado, a rede urbana. Lobato Corrêa discute inclusive o papel central da rede urbana na propagação de ideologias e estilos de vida associados ao sistema capitalista urbano-industrial e na perpetuação desse modelo.

Justifica-se assim a modernização do campo, a implantação de filiais das grandes empresas nacionais e multinacionais no país, o papel crescente do Estado capitalista, e o caráter natural - fora do controle social, portanto - da exploração e das diferenças socioespaciais; os conflitos sociais são minimizados ou solucionados, e as notícias selecionadas.

As redes nacionais de televisão constituem um bom exemplo, senão o melhor, dos veículos através dos quais difunde-se todo um ideário urbano-capitalista. Estas redes estão centralizadas nas duas maiores cidades do país, Rio de Janeiro e São Paulo, estando estruturadas de acordo com os principais escalões da rede urbana brasileira - as metrópoles regionais e as capitais regionais.

Eis o segundo ciclo de exploração da grande cidade sobre o campo e cidades menores. A acumulação de diversos valores excedentes na grande cidade enseja novos investimentos de capital, reiniciando-se assim, via rede urbana, os ciclos da exploração e a aparente perpetuação do sistema social (Corrêa, 1994, p. 70).

Fica claro o seu entendimento de que os estudos sobre redes urbanas devem evitar concepções que isolam a cidade como transformadora autônoma da sociedade ou que a veem como mera “parasita” ou “criadora” de sua hinterlândia. Ao propor atenção à gênese e à dinâmica das redes, ele leva em conta a circulação de valor, os agentes sociais e as articulações regionais envolvidas para considerar as contradições e conflitos inerentes a essas redes e reconhecê-las como expressões complexas de relações sociais, e não apenas engrenagens de um modelo funcionalista ou impessoal de planejamento.

Antes dessa obra, Corrêa já demarcava o papel primordial da Comunicação para definir a hierarquia de uma cidade na rede e fazer essa rede operar. Esse pensamento está registrado em *Regiões de Influência das Cidades*, série histórica do IBGE coordenada pelo geógrafo e publicada em 1987. Para estabelecer a hierarquia dos centros urbanos a partir da oferta de determinados produtos e serviços por determinadas localidades e o fluxo de pessoas para acessá-los, o questionário preenchido pelos agentes locais considerou a presença de meios de comunicação (rádio, jornal impresso e estação de TV) de acordo com a complexidade de produção, o alcance de audiência e o mercado publicitário. A localização ajudou a definir a classificação de centros urbanos brasileiros, desde as metrópoles até as cidades com menor influência, e reforçou a identidade essencialmente urbana das empresas de mídia, sua função social de atendimento às demandas por notícia, informação e entretenimento de diversos públicos e o seu papel na economia e na política.

Quase 30 anos depois, em artigo publicado na *Revista Brasileira de Geografia*, Lobato Corrêa recuperou a dimensão social da rede de cidades, que, para ele,

Reflete a natureza da sociedade que a elaborou, isto é, as relações sociais, o desenvolvimento das forças produtivas, assim como a renda da população e sua distribuição, a densidade demográfica e o sistema de circulação vigente. A rede urbana é também um meio no qual a sociedade vive o cotidiano, isto é, produz, consome e se articula com áreas e lugares distantes. É condição social, pois a permanência de uma dada rede urbana constitui-se em ambiente propício à reprodução social, à continuidade da própria sociedade e do espaço que ela produziu (Corrêa, 2023, p. 27).

Essa integração entre centros urbanos de diferentes grandezas resulta em relações de dependência e complementaridade e geram externalidades capazes de reproduzir assimetrias e de reconfigurar as cidades ao redefinir suas funções.

É particularmente interessante a análise de Corrêa das pequenas cidades, que aponta como um objeto de estudo promissor. No texto *Globalização e reestruturação da rede urbana – uma nota sobre as pequenas cidades* (Corrêa, 1999), ele considera aquelas com menos de 50 mil habitantes e o reposicionamento que podem enfrentar. Ao considerar a globalização como a “fase superior da espacialidade capitalista” (Corrêa, 1999, p. 45), discute como as cidades surgem ou se reposicionam na rede urbana em contexto marcado pela emergência de novas atividades e pela industrialização do campo, introdução de inovações, criações urbanas planejadas, redistribuição da produção e oferta de bens e serviços, descentralização das redes bancárias, reorganização logística para armazenamento e escoamento de mercadorias, urbanização e maior estratificação social. O geógrafo destaca o avanço significativo na circulação de informações graças à criação do que ele qualifica como redes de telecomunicações eficientes e modernas (Corrêa, 1999, p. 46).

Ele entende que as mudanças na infraestrutura geram impactos sobre o território e na organização social que alteram de duas maneiras as pequenas cidades, que geralmente têm forte componente rural. As transformações consistem em:

i) perda de centralidade, quando há o esvaziamento funcional de uma cidade em relação a outras da vizinhança que passam a desempenhar papéis primordiais na cadeia produtiva e na oferta de bens, serviços e oportunidades;

ii) refuncionalização da cidade pela especialização produtiva induzida por agentes externos ou criada de modo endógeno, que dá diferenciação e singularidade ao lugar em relação aos demais que são próximos.

Inspirado em Milton Santos, Corrêa define que, conforme a situação, tem-se as *cidades do campo*, que reafirmam sua identidade local ligada à agricultura moderna e à sua área de influência, e as *cidades no campo*, quando o lugar estabelece vínculos estreitos com centros distantes, unidades corporativas ou mercados pela especialização produtiva em outras atividades.

O papel dos fluxos de informação relativos à função da cidade e sua posição na rede urbana é levantado em outro texto, *Uma nota sobre o urbano e a escala* (Corrêa, 2003). O artigo orienta a abordagem das cidades segundo três aspectos, independentemente da sua grandeza: sua origem, relacionada ao contexto histórico, econômico e político de fundação, bem como os grupos sociais envolvidos; seu tamanho, que pode ser medido pelo número de habitantes ou por indicadores econômicos como produção industrial e renda gerada por comércio e serviços; suas funções, influenciadas pela localização na rede urbana e pelas atividades que sediam ou articulam. Os fluxos de informação podem, então, ocorrer através de meios, periodicidade e intensidade diversos, instituindo atributos que determinam a diferenciação entre os centros urbanos e interligam as cidades em diferentes níveis.

A partir de suas funções, mas também de outros atributos como a renda de seus habitantes, estabelecem-se fluxos entre as cidades e entre estas e suas respectivas hinterlândias e fluxos com centros e regiões extrarregionais. São fluxos de mercadorias, pessoas, informações e de capital, realizados por diferentes meios e dotados de periodicidade e intensidade variáveis. Das funções e fluxo emerge uma diferenciação entre as cidades, que se caracteriza por ser de natureza hierárquica, com base no diferencial de oferta de bens e serviços, combinada com diferenças devido às especiali-

zações funcionais, geradoras de relações de complementaridade entre cidades (Corrêa, 2003, p. 135, grifo nosso).

Ao enfatizar o desenvolvimento tecnológico, a ampliação de suas infraestruturas e a circulação de informação em suas análises das cidades e da rede urbana, Corrêa dispõe uma outra camada de complexidade aos estudos da organização espacial e também às análises da Comunicação.

Considerada uma rede social espacializada, a rede urbana é percebida por Lobato Corrêa como tópico negligenciado de pesquisa, apesar do seu potencial de ajudar a conhecer melhor o Brasil (Corrêa, 2011). A abordagem comunicacional não está implícita, mas se mostra evidente nos seus estudos mais recentes, como, por exemplo, ao relacionar o impacto do advento do telégrafo e da informática para os centros urbanos de seus respectivos tempos (Corrêa, 2023). As duas tecnologias associam relações espaciais baseadas não na proximidade, centralidade, dependência/complementaridade, mas na função desempenhada pelas cidades que se especializam. A questão apresentada pelo geógrafo indica um caminho promissor para as investigações interdisciplinares que privilegiam as redes urbanas comandadas por cidades do interior com status de capitais regionais (IBGE, 2020) que diferem pontualmente caso a caso.

Referências:

- CORRÊA, Roberto Lobato. *A rede urbana*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1994.
- CORRÊA, Roberto Lobato. As pequenas cidades na confluência do urbano e do rural. *GEOUSP - Espaço e Tempo*, São Paulo, n. 30, p. 5-12, 2011.
- CORRÊA, Roberto Azevedo Lobato. Entrevista com o professor Roberto Lobato Corrêa. *ParaOnde!?*, v. 5, n.1, p. 134-142, ago./dez. 2011.
- CORRÊA, Roberto Lobato. Globalização e reestruturação urbana – uma nota sobre as pequenas cidades. *Revista Território*, ano IV, n. 6, jan./jun. 1999.
- CORRÊA, Roberto Lobato. Rede urbana e organização espacial. *Revista Brasileira de Geografia*, Rio de Janeiro, v. 68, n. 1, p. 27-39, jan./jun. 2023.
- CORRÊA, Roberto Lobato. Uma nota sobre o urbano e a escala. *Revista Território*, Rio de Janeiro, ano VII, n. 11, 12, 13 - set./out., 2003.
- IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). *Regiões de Influência das Cidades*. Rio de Janeiro: IBGE, 1987.

Peter J. Taylor:

Fluxos centrais, conexão entre cidades globais de mídia e externalidades urbanas

Professor emérito das universidades de Northumbria e de Loughborough, no Reino Unido, o geógrafo Peter James Taylor, especialista em estudos urbanos, é referência importante para aqueles que estudam as redes de cidades e as cidades globais no entrecruzamento com Comunicação e mídia. Justamente porque “nenhum escritor é uma ilha” (Taylor, 2021, p. X), como ele mesmo diz, muitas das suas produções mais relevantes sobre as relações externas entre cidades têm sido desenvolvidas com seus pares no bojo da Globalization and World Cities Research Network (GaWC) – Rede de Pesquisa sobre Globalização e Cidades Mundiais, da qual é diretor. Criada em 1998, na Loughborough University, por Taylor e pelo cientista social e geógrafo económico-urbano Jon Beaverstock, entre outros estudiosos da temática, a exemplo de Manuel Castells e Saskia Sassen, a rede sistematizou uma agenda de pesquisa sobre assunto que naquele momento era emergente (Derudder; Taylor, 2021).

A motivação para criar a rede internacional de pesquisa foi o desejo de analisar como as cidades se relacionam economicamente na globalização e de operar como centro de compartilhamento dos resultados dessas pesquisas em âmbito internacional. A contribuição pessoal de Taylor foi desenvolver um modelo de rede que interliga grandes empresas de serviços empresariais que estão na base dessa teia e permite a aplicação de conceitos e o uso de metodologias baseadas em dados verificáveis, além de possibilitar avaliações empíricas de uma rede mundial de cidades na dinâmica de suas mudanças (GaWC, 2022).

Dois livros registram esse modelo de análise: *World City Network: a Global Urban Analysis* (Routledge, 2004) e *Global Urban Analysis: A Study of Cities in Globalization* (Earthscan, 2011). A meio caminho dessas produções está o artigo “External Urban Relational Process: Introducing Central Flow Theory to Complement Central Place Theory”, em coautoria com Michael Hoyler e Raf Verbruggen, que atualiza e complementa nos novos contextos a teoria clássica das localidades centrais apresentada pelo

geógrafo alemão Walter Christaller nos anos 1960, que trata da conexão vertical e hierárquica que liga cidades de mais alta ordem de complexidade a outras menos complexas e de centralidade relativa, a depender dos bens e serviços por elas produzidos e oferecidos no seu entorno.

Entendemos a teoria do lugar central como a descrição de um processo urbano genérico, uma das relações entre um lugar urbano e o interior. Não temos interesse, portanto, em descartar a teoria do lugar central. Mas o consenso de que as relações externas urbanas atuais exigem mais do que esta teoria (ver como exemplo Parr, 2002) levou-nos a identificar um processo urbano externo diferente, que pode ser considerado para produzir um conjunto complementar de instrumentos conceituais. Assim como a estrutura hierárquica proposta pela teoria do lugar central, defendemos que existe uma estrutura de rede entre as cidades. Enquanto a primeira é uma estrutura espacial vertical ligando escalas locais de interações (*hinterlândias*), a segunda é principalmente uma estrutura espacial horizontal que liga interações não locais. Consideramos ambas como processos urbanos genéricos e, assim, necessários para descrever adequadamente as relações urbanas externas atuais e no passado (Taylor *et al.*, 2010, p. 2805, em tradução livre).

A teoria dos fluxos centrais, portanto, explica as relações não locais e não hierárquicas que se estabelecem entre as cidades mundiais no ambiente da globalização, começando pela distinção entre espaços de lugares e espaços de fluxos e, depois, definindo as ferramentas mais adequadas para a análise do objeto. Dois conceitos ajudam nessa distinção: *town-ness*, processo vertical produzido na relação entre a cidade e o interior, e *city-ness*, processo horizontal produzido pelas relações interurbanas entre cidades com a mesma grandeza que formam redes cosmopolitas interligando localidades centrais de diferentes regiões. Por essas redes fluem mercadorias e outros bens materiais, e principalmente neste caso, ideias, instruções, planos, pessoas, finanças, produções culturais imateriais e informação. Um elemento essencial a determinar o processo de *city-ness* é o “novo trabalho”, constituído por atividades inovadoras e criativas que tornam a divisão laboral mais complexa, que fomenta atividades que vão além do lugar ou das relações urbanas mais imediatas.

Argumentamos que, como todos os lugares urbanos têm hinterlândias, eles são produtos de *town-ness*, mas a importância deste processo irá variar ao longo desses lugares. Geralmente, os locais urbanos maiores são constituídos menos por *town-ness* e mais pelo processo urbano de relações externas: *city-ness*. Este processo representa relações intermunicipais que são geralmente horizontais e vão além do interior. *Town-ness* é descrito pela teoria do lugar central (mais especificamente, pelo princípio de mercado de Christaller) e é modelado como hierarquias urbanas, enquanto *city-ness* é descrito pela teoria de fluxo central e é definido como redes urbanas (Taylor *et al.*, 2010, p. 2810).

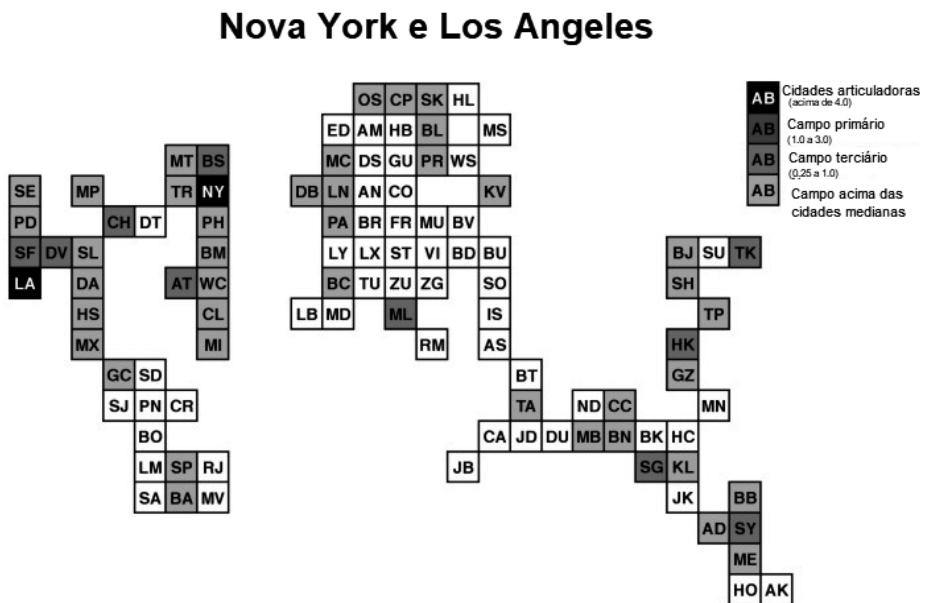
Um exemplo explorado por Taylor e pesquisadores da Rede de Pesquisa sobre Globalização e Cidades Mundiais são as indústrias de mídia, com forte componente geográfico determinado por centros urbanos de atuação dinâmica. Essa Geografia pode ser identificada, medida e comparada por meio da coleta de dados das empresas, cujas decisões, em última instância, formam as redes. Estas são compreendidas como um sistema em três níveis: o primeiro é composto por cidades que são centros especializados de produção (nível nodal); o segundo reúne outros centros urbanos interligados, com base em suas funções específicas no cenário corporativo (nível de rede); o terceiro é constituído por atividades empresariais responsáveis pela conexão entre cidades (nível subnodal) (Taylor, 2001).

Nas cidades globais de mídia e nas redes que elas estabelecem, a integração com polos locais de produção é estratégica, tanto para atender a demandas de cada mercado quanto para impulsionar a inovação. Assim, as redes se organizam de forma descentralizada, com múltiplos pontos de produção e distribuição, garantindo flexibilidade e acesso a diversos recursos. O que estabelece e mede a conectividade entre os centros urbanos é o nível da troca entre escritórios de uma mesma companhia, de companhias parceiras ou pertencentes a um mesmo conglomerado de mídia, além da estrutura geográfica altamente estruturada, imprescindíveis para o ciclo produtivo (grandes escritórios de contabilidade, instituições financeiras, firmas de advocacia etc.), em um cenário com rápidas mudanças no mercado e processos constantes de fusão, encerramento e abertura de novas firmas.

Estudos anteriores de Taylor indicavam essa tendência, como *A world geography of global media cities* (2023), em coautoria com o arquiteto e professor de Geografia Humana alemão Stefen Kräte, com indicações metodológicas do seu livro de 2004. Nesta análise da distribuição geográfica de 33 empresas globais de mídia em 284 cidades de vários países, eles concluiram que existe um padrão espacial que explica a ocorrência, a organização e o crescimento dos negócios, que tinham como principais centros articuladores os arranjos Nova York-Los Angeles, Munique-Berlim, Londres-Paris-Nova York, Estocolmo-Copenhague-Oslo, e em cidades asiáticas como Tóquio, Hong Kong e Singapura, sem centro articulador, e Roma, todos nessa ordem. A figura a seguir mostra a rede mais intensa de empresas de mídia. Na metodologia criada pelos autores, a graduação da cor não representa uma hierarquia, mas os centros urbanos que articulam mais intensamente as trocas entre as cidades de mídia porque são sedes de maior número de empresas midiáticas com filiais/escritórios/partnerias fora do seu território. Nas demais cidades mapeadas, observa-se um nível mais alto de conectividade interurbana porque são os locais estratégicos mais relevantes no apoio à produção e distribuição de serviços, produtos e conteúdos.

A pesquisa resultou nesse esquema que concentra o maior percentual (18,7%) das conexões estudadas. Nova York e Los Angeles representam sete empresas de mídia globais que incluem firmas diversificadas que, até então, possuíam uma base americana – caso da Disney, Viacom, AOL, Sony Pictures/Sony Music e Thomson Reuters (de Toronto). A rede evidenciada no esquema conecta-se com a Oceania via News Corporation, de Sidney, na Austrália, e com a Europa via BBC Worldwide, de Londres. São Paulo e Rio de Janeiro também fizeram parte das articulações, com destaque relativo de São Paulo no campo de fluxos (canto inferior esquerdo). A cidade era um dos centros articuladores de empresas como Sony, Viacom, Disney, AOL, Thomson Reuters e BBC, sediando divisões e um universo de produção correlacionados.

Figura 1 – Campo global de mídia articulado por Nova York e Los Angeles



Fonte: Reprodução de Kräte & Taylor, 2004. Os códigos atribuídos às cidades reproduzem a grafia do original em inglês.

Kräte & Taylor (2023) sintetizam essa geografia complexa e explicam como as empresas globais de mídia produzem espacialidade.

Os clusters de mídia locais em grandes cidades são caracterizados por formas intensivas e flexíveis de networking entre empresas (incluindo subcontratação local e formas de networking orientadas a projetos). A dinâmica do *clustering* envolve muitas pequenas empresas especializadas, bem como os estabelecimentos de grandes grupos de mídia, e leva a ‘economias externas de escala’ e uma rápida disseminação de novas ideias ou impulsos criativos entre as empresas de mídia presentes na respectiva localidade. Ao estabelecer uma rede global de suas filiais e empresas subsidiárias, as empresas globais estão conectando os clusters urbanos de mídia e produção cultural distribuídos internacionalmente entre si. Isso permite que os grandes grupos de mídia explorem o potencial criativo globalmente distribuído da produção cultural. Não enfatizamos demais o papel dos grandes grupos corporativos

como uma chave para o status da cidade, mas destacamos o papel do grande grupo de mídia na criação de conectividade interurbana ao estabelecer os elos organizacionais entre muitos clusters de mídia urbana e os meios criativos de suas respectivas localizações (Kräte; Taylor, 2023, p. 462).

As cidades são o coração das redes e suas particularidades tornam possível a ligação, a dinâmica e a complementaridade entre elas. Ao tratar das cidades no livro *Advanced Introduction to Cities*, Taylor (2021) reforça a conectividade das atividades como a característica capaz de gerar externalidades que enriquecem a vida das pessoas que ali vivem e são condição para a cidade sobreviver, crescer e se projetar.

O foco principal dos estudos urbanos sobre as relações externas das cidades tem sido, tradicionalmente, suas hinterlândias. No entanto, nenhuma cidade se desenvolveu apenas com base em seus arredores imediatos. As cidades surgem em grupos, nunca isoladas. E são as conexões entre elas que desempenham um papel fundamental em seu desenvolvimento. O poder de suas aglomerações é alimentado, sustentado e renovado por elementos externos: novas pessoas, novas ideias e novas demandas, que operam por meio de redes mais amplas de concorrência e cooperação (Taylor, 2021, p. 8).

Taylor usa Manuel Castells para abordar a conexão entre as cidades. Tais relações, para além de espaços de lugares, onde se fixam e agem as aglomerações, formam espaços de fluxos, constituídos por três camadas de interações:

Infraestruturas habilitadoras – As infraestruturas consistiam em conexões físicas entre cidades: as primeiras civilizações se desenvolveram ao longo de rios; posteriormente, as cidades se conectaram por meio de portos marítimos, canais, estradas, ferrovias e rotas aéreas. No mundo moderno, essas conexões foram ampliadas por infraestruturas virtuais: o telégrafo no século XIX, o telefone a partir do início do século XX, culminando na internet global dos dias de hoje. Essa camada de fluxos fornece os centros operacionais da rede.

Interações sociais – As conexões eram estabelecidas principalmente por pessoas envolvidas no comércio e nas finanças. Hoje,

essa rede expandiu-se massivamente com as corporações transnacionais operando em múltiplas cidades ao redor do mundo, constituindo a expressão mais evidente da sociedade em rede de Castells. Esses laços comerciais são complementados por uma vasta gama de outras atividades: políticas (agências da ONU em Nova York, Genebra, Roma, Viena, etc.), sociais (organizações humanitárias em Londres, Nairóbi, Bruxelas, Bangcoc, etc.), profissionais e criativas (conferências, reuniões, festivais e simpósios em Nova York, Los Angeles, Paris, etc.). Tudo isso resulta em uma circulação contínua, física e virtual, de pessoas e ideias, fazendo das cidades nós da rede e ambientes cada vez mais cosmopolitas. Separação das elites – Espaços cosmopolitas extremamente ricos que vivem em enclaves exclusivos interconectados por micro redes, por meio das quais conduzem suas atividades práticas e culturais. O restante da sociedade é excluído desses oásis de luxo – tanto residenciais quanto de lazer –, enquanto as micro redes das elites mantêm vínculos estratégicos com outros lugares e fluxos, bem como com o restante da sociedade (Taylor, 2021, p. 8).

Inspirado no legado de Jane Jacobs, como o próprio Taylor aponta no texto de 2021, suas reflexões são orientadas para pensar a cidade como espaço de criatividade, inovação, diversidade e vida em comum, características diretas das suas conexões e da interação entre diferentes partes e agentes. É um convite do autor para atentar às cidades em rede e às cidades e suas redes, que criam as condições necessárias para o surgimento de novas formas de vida, materiais e simbólicas, nos pontos de convergência entre o global e o local, sem esquecer que “as cidades nunca foram idílios de prosperidade para todos; cada uma delas tem seus lados sombrios, em parte ocultos [...]” (Taylor, 2021, p. 18).

De modo geral, *Advanced Introduction to Cities* é uma ode às cidades e à sua complexidade. No livro, Taylor aborda os centros urbanos berços de civilizações, espaços de intensa atividade econômica e social e centros de demanda e conflito. Também analisa como as cidades se estruturam dentro de contextos nacionais e globais e como trabalham as questões de meio ambiente e sustentabilidade. O primeiro capítulo, “Fundamento das cidades”, reúne aportes teóricos sobre “a cidade”, enquanto os capítulos seguintes (“As cidades como berço das civilizações”, “Cidades movimenta-

das”, “Cidades conectadas”, “Cidades demandantes”, “Cidades divididas”, “Cidades nos Estados”, “Cidades globalizadas” e “Cidades na natureza”) apresentam estudos de caso que fornecem uma visão aplicada dos conceitos propostos. O Rio de Janeiro do antropólogo e escritor Luiz Eduardo Soares (2016) é apresentado na perspectiva do livro *Rio de Janeiro: Cidade Extrema*, um dos estudos de caso incluídos no livro. Versa sobre as externalidades de aglomeração, mais especificamente as relações comerciais (compra e venda na metrópole) e as relações sociais que promovem a descoberta de novas formas de fazer as coisas e se manifestam nos comportamentos sociais, culturais e políticos ao entender que essa dinâmica leva a cidade a uma constante transformação.

Ao argumentar sobre as constantes mudanças pelas quais uma cidade passa, Soares usa a metáfora da cobra, que está sempre trocando de pele. Na síntese do livro, Taylor volta ao autor brasileiro e aponta que a desigualdade social cria uma estrutura hierárquica na qual elites políticas e econômicas exercem poder via redes que transcendem o espaço urbano, enquanto a violência e a corrupção policial se tornam instrumentos de manutenção da ordem. Tal configuração desafia a visão clássica das externalidades de aglomeração como positivas. No Rio, a proximidade de territórios distintos intensifica tanto os fluxos econômicos quanto as dinâmicas de exclusão e insegurança. Mesmo diante de mobilizações coletivas como as manifestações de 2013, “pele política já abandonada” segundo Taylor (2021, p. 48), a cidade segue presa a ciclos de esperança e desilusão, reforçando a imagem de um espaço onde a mudança é contínua, mas os desafios estruturais permanecem: “Soares escreveu seu livro para desconstruir o clichê do Rio de Janeiro como mero destino turístico – uma cidade de praias e biquínis. Ele não nega essa imagem idealizada, mas rejeita sua capacidade de esconder a complexidade nua e crua do Rio de Janeiro que ele conhece e deseja revelar ao mundo” (Taylor, 2021, p. 48).

Como diz o geógrafo no seu capítulo inicial, cidades são processos. E “junto à realidade comum da complexidade urbana, há uma outra igualmente relevante: todas as cidades são únicas. Não reconhecer essa particularidade seria uma falha grave em qualquer introdução ao estudo das cidades” (Taylor, 2021, p. 15).

Referências

DERUDDER, B.; HOYLER, M.; TAYLOR, P. J.; WITLOX, F. (Eds.). *International Handbook of Globalization and World Cities*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2011.

DERUDDER, B.; TAYLOR, P. J. The GaWC perspective on global-scale urban networks. In: NEAL, Zachary P.; ROZENBLAT, Céline. *Handbook of Cities and Networks*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2021.

KRÄTKE, Stefan; TAYLOR, Peter J. A world geography of global media cities. *European Planning Studies*, Taylor & Francis Journals, v. 12, n. 4, 459-477, mar. 2023.

SOARES, Luiz Eduardo. *Rio de Janeiro: Extreme City*. Londres: Penguin Books, 2016.

TAYLOR Peter J.; HOYLER, Michael; VERBRUGGEN, Raf. External Urban Relational Process: Introducing Central Flow Theory to Complement Central Place Theory. *Urban Studies*, v. 47, n. 13, p. 2803–2818, nov. 2010.

TAYLOR, Peter J. *Advanced introduction to cities*. Edward Elgar Publishing Limited: Cheltenham, UK; Northampton, USA, 2021.

TAYLOR, Peter J. Specification of the World City Network. *Geographical Analysis*, v. 33, n. 2, p. 95-194, 2001.

João Baptista Ferreira de Mello:

O geógrafo caminhante – história, geografia
e música na cidade do Rio de Janeiro

A geografia de uma cidade musical. É assim, nesse contorno urbano singular e muito bem definido, que sobressai o objeto dos estudos do geógrafo João Baptista Ferreira de Mello (1949-2021), que trabalhou em seus projetos de pesquisa e de extensão a cidade do Rio de Janeiro e o caráter musical da cidade. Nos seus escritos é possível reconhecer a influência emblemática do rádio e do espetáculo referência da cidade, o carnaval. Carioca do bairro do Catumbi, suas narrativas e personagens inserem o espaço urbano por esse viés em que predominam a história da cidade e a história da música popular como expressão local que reverbera em escala nacional, e, de modo simultâneo, as camadas culturais do Rio de Janeiro capital.

Os elementos desse universo musical que associam a geografia e a história da cidade permeiam a produção do geógrafo. A começar pela dissertação de mestrado, *O Rio de Janeiro dos compositores da música popular brasileira - 1928/1991, uma introdução à geografia humanística* (1991), e pela tese de doutorado, *Dos espaços da escuridão aos lugares de extrema luminosidade - O universo da estrela Marlene como palco e documento para a construção de conceitos* (2000), ambas defendidas no Instituto de Geociências, área de Organização e Gestão do Território do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). O professor orientador, inspirador e guia intelectual, foi o geógrafo Roberto Lobato Corrêa, referência fundamental para os conceitos de símbolo e de lugar que caracterizam a produção de João Baptista Ferreira de Mello.

A dissertação de mestrado mescla o conhecimento da geografia urbana do Rio de Janeiro com a afeição ao lugar. A cadência harmoniosa reflete, na essência, o forte vínculo do geógrafo com as manifestações da cultura local na cidade à qual dedicou a maior parte dos seus estudos e escritos. Já nos agradecimentos da dissertação ele define o conteúdo como uma “criação coletiva, assinada por um geógrafo, que recebeu generosas

e enriquecedoras colaborações de diversos órgãos e pessoas”, inclusive “a direção do IBGE que me concedeu dois anos e meio de licença com vencimentos para frequentar o curso de mestrado” e “todos os compositores da MPB, dos quais tomei a liberdade de me apossar de seus discursos melódicos para tentar interpretar a alma carioca a respeito do espaço e do lugar” (Mello, 1991, p. IV-VIII).

Fez da pesquisa para o mestrado um texto para ser lido e cantarolado. A escolha dos trechos da coleção de canções que representam o espaço escolhido tem a ver com a necessidade de ultrapassar os muros rígidos do lugar da produção acadêmica, as universidades. Justifica dessa maneira o uso da geografia humanística para a compreensão dos “universos vividos”.

O Rio de Janeiro dos compositores da música popular brasileira difere do espaço urbano carioca consignado nos ensaios e livros dos cientistas sociais. A produção acadêmica, distante dos universos vividos, está empenhada em ajustar o mundo às suas teorias, leis e modelos. Enquanto isso, uma expressiva gama de fenômenos amplamente sentidos e colocados em discussão pelo povo e sistematicamente negligenciada, sob o argumento de que o homem comum não tem conhecimento científico sobre a organização do espaço. Correndo na contramão deste dogmatismo e longe de qualquer preconceito, a geografia humanística procura conciliar este descompasso honrando as alegrias, aflições, descontentamentos, premências, conflitos, fantasias e reminiscências dos indivíduos e grupos sociais. Desta maneira, os geógrafos humanísticos podem trabalhar em conjunto com os órgãos, instituições e pessoas interessados em corrigir as desigualdades socioespaciais e, ao mesmo tempo, lutar pela construção e/ou manutenção de um mundo mais humanizado, na busca incessante da felicidade e a “promoção da boa vida” (Mello, 1991, p. IX).

Da sintonia com o espaço, o referencial teórico, as pessoas e as músicas, o geógrafo construiu a matriz de competências e fluxos da sua dissertação, a que deu o título de *As experiências vividas pelos compositores da Música Popular Brasileira no Rio de Janeiro*. Distribuídas em quatro eixos que explicam não apenas o método, mas sua inequívoca identidade com a cidade, estabelece as pontes entre o conhecimento dos conceitos geográficos e o amor pelo lugar e pela música popular brasileira. A metodologia de

João Baptista na coleta e tratamento de documentos, músicas e entrevistas se fundamenta em um contrato documental compreensivo que, organizado em um quadro, sinaliza quatro eixos para observação e análise da geografia social-musical da cidade do Rio de Janeiro.

O primeiro eixo da pesquisa trata dos “Lugares de residência, trabalho, lazer e das ligações ‘físicas’/afetivas”:

O lugar vivido da moradia (4 canções) – Morar em um bairro que tem tudo (subcentro), em bairro aprazível, onde “judas perdeu as botas”; o Balé do Lugar (12 canções) – as migrações cotidianas e ocasionais, os deslocamentos em busca dos lugares de moradia, trabalho e lazer. A mobilidade socioespacial; o lugar vivido do lazer (8 canções) – Os lugares de boemia, esporte, encontros (símbolos e fixos sociais); o Pão de Açúcar, o Corcovado e, ainda, os fixos sociais que funcionam como referenciais geográficos; os lugares centrais (4 canções) – A cidade como centro cultural do país, a Praça Mauá como terminal rodoviário, Madureira como ponto de concentração; Lamento e resistência às transformações espaciais (5 canções) – “podem me prender/podem me bater ... daqui do morro eu não saio não (1965) (Mello, 1991, p. 12).

O segundo eixo, “Lugar, amizade e identidade”, está disposto na relação dos moradores na paisagem da cidade:

Topofilia, o gostar do lugar (2 canções) – “Rio de Janeiro gosto de você / gosto de quem gosta / desse céu / desse mar / dessa gente feliz...” (1954); Relações íntimas com o lugar (4 canções) – “Minha alma canta / vejo o Rio de Janeiro / Rio, seu mar, praias sem fim / você que foi feito pra mim...” (1965), “... eu falo porque Rio / eu conheço você / com essa idade que o bom Deus lhe deu / você está mais broto do que eu....” (1965); Lugar e solidariedade (2 canções) – o compositor do bairro nobre solidário com o morro e os subúrbios. O compositor consciente de que “o morro não tem vez” e sua visão lírica dos subúrbios; Localização Geográfica (2 canções) – Direita, esquerda, lado de cima ou de baixo substituindo os pontos cardeais. Bairros, montanhas contribuindo para o posicionamento do homem no espaço “À minha direita raia um sol vermelho e branco / à minha esquerda um verde e rosa vem

dormir / à minha frente ecoa um grito de gol / atrás de mim dorme a floresta do Andaraí ...” (1984) (Mello, 1991, p. 12).

No terceiro eixo, “Muralhas da natureza, do cotidiano e da imaginação”, o geógrafo descreve o meio ambiente, a topografia e as intervenções urbanas:

A criação do lugar (3 canções) – As formas alternativas de construção das moradas e a exploração da mão-de-obra que constrói, mas não usufrui; “... o Waldemar que é mestre no ofício / constrói o edifício/ e depois não pode entrar ...” (1949); Meio ambiente natural/artificial (6 canções) – A comunhão com a natureza e as calamidades ambientais; Portões e muros do resguardo e da exclusão (23 canções) – As duas margens do Rio, o morro versus o asfalto = lugar do negro; As barreiras do preconceito, das classes sociais; as estratégias dos “protetores” do morro, a territorialidade (inicial dos ritmos musicais e dos banqueiros do jogo do bicho); ... livre do açoite da senzala / preso na miséria da favela (1988); Lugar do modismo- rompimento das muralhas? (6 canções) – A MPB como agente propagador da moda e dos novos costumes (1984) (Mello, 1991, p. 12).

E para fechar a disposição dos eixos identificados na pesquisa de campo, João Baptista discorre sobre Sagrada, Fantasia e Memória dos Lugares:

A Utopia carioca (etnocentrismo e lugar mítico) (9 canções) – O Rio de Janeiro, Copacabana e a favela como eldorados urbanos, “Cidade maravilhosa / coração do meu Brasil ... (1934), “já mandei lhe entregar o mar / que você viu / e pediu pra eu lhe dar / outro dia em Copacabana (1983); A celebração do lugar (11 canções) – “Mangueira teu cenário é uma beleza ...” (1956), “O Rio de Janeiro continua lindo ... ”(196?); Nostalgia e caos urbano (12 canções) – Os compositores cantando a cidade e os bairros com saudades de outros tempos, e a cidade à beira do caos, “... vamos a la playa / pegar conjuntivite / quem sabe uma cistite / o Rio saiu do tom ...” (1988); A restauração dos lugares do passado (4 canções) – “Esta é a Praça Onze tão querida ... a praça existe / alegre

ou triste / em nossa imaginação ...” (1965); ... na Avenida Central eu vi, a moda e o charme de Paris ... (1981) (Mello, 1991, p. 12).

Os dados geo-histórico-musicais coletados e analisados na primeira pesquisa foram além do período considerado. Tempo e espaço se expandiram em estudos subsequentes do geógrafo. No exame da sua produção encontramos capítulos, artigos em periódicos científicos, artigos em jornais. Publicava regularmente na seção de opinião de *O Dia* uma coluna sobre a geografia do Rio. Encontramos dispersos registros iconográficos de caminhadas nas ruas do Rio em página desatualizada no Facebook. Esse material chamou a atenção por reafirmar a perspectiva da Geografia Humanística, do recuperar a sua contribuição para a geografia do lugar, optamos por dar destaque ao seu projeto de extensão Roteiros Geográficos do Rio, um dos produtos do Núcleo de Estudos sobre Geografia Humanística, Artes e Cidade do Rio de Janeiro (NeghaRIO), que João Baptista criou e coordenou no Instituto de Geografia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

A proposta deste capítulo, portanto, também é integrar às suas pesquisas a capacidade e a originalidade na transmissão do seu conhecimento para um público que conseguiu através dele ter a experiência de contato direto com o objeto de pesquisa do geógrafo e, assim, experimentar a própria Geografia.

Com megafone na mão, o geógrafo guiou centenas de grupos de moradores locais e turistas em passeios de fim de semana pelas ruas do centro da cidade. Encontrou nas caminhadas temáticas programadas uma forma de mostrar a História, a Geografia e a Cultura do lugar. Iniciado em 2004, o projeto dos Roteiros Geográficos incorporou passeios noturnos pela cidade. No registro da primeira década, relatou o geógrafo:

Trata-se de um Projeto de expressiva projeção na mídia e credenciado com a solidez de uma vitoriosa trajetória de dez anos, descortinando orgulhosamente a nossa Olímpica e Maravilhosa. Nestes caminhos, atalhos e trilhas, vale frisar, os Roteiros estão nas ruas do Rio (e em ambientes fechados como igrejas, centros culturais e assim por diante) em meio a ensolaradas e noturnas geografias, bem como à meia noite de cada sexta-feira (de 6^a. para sábado), quando o Centro pulula em festas, alaridos, rodas, co-

mes e bebes, shows e simpáticas multidões de todos os matizes e idades (Mello, 2014).

Cada participante testemunhou, no espaço urbano, épocas e circunstâncias do Rio de Janeiro nas transmutações da cidade, que foi, entre outras distinções, capital do Brasil Colônia (1763), do Império Português (1808), da República (1889) e a cidade-estado da Guanabara (1960-1975) (Delgado de Carvalho, 1990; IBGE Cidades, 1974).

Em 2019, no balanço dos 15 anos do projeto, o geógrafo enfatizou as ações de extensão “porque nós amamos o nosso lar/lugar, o Rio de São Sebastião”. “Estamos nas ruas da urbe carioca sempre em defesa da nossa Olímpica e Maravilhosa Cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro e de São Jorge Guerreiro, Patrimônio Mundial da Humanidade” (Mello, 2019). Nesse período, as caminhadas-aulas sobre a Geografia e a História da cidade em parte se repartiram entre o dia e a noite:

Roteiros Diurnos

- (Re)Conhecendo a Periferia do Centro do Rio a Pé
- (Re)Conhecendo o Centro do Rio a Pé
- Ecos da Cultura na Cidade Nova e na Praça Onze dos Bambas do Samba
- Descortinando as Geografias do Catete, Flamengo e Glória
- As Catedrais de São Sebastião do Rio de Janeiro
- Descortinando símbolos da Rua do Mercado, Praça XV e arredores
- Avenida Rio Branco de Ponta a Ponta
- Circulando pelo Campo de Santana, da Proclamação da República e de São Jorge Guerreiro
- Catumbi – dos Laços de Amizade aos Laços de Concreto
- Comemorativos:
- Celebrando a Ordem e o Progresso na Geografia do Rio
- Ordem e Progresso no Rio dos Símbolos Republicanos
- Na Rota das Mulheres da Cidade

Roteiros Noturnos

- Roteiro Noturno no Centro do Rio a Pé
- Caminhando Entre Luzes no Centro do Rio à Noite

- Explorando as Luzes e a Imponência das Torres do Complexo da Central do Brasil
- Yes! Nós temos Braguinha e Copacabana, a Princesinha do Mar
- Luzes Pretéritas e Hodiernas da Sebastianópolis no Flamengo e no Catete
- A Radiante e Criativa Vila Aliança, na Zona Oeste da Cidade
- Memória e Metamorfoses no Retorno aos Morros do Senado, Santo Antônio e Castelo
- Caminhando de Madrugada no Centro da Olímpica e Maravilhosa

Comemorativos:

- Celebrando de Madrugada o Aniversário do Rio a Pé
- Caminhando por Negras Geografias no Centro do Rio (Mello, 2026).

Referências

- DELGADO DE CARVALHO, Carlos. *História da Cidade do Rio de Janeiro*. [Biblioteca Carioca, v. 6]. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, 1990.
- DICIONÁRIO dos Geógrafos Brasileiros. João Baptista Ferreira de Mello. Geobrasil – Grupo Interdisciplinar e Interinstitucional de Pesquisa. Instituto de Geografia da UERJ. Disponível em: <http://www.grupogeobrasil.uerj.br/geografo.php?id=82&lab=1> . Acesso em: 26 jul. 2024
- IBGE Cidades. *Rio de Janeiro – História*. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/rio-de-janeiro/historico>. Acesso em: 14 ago. /2024.
- LOPES, Tim. O mapa musical da cidade. *Jornal do Brasil* [Cidade], 14 dez. 1989, p. 6.
- MACHADO, Mônica Sampaio. *Entrevista com Prof. Dr. João Baptista Ferreira de Mello*. Rio de Janeiro, 2019 [vídeo]. Disponível em: <http://www.grupogeobrasil.uerj.br/geografo.php?id=82&lab=3>. Acesso em: 27 jul. 2024.
- MELLO, João Baptista Ferreira de. A humanização da natureza – uma odisséia para a (re)conquista do paraíso. In: SILVA, Solange Tietzman (org.). *Geografia e Questão Ambiental*. Rio de Janeiro: IBGE, 1993, p. 31-40.
- MELLO, João Baptista Ferreira de. Descortinando e (Re)pensando categorias espaciais com base na obra Yi-Fu Tuan. In: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDALH, Zeny. (Org.). *Matrizes da Geografia Cultural*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001, v. 1, p. 87-101.
- MELLO, João Baptista Ferreira de. *Dos espaços da escuridão aos lugares de extrema luminosidade* – o universo da estrela Marlene como palco e documento para a

construção de conceitos geográficos. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2000.

MELLO, João Baptista Ferreira de. Geografia humanística: a perspectiva da experiência vivida e uma crítica radical ao positivismo. *Revista Brasileira de Geografia*, Rio de Janeiro, v. 52, p. 91-115, 1990.

MELLO, João Baptista Ferreira de. *O Rio de Janeiro dos compositores da música popular brasileira - 1928/1991* – uma introdução à Geografia humanística. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1991.

MELLO, João Baptista Ferreira de. O Rio dos símbolos oficiais e vernaculares. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (orgs.). *Espaço e Cultura: Pluralidade Temática*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008, p. 173-186.

MELLO, João Baptista Ferreira de. Os tambores e as flechas de São Sebastião do Rio de Janeiro. *Revista Imaginário* – USP n. 15, p. 37-67, 2007.

MELLO, João Baptista Ferreira de. O triunfo do lugar sobre o espaço. In: MARANDOLA JR., Eduardo; HOLZER, Werther; OLIVEIRA, Lívia (org.). *Qual o espaço do lugar? Geografia, epistemologia, fenomenologia*. São Paulo: Perspectiva, 2012, p. 33-68.

MELLO, João Baptista Ferreira de. Simbólicas datas. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato (org.). *Temas e Caminhos da Geografia Cultural*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010, p. 261-276.

MELLO, João Baptista Ferreira de. Símbolos dos lugares, dos espaços e dos “deslugares”. *Espaço e Cultura*, Rio de Janeiro, n. 16, p. 64-72, 2003.

André Buonani Pasti:

Concentração e democratização da mídia no território usado

A trajetória acadêmica do geógrafo André Buonani Pasti emerge como um exemplo de como a Geografia pode dialogar de forma profícuamente com outras áreas do conhecimento, em especial os estudos da Comunicação. Sua produção intelectual, marcada por uma perspectiva crítica e politicamente engajada, trabalha questões centrais da espacialidade da Comunicação, com o propósito de analisar a construção de uma sociedade mais democrática por meio do direito à comunicação e a liberdade de expressão.

Doutor em Geografia Humana pela Universidade de São Paulo (USP), mestre e licenciado em Geografia pela Unicamp, Pasti é professor na área de Planejamento Territorial e Ciências Humanas do Centro de Engenharia, Modelagem e Ciências Sociais Aplicadas (CECS) da Universidade Federal do ABC (UFABC), onde integra o Programa de Pós-Graduação em Planejamento e Gestão do Território (PGT).

A Comunicação é uma das linhas de pesquisa em que atua – Comunicação, Território e Conjuntura, que reconhece “o papel central da Comunicação nas conjunturas dos usos do território no presente [...] e busca compreender o que o território usado revela sobre o papel da comunicação na conjuntura atual”. A linha tem como propósito investigar como a organização da comunicação no território condiciona as possibilidades de debater outros projetos e subsidiar leituras da conjuntura que considerem a tensão entre as inovações e os arranjos espaciais. Desde a sua formação tem se dedicado a investigar as dinâmicas territoriais da informação e da comunicação, com foco especial na concentração de mídia na América Latina.

Líder do Grupo de Pesquisa Território Praticado, Conjuntura e Tecnopolítica na América Latina – TERRITORIAL no CNPq, o geógrafo é pesquisador associado do Centro de Estudos da Favela (CEFAVELA) e integra o Intervozes – Coletivo Brasil de Comunicação Social. Com a equipe do Intervozes, organizou a pesquisa que resultou no livro *Quem controla*

a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais (Bandeira; Mendes; Pasti, 2023), que debate a concentração de mídia e os monopólios audiovisuais e digitais no Brasil.

A aproximação de André Pasti com o Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação, da Intercom, desde 2011 tem contribuído para o fortalecimento teórico do Grupo, em especial a interpretação que fez em diversas oportunidades da importância dos conceitos de Milton Santos para a Comunicação. A riqueza didática com que opera essa “transferência de conhecimento” está evidente em três trabalhos em particular, todos apresentados em encontro do GP.

O primeiro texto é *A comunicação, os usos do território e o método geográfico: em busca de uma leitura crítica* (Pasti, 2012), no qual o autor apresenta “conceitos da Geografia para pensar a Comunicação e a informação a partir do território, sob uma perspectiva crítica” (p. 1), partindo de teorias de Milton Santos. Dentre essas destacam-se: território usado, totalidade, totalização, evento, meio técnico-científico-informacional, densidade informacional e comunicacional, verticalidade e horizontalidade, tecnosfera e psicosfera, alienação territorial, cotidiano e redes.

Pasti mostra como esses conceitos geográficos têm a capacidade de ajudar a explicar as dinâmicas territoriais da informação atravessadas por relações de poder e desigualdades de toda ordem. Eles permitem, por exemplo, compreender como a Comunicação opera em diferentes escalas – do local ao global – e como os fluxos de informação, sejam hegemônicos ou contra-hegemônicos, transformam os lugares e suas dinâmicas sociais ao integrar aspectos materiais, como a infraestrutura, e imateriais, como as ideias e os significados. Ele entende que nos esforços de pesquisas voltadas para pensar espaços mais solidários não bastam os arranjos dos conceitos.

Ao analisar os usos do território, é importante considerar a dimensão política, identificando os agentes hegemônicos e hegemonizados, bem como a existência de “lugares que comandam” e “lugares que obedecem” — a partir dos fluxos de informação. Tanto a difusão seletiva e desigual das infraestruturas comunicacionais como as ações dos agentes hegemônicos no comando da comunicação trazem consequências importantes aos lugares e merecem a atenção de nossas investigações (Pasti, 2012, p. 6).

O segundo texto destacado neste capítulo, intitulado *A internalização da categoria informação no pensamento geográfico: algumas considerações*, foi apresentado no Congresso da Intercom em 2015. Nele, Pasti apresenta duas perspectivas sobre a Comunicação: a da escola sueca de Geografia, representada por Torsten Hägerstrand e Gunnar Törnqvist; e a de Milton Santos. Na revisão de literatura, situa as origens dos estudos sociais e das teorizações sobre a Comunicação e a informação e explica como a escola sueca da Geografia foi pioneira ao tratar do tema comunicacional ao enfatizar a difusão espacial de inovações e a importância das redes interpessoais de comunicação, destacando o contato face a face, a circulação de informações privadas e a atuação dos meios de comunicação de massa junto a líderes de opinião. Na visão de Pasti, amparada por Milton Santos, essa abordagem seria excessivamente dependente de modelos matemáticos e quantitativos que simplificam as dinâmicas sociais e reforçam intencionalidades do mercado.

Sobre as considerações de Santos, para quem o tema não pode ser estudado sem se considerar o território usado e sem que seja atualizado o conceito de espaço entendido como meio técnico-científico-informacional, Pasti esclarece que o geógrafo baiano diferencia a informação (conteúdo transmitido verticalmente, muitas vezes de forma unidirecional) da comunicação (trocas recíprocas e horizontais) e introduz conceitos como densidade informacional e densidade comunicacional, que permitem analisar como a informação e a comunicação se distribuem no território, com destaque para as relações de poder e as desigualdades espaciais. Sua distinção entre círculos de informações ascendentes e descendentes oferece uma visão particular dos fluxos de informação e dos agentes hegemônicos. A abordagem de Pasti integra a análise espacial com uma visão crítica das relações de poder e permite compreender a categoria informação no contexto da globalização.

O terceiro texto de Pasti escolhido para este capítulo é *Contribuições de Milton Santos para pensar a democratização da comunicação*, apresentado no Colóquio Brasil-Argentina de Comunicação (2018), reproduzido no livro *Diálogos Latino-Americanos: Comunicação e democracia em tempos de convergência* (2018), organizado por Maria José Baldessar e Daniela Monje como produto daquele evento, que teve como um dos objetivos apresentar, desde a Comunicação, a obra miltoniana para os pesquisadores. Nesse texto, Pasti extraí de oito trabalhos de Milton Santos um “sistema de conceitos

coerente, pertinente e operacional” (Pasti, 2018, p. 38) para fundamentar discussões e estudos sobre mídia, território e políticas públicas de comunicação no contexto latino-americano. Ele explica o que significam e como podem ser aplicados aos estudos de Comunicação termos como “violência da informação”, “globalização perversa”, “verticalidade e horizontalidade dos arranjos espaciais”, “território banal” e pares dialéticos como “áreas da fluidez e da viscosidade”; “espaços da rapidez e da lentidão”; “espaços que ‘mandam’ e que ‘obedecem’”; “espaços luminosos e opacos da globalização” e “zonas de densidade e rarefação”. Uma verdadeira aula que fornece aos autores da área ferramentas adequadas para pensar a mídia no espaço geográfico.

A partir daí, problematizar as desigualdades regionais e as distintas condições constituídas em cada parcela do território. Esse olhar para a totalidade exige o entendimento de que, ao mesmo tempo em que “cada lugar é extremamente diferente de outro, também cada lugar está claramente ligado a todos os outros por um nexo único, dado pelas forças motrizes do modo de acumulação hegemonicamente universal” (Santos, 1984). Assim, não se deve analisar os lugares por meio de lógicas particulares e encerradas em si, sem a consideração da totalidade. E as políticas para a democratização da comunicação não podem desconsiderar essa totalidade em movimento. As políticas para ampliar a densidade comunicacional nos espaços “do silêncio” devem partir de transformações técnicas e normativas. Nesse sentido, a expansão das bases técnicas de suporte à fluidez informacional e a ampliação da densidade técnica dos espaços opacos da globalização compõem uma agenda política de grande importância para a democratização da comunicação, pois transformam as condições para a produção e circulação de informações ascendentes e para a ampliação da densidade comunicacional dos lugares. Isso se dá em função da mediação crescente das técnicas na comunicação, da possibilidade de apropriação das novas técnicas pelos de baixo (Santos, 2000) e dos ganhos de escala do alcance das informações em circulação que são viabilizados por essas redes (Pasti, 2018, p. 49-50).

Assim, ao privilegiar temas como democratização da comunicação, concentração midiática, políticas públicas de comunicação e fluxos de informação no território, sua produção, pode ser organizada em três eixos: a relação entre território e comunicação, com ênfase na produção e circulação de informações; as políticas de comunicação e sua interface com o planejamento territorial; a crítica à concentração midiática e a defesa de uma comunicação democrática e descentralizada.

Território e Comunicação: a Geografia dos fluxos de informação

Nas suas pesquisas, a análise das dinâmicas territoriais da informação é uma das frentes de trabalho e demonstra como a Comunicação não ocorre em um vácuo espacial, ao contrário: está profundamente relacionada com as estruturas territoriais e as redes técnicas que sustentam a globalização. Essas questões estão presentes nos estudos de André Pasti sobre como as agências transnacionais de notícias, as corporações midiáticas e as políticas de comunicação definem os fluxos de informação no território, muitas vezes reforçando assimetrias e desigualdades.

Os fluxos de informação no território usado, considerando as instituições, infraestruturas e relações de poder que tornam esse movimento possível são estudados por Pasti desde a graduação em Geografia. Na monografia de conclusão da licenciatura em Geografia (2010), ele estudou o mercado de capitais e o circuito da informação financeira em São Paulo, indicando ali a direção do seu projeto intelectual. Em 2013, em parceria com a orientadora Adriana Maria Bernardes da Silva, com quem seguiria no mestrado, publicou o artigo “O mercado de capitais e os círculos de informações financeiras no território brasileiro” (Pasti; Silva, 2013), retomando o tema e ampliando o alcance da análise para o território nacional.

Na dissertação de mestrado intitulada *Notícias, informação e território: as agências transnacionais de notícias e os círculos de informação no território brasileiro* (2013), Pasti analisou a hierarquia das redes informacionais em agências globais de notícias – como Reuters, Agence France-Presse e Associated Press – com foco nas permanências e mudanças nos centros de comando dos círculos de informação descendente e nas implicações sobre o território. A categoria informação é trabalhada desde a Geografia e mostra como a concentração da produção de notícias em

poucas mãos pode levar à alienação territorial, na medida em que as informações circulantes refletem os interesses de uma minoria em detrimento da diversidade de vozes.

No doutorado, desenvolveu a tese *Mídia, território e comunicação ascendente: políticas e disputas para a democratização da comunicação na Argentina* (2018). O estudo se voltou para as políticas de comunicação na Argentina, com foco na Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual, de 2009, e demonstrou o objetivo do texto legal de promover a descentralização da produção midiática e a ampliação de vozes alternativas, populares e comunitárias. A pesquisa evidencia como as políticas públicas de comunicação podem ser instrumentos poderosos para a democratização do território ao fomentar a produção e a circulação de informações ascendentes, que emergem dos lugares e refletem as demandas e realidades locais.

Políticas de comunicação e planejamento territorial

Nesta interface, Pasti considera que a comunicação é um direito fundamental e, como tal, deve ser considerada no planejamento e na gestão do território. Suas pesquisas destacam a importância de políticas públicas que promovam a diversidade midiática, a desconcentração dos meios de comunicação, o fortalecimento de veículos alternativos, populares e comunitários e a proteção de dados dos cidadãos.

Entre os seus trabalhos recentes que tratam dessa temática está *Comunicação e território: fundamentos conceituais a partir da Teoria Crítica do Espaço* (Pasti, 2024a), resultado do amadurecimento de outros dois textos aqui citados (Pasti, 2012; 2018), que recupera elementos de um terceiro, também de sua autoria – *O novo e o velho na organização da mídia no território brasileiro: contribuições para a leitura da conjuntura atual a partir de Milton Santos* (Pasti, 2022). O conceito central é o de território usado e praticado, pelo qual Milton Santos define o espaço geográfico como um conjunto dinâmico de sistemas de objetos técnicos e ações humanas. Tal perspectiva permite compreender como a comunicação, especialmente com o advento das tecnologias da informação, reorganiza os territórios, transformando-os em espaços de interação entre o global e o local. Outro pilar da discussão de Pasti no artigo é a noção de totalidade e totalização, que sustenta a ideia de que o espaço é uma rede de relações complexas e in-

terdependentes, que conectam os eventos locais a processos globais, sendo a comunicação um meio fundamental para essa conexão.

Retomando a escala geográfica, outro conceito-chave explorado pelo geógrafo, explica que ela não é apenas uma medida de extensão, mas a área de ocorrência de fenômenos que varia conforme a dinâmica dos eventos e das ações humanas e que gera a tecnosfera (os objetos técnicos que sustentam a comunicação) e a psicosfera (o reino das ideias, crenças e valores que fluem pelas infraestruturas), conceitos que sustentam a análise das dinâmicas comunicacionais. Pasti explica como, no contexto da globalização, a comunicação é marcada pela unicidade técnica e pela unicidade dos momentos que conectam lugares distantes em tempo real, mas também geram desigualdades, porque o controle da informação está concentrado em poucos agentes globais.

O mesmo artigo aborda a comunicação ascendente, que emerge dos lugares como forma de resistência e transformação. Essa comunicação, baseada no cotidiano compartilhado e nas dinâmicas locais, contrasta com a comunicação descendente, controlada por agentes hegemônicos. Essa análise do território usado e praticado revela como a comunicação pode ser tanto um instrumento de dominação quanto uma ferramenta para a construção de projetos alternativos:

O território usado e praticado nos revela, portanto, que a comunicação pode ser portadora de transformações nos lugares e dos lugares para a totalidade-mundo, colocando imensos desafios à análise e às políticas das comunicações. Cabe a nós construir os caminhos teóricos para compreender com profundidade essas novas dinâmicas e, se possível, subsidiar propositivamente ações que levem a usos mais solidários do território (Pasti, 2024a, p. 15).

Democratização dos meios e regulação das comunicações

De modo geral, a produção de Pasti é marcada por crítica contundente à concentração de mídia e à hegemonia dos conglomerados de comunicação e informação, que limitam a pluralidade de vozes e reforçam estruturas de poder que vinculam desigualdades sociais e territoriais. Suas pesquisas contribuem para o debate sobre a regulação da mídia, com ênfase em políticas de desconcentração e de transparência para o setor.

No artigo *Sua cidade, seus dados: resistindo à mercantilização do território e dos dados pessoais* (Pasti, 2024b), ele trata da crescente mercantilização das informações pessoais no contexto do planejamento e da gestão urbana considerando os riscos em especial para a privacidade. Pasti usa um caso real para ilustrar como a coleta e o uso indiscriminado de dados pessoais podem ser instrumentalizados para controle político e social: em Vinhedo (SP) um vereador foi alvo de vigilância invasiva e teve seus dados coletados pela prefeitura. Pasti critica a ideia de *smart city*, que promove a privatização de dados e a concentração de poder nas mãos das empresas de tecnologia e de governos que muitas vezes empregam o discurso de eficiência e modernização, mas sem transparência ou algum tipo de controle social.

Para ele, a plataformização e o colonialismo de dados (informação armazenada em “nuvens” fora do território nacional) reforçam as desigualdades, com as tecnologias urbanas controladas por poucos países e empresas.

As tecnologias não são boas, nem ruins, nem neutras. Reconhecer que elas acompanham valores sociais e produzem mudanças na sociedade e nos usos do território exige que nos engajemos no debate – político – sobre o desenvolvimento tecnológico, os sentidos sociais das inovações e os níveis de controle social das tecnologias (Pasti, 2024b, p. 35).

Ele entende que uma agenda crítica que inclua a soberania tecnológica, a proteção de dados pessoais e a participação dos moradores no planejamento urbano para resistir à mercantilização do território e dos dados é um caminho coerente. E apresenta como exemplo as campanhas “Sua Cidade, Seus Dados”, da Rede Latino Americana de Estudos em Vigilância, Tecnologia e Sociedade (LAVITS), e “Seus Dados São Você”, da Coalizão Direitos na Rede, que reúne organizações, ativistas e acadêmicos na defesa da internet livre e aberta no Brasil.

A regulação de proteção de dados não é suficiente, mas uma das dimensões de uma luta mais ampla. A partir da digitalização do território, a agenda política histórica da reforma urbana — em defesa de cidades justas e democráticas e da cidade como um direito — passa a se encontrar com os ativismos digitais e as lutas por uma comunicação mais democrática. Cada vez mais a agenda

crítica sobre as tecnologias precisa estar presente em diferentes temáticas que perpassam nosso cotidiano. [...]

Assim, para além das perversidades da esperteza da privatização e mercantilização de dados nas cidades, há um conjunto de possibilidades para construção de outros futuros buscando usos mais solidários do território, a partir da apropriação das técnicas pelos “de baixo” (Santos, 2000). A adoção e o desenvolvimento de tecnologias que garantam a soberania tecnológica popular e que protejam os dados dos cidadãos; a promoção de formas colaborativas de produção de tecnologias, com ferramentas e código livres; a garantia de mais participação social nos processos de planejamento e gestão da cidade; e a realização de debates públicos e politizados sobre a adoção de tecnologias estão entre as ações com outros sentidos, que podem acompanhar um planejamento territorial democrático e popular, que busque promover a cidade como um direito (Pasti, 2024b, p. 36-37).

Mídia, democracia e outros futuros no território

O conjunto de textos de André Pasti mostra que a Geografia, ao dialogar com os estudos da Comunicação, contribui para a compreensão de questões centrais sobre a espacialidade da informação e suas implicações políticas. Ancorada na Teoria Crítica do Espaço de Milton Santos, sua produção mostra ferramentas conceituais para estudar o campo da Comunicação no território agregadas às relações de poder e às desigualdades dos fluxos informacionais.

A contribuição de Pasti transpõe os estudos teóricos ao sugerir formas de ação política que promovam a desconcentração dos meios, a participação do cidadão e a ampliação das vozes periféricas. Suas pesquisas trabalham a Comunicação como campo de disputas territoriais e políticas. Defendem o encontro de sujeitos que buscam, juntos, a significação dos significados, como nas palavras de Milton Santos e Paulo Freire que estão nas epígrafes da sua tese.

Referências

- BANDEIRA, Olívia; MENDES, Gysselle; PASTI, André B. *Quem controla a mídia? Dos velhos oligopólios aos monopólios digitais*. São Paulo: Veneta, 2023.
- PASTI, André B. A comunicação, os usos do território e o método geográfico: em busca de uma leitura crítica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35. 2012, Fortaleza. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2012.
- PASTI, André B. A internalização da categoria informação no pensamento geográfico: algumas considerações. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37. 2015, Rio de Janeiro. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2015.
- PASTI, André B. Comunicação e território: fundamentos conceituais a partir da Teoria Crítica do Espaço. *Élisée, Rev. Geo. UEG – Goiás*, v.13, n.1, jan./dez. 2024a.
- PASTI, André B. Contribuições de Milton Santos para pensar a democratização da comunicação. In: Maria José Baldessar; Daniela Inés Monje. (Org.). *Diálogos latino-americanos: comunicação e democracia em tempos de convergência*. São Paulo: Intercom, 2018, p. 37-52.
- PASTI, André B. *Mídia, território e comunicação ascendente: políticas e disputas para a democratização da comunicação na Argentina*. 2018. Tese (doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.
- PASTI, André B. *Notícias, informação e território: as agências transnacionais de notícias e os círculos de informação no território brasileiro*. 2013. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2013.
- PASTI, André B. O novo e o velho na organização da mídia no território brasileiro: contribuições para a leitura da conjuntura atual a partir de Milton Santos. *PerCursos*, v. 23, n. 51, p. 238–264, 13 maio 2022.
- PASTI, André B. *São Paulo, o mercado de capitais e o circuito da informação financeira*. 2010. Monografia (Graduação) – Licenciatura em Geografia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.
- PASTI, André B.; SILVA, Adriana Maria Bernardes da. O mercado de capitais e os círculos de informações financeiras no território brasileiro. *Confins*, n. 19, 2013.
- PASTI, André B. Sua cidade, seus dados: resistindo à mercantilização do território e dos dados pessoais. *Diálogos Socioambientais*, v. 7, n. 20, p. 34–37, 2024b.

Parte II

Autores da Comunicação

na Geografia

Introdução

Se a Geografia nos oferece instrumentos teóricos e metodológicos para compreender como o território estrutura as práticas comunicacionais, os estudos da Comunicação nos ajudam a pensar as espacialidades da mídia, suas infraestruturas, seus fluxos e desdobramentos sobre os territórios, regiões, lugares. Nesta seção, reunimos autores que exploram os cruzamentos entre mídia, espaço e territorialidade, trazendo temas que incluem os estudos de comunicação, mídia e jornalismo.

José Marques de Melo inaugura a discussão ao destacar a interdisciplinaridade entre Comunicação e Geografia, posicionando-se como o intelectual que impulsionou essa articulação no Brasil. Anamaria Fadul aprofunda a reflexão ao examinar as escalas da indústria midiática, conectando aportes internacionais aos estudos regionais. O canadense Mike Gasher, no início da digitalização do jornalismo, observa desde a virada para o século XX a mudança nos mapas das notícias, em harmonia com os primeiros pesquisadores brasileiros que discutiram a produção e a circulação da informação. Sonia Aguiar e Paulo Celso da Silva, cada um a seu modo e no seu campo, discutem territórios e escalas da mídia e da tecnologia, mostrando como os meios, seja na sua materialidade ou no seu conteúdo simbólico, produzem o espaço geográfico.

Assim como na primeira parte, os textos podem ser lidos separadamente, mas procuramos estabelecer uma sequência pensando, primeiro, numa ordem temporal de proposição temática e definição da disciplina, e em seguida nas contribuições mais recentes, fundamentais e representativas para os estudos geográficos desde a Comunicação. Os textos têm em comum o desbravamento do campo e o posicionamento marcado pela certeza de que os meios de comunicação e as tecnologias de mídia contribuem para a construção de territórios que sejam, mais do que delimitações políticas, espaços vividos democraticamente.

José Marques de Melo:

Bússolas para a dinâmica interdisciplinar Comunicação-Geografia

O itinerário espacial acadêmico e pessoal de José Marques de Melo (1943-2018) tem raízes nos seus deslocamentos locais, regionais, nacional e internacional. Nascido em Palmeira dos Índios, cresceu em Santana do Ipanema, ambas no estado de Alagoas, distantes 72 quilômetros uma da outra. Comentava bem-humorado que vinha de uma “terra de muros baixos”, o que significava que na cidade pequena onde nasceu e na que depois cresceu todos sabiam de tudo e a vida fluía naturalmente em comunidade. Com a proximidade, as informações circulavam sem demandar outro recurso além do relato oral. Em 1943, o estado de Alagoas era predominantemente rural, com a maioria da população acima de 18 anos (474.905 hab.) trabalhando em agricultura, pecuária e silvicultura (IBGE, 1946, p. 36-38).

O lugar esteve presente na sua obra desde cedo. Seus escritos se expandem do local para o regional quando se muda para Recife, a efervescente capital de Pernambuco das décadas de 1950 e 1960. Ali se formou em Jornalismo e em Direito; trabalhou na assessoria técnica da Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) sob a direção do economista Celso Furtado, na qual foi editor do Boletim Econômico (1965-66); foi aluno do jornalista, escritor e pesquisador da Comunicação Luiz Beltrão; se casou com Sílvia e começou para valer a carreira de jornalista. Mais tarde, ampliou o seu círculo para o nacional a partir de São Paulo, a grande metrópole que escolheu para viver, onde recebeu o diploma de primeiro doutor em Jornalismo na USP e de onde reverberaram suas pesquisas, sua experiência docente e de gestor educacional ancoradas principalmente na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Dali saiu em 1973 para o pós-doutorado na Universidade de Wisconsin-Madison, nos Estados Unidos, e teceu as conexões internacionais com estudiosos nas Américas e na Europa que viabilizaram maior alcance da produção brasileira nos campos do Jornalismo e da Comunicação. Viveu em São Paulo a maior parte da sua vida.

Em meio à sua extensa obra sobre jornalismo, mídia, políticas públicas de comunicações, ensino, graduação e pós-graduação, a abordagem da Comu-

nicação e do Jornalismo com inserções da Geografia é provocada pelos laços com a sua identidade regional ao conectar questões espaciais com as condições sociais no território brasileiro e inferir, por exemplo, que “o entendimento das relações entre espaço e comunicação pressupõe a compreensão de dois fenômenos históricos: o processo de ocupação do solo e o fluxo migratório” (Marques de Melo, 2011, p. 31).

O vínculo com o espaço se materializou ainda na época como repórter em Recife, de modo simultâneo ao interesse pela história dos acontecimentos econômicos, influenciado pela convivência com Celso Furtado na Sudene e pela leitura de Harold Innis, “o economista e geógrafo reconhecido como fundador da Escola de Toronto”, que “motivou a inclusão da geografia no conjunto dos saberes fundamentais para a cognição dos mecanismos de interação simbólica que acionam o cotidiano”. Cobriu, por exemplo, a “desativação de ramais ferroviários que operavam no vermelho, decretada pelo governo Castelo Branco” e os “biscateiros da cidade do Recife, avós ou bisavós dos ‘bolsistas’ que hoje formam a legião dos desempregados ou subempregados inscritos nos programas de distribuição de renda” (Marques de Melo, 2011, p. 7-8).

O livro *Comunicação, Ordem e Progresso – O novo ciclo de desenvolvimento e a soberania do Brasil na arena multipolar* (2011) mostra a imersão do jornalista-pesquisador nas relações construídas entre a Comunicação, a História e a Geografia no Brasil, com análises dos movimentos humanos e informacionais constituídos entre as regiões Nordeste (sua origem) e Sudeste (seu lugar por opção). É uma autobiografia que documenta como evoluem as suas leituras de autores brasileiros e estrangeiros, sua participação nos debates sobre a circulação da informação Norte-Sul e a experiência em coberturas jornalísticas que marcaram a sua formação intelectual e mais tarde convergiram para as aproximações entre a Comunicação e a Geografia.

Nesse volume ele narra a sua intenção, principalmente nos anos 1960, de “reforçar meu conhecimento e ampliar a compreensão sobre o papel desempenhado pela economia política nos processos comunicacionais” pela “plena consciência das minhas lacunas cognitivas”. E adianta que

[...] o fiz academicamente, escrevendo artigos e ensaios de modo a articular pensamento e ação. Minha primeira incursão foi publicada no terceiro capítulo do livro *Comunicação, Opinião, Desenvolvimento* (Petrópolis, Vozes, 1971), onde expresso perplexidade frente aos índices mí nimos fixados pela UNESCO para considerar um

país desenvolvido ou em fase de crescimento. Meu argumento era o de que o Brasil preenchia quase todos os requisitos necessários, mas não lograva avanços significativos. Persistia a exclusão de vastos contingentes da população dos benefícios do desenvolvimento. Estes alimentavam o êxodo rural, que só poderia ser estancado com a reforma agrária, que afinal nunca aconteceu, inchando as periferias metropolitanas com o afluxo de trabalhadores sem qualificação, condenados à marginalidade social (Marques de Melo, 2011, p. 7-8).

De fato, a questão rural permaneceu no seu horizonte profissional desde os anos 1960. O assunto estava entre os interesses acadêmicos principalmente na academia, a exemplo da participação no Seminário sobre Pesquisa em Comunicação, Difusão de Inovações e Adoção de Práticas no Brasil Rural promovido em Piracicaba pela Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz da USP (1967), e no ensino, em cursos como o de Especialização em Comunicação Rural na ECA-USP (1972) (Marques de Melo, 1985).

Depois da “exploração inicial” sobre a temática do rural, ele se voltou para o espaço urbano em *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação* (Vozes, 1976), fundamentado em leituras críticas do uso do espaço nos estudos de Comunicação sobre a cidade e considerações sobre o ritmo acadêmico da produção de conhecimento:

Ali, focalizei o pensamento de Marshall McLuhan e Daniel Lerner, discutindo criticamente sua aplicabilidade à realidade brasileira, bem como resgatando ações públicas, como as que resultaram no planejamento urbano para corresponder às aspirações de lazer dos paulistanos e as que conduziram ao descompasso da universidade no sentido de produzir conhecimento comunicacional sintonizado com as demandas da sociedade (Marques de Melo, 2011, p. 8).

No livro de 2011, há de ser destacado o Capítulo 1, “Lugar e movimento na configuração do espaço brasileiro – Geografia da Comunicação”. Ali estão demarcados os aportes de autores estrangeiros para a interdisciplinaridade da Comunicação com a Geografia, como os diálogos com a História, a Geografia e a Economia de Harold Innis (1950), e a metáfora da aldeia global para interpretar o nascente processo de globalização de Marshall McLuhan e Bruce Powers (1989). Estão também iniciativas de líderes globais como a do ex-chanceler alemão Willy Brandt (1913-1992) à frente da Comissão Independente

para Assuntos de Desenvolvimento Internacional, que em 1980 produziu o Relatório Brandt, no qual a ideia de Sul Global aparece pela primeira vez, e que gerou mais tarde o relatório *Our Global Neighborhood* (1995) da Comissão sobre Governança Global. Para Marques de Melo este foi um livro-manifesto, “ideário de uma ‘outra globalização’, não cimentada pelos escombros do Estado-nação, mas nutrida pela ação solidária da sociedade civil” (Marques de Melo, 2011, p. 13).

Na USP, a convivência com geógrafos que fundamentaram o pensamento do campo no Brasil reafirmou para ele o caráter interdisciplinar da Geografia com a Comunicação, em especial a partir do congresso O Novo Mapa do Mundo de 1992, promovido pelo Departamento de Geografia da Universidade de São Paulo, para o qual foi convidado pelos geógrafos Milton Santos e Maria Adélia de Souza. Assim reforçou as conexões com os “vestígios de incursões bem anteriores nesse território-fronteira, configurando uma espécie de Geografia precoce da Comunicação brasileira”, identificando entre os agentes dessas incursões o geógrafo Caio Prado Jr., o historiador e sociólogo Sérgio Buarque de Holanda e o educador Fernando de Azevedo, “todos do quadro de pioneiros da Universidade de São Paulo” (Marques de Melo, 2007).

Fernando de Azevedo teve, para Marques de Melo, “o mérito de haver explorado mais detidamente as variáveis comunicacionais na cidade moderna, estabelecendo nexos entre as ‘vias de comunicação’ e a ‘civilização de movimento.’” Ele assinala que o capítulo introdutório do livro de Azevedo, *Um trem corre para o Oeste* (1950), sobre a estratégica linha ferroviária Noroeste do Brasil ligando o estado de São Paulo ao Centro-Oeste, até as fronteiras com a Bolívia e o Paraguai, “contém verdadeira plataforma para uma ousada Geografia da Comunicação” porque correlaciona os meios de transportes de mercadorias aos canais de difusão das ideias na sociedade brasileira.

Não são, pois, somente as mercadorias, os artigos de comércio, os produtos, mas a língua, a cultura, as ideias e os costumes que circulam ao longo dos caminhos. [...] Todos os que habitam ao longo e na vizinhança dos caminhos, ficam diretamente sob a influência dos focos de irradiação de cultura, e tendem a transformar-se sob a pressão, mais ou menos intensa, dos elementos de cultura, material e espiritual que o comércio, as migrações e as viagens põem com frequência ou constantemente, em circulação (Azevedo, 1950, p. 15).

De Sérgio Buarque de Holanda (1957), Marques de Melo (2011) apresenta trechos que mostram os fluxos desde São Paulo para transpor “as matas espessas” ou “as montanhas aprumadas”, dilatando as “fronteiras” do império luso-brasileiro na constituição de uma espécie de “cartografia indígena” dotada de grande “poder de abstração, que não se concilia facilmente com certas generalizações acerca da mentalidade primitiva”:

Se “entre os povos que ignoravam a palavra escrita, esses meios de comunicação” representavam “um admirável instrumento para triunfar sobre as condições mais poderosas e hostis”, é natural que os bandeirantes recorressem frequentemente à “comunicação indireta a fim de transmitir advertências e notícias, sempre que uma necessidade urgente se apresentava”. Dentre as evidências anotadas pelos historiadores encontra-se o “processo de sinalização por meio e fogueiras e rolos de fumaça, usado até hoje pelas nossas populações rurais” (Holanda, 1957, p. 22-23, apud Marques de Melo, 2011).

Sua percepção foi inspirada pela historiadora Maria Odila Leite da Silva Dias, que identificou no livro de Sérgio Buarque de Holanda, *Caminhos e Fronteiras*, o movimento no espaço como “fruto de anos de pesquisa da cultura material e do povoamento paulista, [...] um trabalho pioneiro das novas tendências da historiografia da mentalidade e da cultura material aplicadas ao estudo do povoamento colonial” (1994).

Ainda em relação à centralidade de São Paulo, Marques de Melo distingue a influência de Caio Prado Jr. (1907-1990). Primeiro pelos textos sobre o “fator geográfico” na formação de São Paulo (1935) e também pelas anotações que “serviriam de base” para o livro *A Cidade de São Paulo – Geografia e História* (1983), no qual Caio Prado Jr. mostra “a situação geográfica privilegiada” que a cidade de São Paulo ocupou no processo de colonização “por ser o centro do sistema hidrográfico da região”, tornando-se “o centro do sistema de comunicação do planalto”. Entende que as inferências de Caio Prado Jr. sobre a Geografia e a História foram centrais para estudos das cidades desde o momento em que o “contato entre as diferentes regiões povoadas e colonizadas se faz necessariamente pela capital”.

[...] onde desemboca a “antiga trilha dos índios, transformada em principal artéria da capitania”. Essa e outras trilhas foram responsáveis pela “projeção exterior” de São Paulo, determinando sua in-

fluência na “vida econômica” e na “paisagem” da região em que está localizada, o que “abrange não somente o estado de que é capital, mas invade estados vizinhos” (Prado Jr., 1983, p. 27-28 e 80-81).

A Geografia como subsídio para as análises de Marques de Melo pode ser encontrada em outro autor importante para a sua formação desde Recife: o geógrafo Manuel Correia de Andrade, seu professor de Geografia Econômica no Curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco nos anos 1960. Identifica-o como “pensador coerente”, de atitude “reservada e desconfiada” em relação ao sistema midiático, e reconhece nele contribuições importantes para uma Geografia da Comunicação. Fundamenta seus argumentos no exame de textos do autor, a quem se refere pelas iniciais MCA.

A análise de conteúdo foi realizada em uma dúzia de livros selecionados por sua identidade geográfica, permitindo observar a incidência de dois eixos temáticos: a) a comunicação como variável independente na estrutura do espaço geográfico, ou seja, como fator que pesa na economia espacial; b) a comunicação como variável dependente na política de construção do espaço geográfico. No eixo estruturante, MCA focaliza o processo integrador dos transportes, das tecnologias e dos símbolos numa perspectiva diacrônica. No eixo dinâmico, sua análise é de natureza conjuntural, privilegiando sincronicamente as ideias que afetam os fluxos espaciais de natureza centrípeta (regionalização) e centrífuga (globalização). MCA registra a modificação que se amplia no espaço brasileiro, com as “transferências de população”, reforçando a diáspora verde-amarela que migra para os Estados Unidos, Canadá, Portugal e outros países. Isso afeta não apenas a “fisionomia territorial”, ampliando as nossas fronteiras étnicas, mas ampliando o raio de audiência da nossa televisão, que passa a atender às demandas culturais desses brasileiros desgarrados do espaço geográfico, mas integrados pelo espaço geo-comunicacional. O eixo estruturante aparece na conceituação do espaço geográfico e na descrição dos seus elementos configuradores. MCA acompanha a orientação do geógrafo francês Elisée Reclus, que usa a metáfora dos vasos comunicantes para demonstrar a interdependência dos fenômenos históricos e geográficos. “A Geografia é a História do tempo e a História é Geografia do espaço” (Andrade, 1996, p. 8). Mas, a dinâmica do processo se faz através do movimento, ou seja, da circulação

desses conhecimentos, objeto das Ciências da Comunicação. Essa concepção está implícita no discurso geo-comunicacional de MCA. [...] Dentre os elementos constituintes do espaço geográfico o binômio “proximidade-afastamento” ocupa função crucial (Andrade, 1987, p. 25). Em sendo a organização do espaço feita pelo “homem”, cabe-lhe também atenuar as “dificuldades de comunicação” (Andrade, 1996, p. 60) (Marques de Melo, 2010, p. 92-93).

Com base no referencial teórico acumulado, José Marques de Melo investiu na criação de um quadro metodológico que deu sustentação ao “conceito midiático” para estudos regionais, tema central das suas pesquisas e atividade docente na pós-graduação em Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo. Ali criou e coordenou a partir de 1996 a Cátedra Unesco-Umesp de Desenvolvimento Regional, caracterizada como espaço de diálogo entre pesquisadores, que gerou o acervo Pensamento Comunicacional Latino-Americano. O critério “de natureza implicitamente midiática” que fundamentou o conceito midiático para os estudos regionais implicava a ideia de regiões supranacionais “como parâmetro a ser considerado no estudo da geografia das comunicações”.

Esse critério conduziu a um mapa do sistema midiático mundial contendo 6 *arquipélagos regionais* caracterizados pelo subdesenvolvimento: África, América Latina, Ásia, Europa Mediterrânea, Oceania e Oriente Médio. Ele se completa com a participação das 4 *ilhas* suficientemente dotadas de infraestrutura midiática: América do Norte (EUA e Canadá), Europa Central/Ocidental, Japão e Oceania Britânica (Austrália/Nova Zelândia) (Marques de Melo, 2006, p. 14).

Os caminhos teóricos e metodológicos percorridos por José Marques de Melo nos campos da Geografia e da Comunicação iniciados na década de 1960 estimularam, em 2008, a criação do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação na base de dados do Diretório do CNPq. Em 2009, se concretizaram no Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação na Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Dessa forma, seu pensamento segue como bússola para os estudos geocomunicacionais.

Referências

- ANDRADE, Manuel Correia. *Espaço, polarização & desenvolvimento*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1987.
- ANDRADE, Manuel Correia. *O Brasil e a América Latina*. São Paulo: Contexto, 1996.
- AZEVEDO, Fernando de. *Um trem corre para o Oeste - Estudo sobre a Noroeste e seu papel no Sistema de Viação Nacional*. São Paulo: Livraria Martins Editora S. A., 1950.
- DIAS, Maria Odília Leite da Silva. Sérgio Buarque de Holanda na USP. *Estudos Avançados*, v. 8, n. 22, p. 269-274, 1994.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Caminhos e fronteiras*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- IBGE. *Anuário Estatístico do Brasil – Ano VI 1941/1945*. Rio de Janeiro, DF, 1946.
- INNIS, Harold. *Empire and Communication*. 2. Ed. Toronto: University of Toronto Press, 1950.
- MARQUES DE MELO, José. *Comunicação, Ordem e Progresso* (O novo ciclo do desenvolvimento e a soberania do Brasil na arena multipolar). Brasília: IPEA/SOCI-COM, 2011.
- MARQUES DE MELO, José. Espaço, tempo e movimento: contribuições de Manuel Correia de Andrade para a Geografia da Comunicação. *Alceu*, v. 10, n. 20, jan.-jun. 2010, p. 82-99.
- MARQUES DE MELO, José. Geografia da Comunicação, itinerário brasileiro. 2007). *Tríade: comunicação, cultura e mídia*. Sorocaba, SP, v.2, n.3, p. 8-17, jun. 2014.
- MARQUES DE MELO, José. *Identidades Culturais Latino-Americanas em tempo de comunicação global*. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 1996.
- MARQUES DE MELO, José. *Memorial das atividades didáticas, científicas, culturais e profissionais*. São Paulo: ECA-USP, 1985.
- MARQUES DE MELO, José. *Os Bandeirantes da Idade Mídia*. São Paulo: Angellarra Editora, 2007.
- MARQUES DE MELO, José. *Regionalização Midiática*. Taubaté: UNITAU, 2006.
- McLUHAN, Marshall; POWERS, Bruce R. *The Global Village – Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. New York: Oxford University Press, 1989.
- PRADO JR., Caio. *A Cidade de São Paulo – Geografia e História*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

Anamaria Fadul:

Escalas na indústria de mídia: dos aportes internacionais aos estudos regionais

Com graduação, mestrado e doutorado em Filosofia, Anamaria Fadul abraçou o campo da Comunicação em 1969 como docente da Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP), mesma instituição em que se diplomou: a Universidade de São Paulo. O pós-doutorado foi na Universidade de Roma entre 1988 e 1990. É dela a primeira referência, a sugestão inicial de leituras contemporâneas sobre o então emergente subcampo das Geografias da Comunicação. O primeiro passo do que se transformaria no grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no CNPq (2018) e os primeiros encontros em 2019 do futuro GP criado com o mesmo nome na Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) partiram da sua apresentação e sugestão de leitura a um pequeno grupo de investigadores de um título ao qual acabara de ter acesso: *Geographies of Communication – The spatial turn in media studies*, organizado por André Jansson e Jasper Falkheimer, publicado em 2006 pelo Nordicom – Centro Nórdico de Pesquisa em Mídia da Universidade de Göteborg, na Suécia.

Anamaria Fadul figura assim como indutora das análises e estudos desenvolvidos nos anos seguintes por pesquisadores brasileiros que gradualmente, e em universidades localizadas em vários pontos do território, reconheceram na junção dos dois campos a oportunidade que se apresentava para o diálogo interdisciplinar, atraídos pela chance de expandir os vínculos possíveis especialmente em relação a economia de mídia, processos de produção dos meios, indústrias regionais e alcance midiático.

Entre os seus textos publicados como capítulos, três devem ser destacados: o primeiro intitulado “Decadência da cultura regional: a influência do rádio da TV”, no livro *Comunicação no Brasil*, organizado por José Marques de Melo (1976). O capítulo, publicado quando integrava o corpo docente da ECA, era um prenúncio do tema que Anamaria trabalharia mais à frente no seu período na Metodista de São Paulo.

O segundo texto representativo dos vínculos espontâneos com a Geografia da Comunicação na sua produção é “A internacionalização dos grupos de mídia no Brasil nos anos 90”, no qual examina o processo de internacionalização e regionalização dos principais grupos de mídia no Brasil no período de 1990 a 1997. Usou como referência o Grupo Diários e Emissoras Associadas, o Grupo Globo, o Grupo Abril e o Grupo RBS, todos com expressão nacional, que “representaram no passado, e ainda representam, um importante papel na história das indústrias brasileiras de mídia”.

Seguindo as mesmas estratégias de outros grupos midiáticos, eles também começaram com um processo de concentração e diversificação de suas empresas, inicialmente constituídas em nível local e regional, para depois chegar à uma dimensão nacional, regional e internacional, seguindo, contudo, as características próprias de cada grupo. Uma outra importante característica é que são grupos familiares, com a exceção dos Associados que têm uma estrutura muito peculiar, pois seu criador [NA: Assis Chateaubriand] decidiu não deixar o grupo como herança para a família, mas sim para um condomínio. [...] A entrada de três grupos no setor de telefonia celular móvel e/ou fixa, de informática (equipamentos) e informática e telecomunicações (serviços), na área dos provedores de Internet, obedece à nova estratégia dos grupos multimídia de entrarem também no setor dos serviços de telecomunicações e informática. Dessa forma, o crescimento dos grupos de mídia do Brasil obedece às mesmas estratégias de outros grupos internacionais de mídia, que procuram criar sinergias entre as várias mídias e as várias tecnologias. É o processo de internacionalização e regionalização da economia brasileira que explica essas mudanças no panorama da mídia brasileira (Fadul, 1998).

Na terceira produção selecionada na trajetória de Anamaria Fadul estão evidentes as características do campo da Geografia da Comunicação. O volume organizado com Maria Cristina Gobbi sob o título *Mídia e região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática* (Arte Ciênci, 2007) mediou a influência da região, evidenciou fluxos e contrafluxos e analisou como o regional e o local ganharam ênfase no Brasil “mesmo dentro de um processo de globalização presente em nosso território” (Fa-

dul; Gobbi, 2006, p. 17). No capítulo “Mídia regional no Brasil: elementos para uma análise”, ela destaca que as pesquisas sobre mídia regional ainda apresentavam, na época, “uma visão etnocêntrica”, com a maioria privilegiando empresas de mídia do eixo Rio-São Paulo (Fadul, 2006, p. 23).

No livro-homenagem organizado por ex-orientandos em 2012, *Uma filósofa em campo na Comunicação*, ela sugeriu que poderia ter sido Uma filósofa no campo da comunicação. Mas o que os autores queriam deixar claro no volume era justamente a ideia de movimento na sua pesquisa acadêmica, simbolizado e materializado na convergência comunicacional e geográfica, em trajeto que relacionava intuitivamente esses dois campos. A proposta foi articular o caminho percorrido por Anamaria nas pesquisas e na abordagem das disciplinas – desde os estudos televisivos com ênfase na produção seriada de TV com recepção nacional, depois os estudos de comunicação internacional com foco na internacionalização da mídia brasileira, até chegar às análises aprofundadas da indústria de meios de acordo com as regiões.

Depois de se dedicar à pesquisa sobre telenovelas brasileiras na Escola de Comunicações e Artes da USP, onde foi uma das fundadoras do Núcleo de Pesquisa em Telenovela, que reuniu o maior acervo na época sobre a produção seriada brasileira, ela se transferiu em 1996 para a Universidade Metodista de São Paulo e intensificou na pós-graduação os estudos comparados de Comunicação na perspectiva internacional que havia iniciado na ECA-USP.

[...] Comunicação comparada na minha visão não era comparar jornal com revista, mas comparar sistemas de comunicação. A minha disciplina [na ECA-USP] era Sistemas e Políticas de Comunicação. [...] Nós estávamos bem atrasados naquela época, eu estava dando sistemas de comunicação dos quatro grandes países europeus nos anos 80. E um aluno da graduação pergunta: “Mas, professora, por que nós temos que estudar sistema de comunicação da Itália, da França? Por que a gente não estuda o Brasil?” [...] Entre 1988 a 1990 fiz pós-doutorado na Universidade de Roma e voltei cada vez mais interessada em conhecer outros sistemas. E quando vou para a Metodista em 1996 começo a trabalhar primeiro com grupos de mídias regionais, depois nacionais, e co-

meçamos a pensar na questão de mídia regional e internacional (Fadul, 2015).

As pesquisas comparadas internacionais estabeleceram as bases para a criação do Núcleo de Pesquisa Regional e Global no PPGCOM da Universidade Metodista. É nesse ambiente que a professora começa a estudar em 1999 o tema Internacionalização da Mídia Brasileira. A investigação teve por objetivos “desenvolver o conhecimento do processo de internacionalização midiática relacionado, por um lado, com as novas tecnologias de comunicação e, por outro lado, com a globalização da economia”, um processo que poderia ser estudado em diferentes perspectivas:

Optamos por estudá-lo a partir do referencial da subárea de estudo, Comunicação Internacional, que já está relativamente consolidada, pois as primeiras pesquisas datam do ano de 1927. De forma geral, a Comunicação Internacional tem por objetivo a informação e comunicação que está para além das fronteiras nacionais. Essa escolha reflete a crescente preocupação dos pesquisadores e dos políticos com a crescente integração econômica, midiática e cultural. Partindo do referencial da Comunicação Internacional, optamos por entender a relação da mídia brasileira com a mídia tanto dos países altamente desenvolvidos como aqueles em desenvolvimento a partir de uma análise dos conceitos e teorias existentes, como a do livre fluxo internacional de comunicação, do imperialismo cultural norte-americano, do imperialismo reverso ou do contrafluxo, que predominaram desde a metade dos anos 60 até a metade dos anos 80 do século passado. A partir daí, com a crescente concentração das empresas de mídia em grandes conglomerados que se transformaram em grupos multimídia, na tentativa de buscar cada vez mais uma sinergia entre as empresas de um mesmo grupo, passou-se a estudar também o processo de desregulamentação e internacionalização desses grupos, que passaram a ter, em alguns casos, uma dimensão internacional e em outros, uma dimensão verdadeiramente global, como é o caso dos grupos norte-americanos e europeus (Fadul, 1999).

As escalas propostas na pesquisa vincularam-se de maneira natural ao campo da Geografia e ao que mais à frente despertaria o seu interesse

pelas possibilidades de análise considerando as Geografias da Comunicação, com as quais a professora se identificou de imediato na leitura do livro de Jansson & Falkheimer em 2007.

As origens das junções entre a Comunicação e a Geografia são mais evidentes no período como docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Metodista de São Paulo. Ali, Fadul transitou das questões que envolviam a comunicação internacional e os fluxos Norte-Sul de produção da indústria de mídia para os estudos regionais, o que a posicionou à frente na abordagem de espaços além dos centros produtores tradicionais, com métodos de análise orientados para a interiorização midiática. Pesquisou principalmente os grandes grupos de mídia regionais. Depois da internacionalização da mídia nacional, portanto, dedicou-se ao estudo dos grupos distribuídos por regiões. No geral, teve como intenção criar um método que permitisse analisar questões distintas e peculiares relacionadas a regionalização, nacionalização e internacionalização, a fim de “compreender o processo de globalização e seus impactos na mídia brasileira”. Percorreu um ciclo completo de análise em várias escalas para compreender as influências na indústria de mídia nacional, regional, local.

Em capítulo produzido para o livro-homenagem *Uma filósofa em campo na Comunicação*, Samantha Castelo Branco assinala que

A partir das pesquisas elaboradas ou coordenadas por Anamaria Fadul é possível extrair a ideia central de que a regionalização dos grupos de mídia no Brasil não está atrelada apenas ao conceito geográfico e à ideia de atuação de um grupo em determinada região. O conceito de Mídia Regional, para Fadul, consiste essencialmente na constatação do comprometimento da mídia com as questões de interesse da região em que atua, estabelecendo um vínculo visível com as necessidades e anseios da população ou comunidade em que está inserida. As reflexões de Anamaria Fadul apontam, ainda, para a afirmação de que o comportamento dos grupos regionais no Brasil tem, de certa maneira, influenciado a produção dos grupos nacionais, que atualmente procuram abordar questões regionais e locais em sua programação, no caso radiofônico e televisivo, ou em suas edições, no caso dos veículos impressos. No que tange ao jornalismo digital, embora seu surgimento esteja intimamente atrelado ao aspecto de internacionali-

zação da mídia, já é possível dizer que a produção dos conteúdos digitais está, na atualidade, sob a influência do aspecto regional e local (Castelo Branco, 2012).

As pesquisas dos meios de comunicação por regiões começaram em 2002-2003, por meio do projeto dedicado ao exame dos grupos midiáticos da região Nordeste (Alagoas, Ceará, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe), e, em seguida, em 2003-2004 com os grupos da região Norte (Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins). A proposta era checar as relações entre mídia local, regional, nacional e internacional e compreender como esses grupos se articulavam com a política e a economia nacional. O método consistia em estudar “os mais importantes grupos midiáticos dos estados da região utilizando-se uma metodologia qualitativa de caráter descritivo em uma perspectiva comparativa” (Fadul, 2002). Para 2005, Fadul projetou examinar grupos das regiões Sudeste (Rio de Janeiro, Minas Gerais, Espírito Santo e São Paulo) e Sul (Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul). A sua aposentadoria como docente da Metodista de São Paulo impediu a continuidade dessa etapa da pesquisa nas regiões, mas orientandos de doutorado e de mestrado deram prosseguimento ao tema com abordagens correlatas em teses e dissertações.

Na pesquisa empírica dos grupos de mídia, a equipe constatou na região Nordeste a semelhança quanto à propriedade dos meios de comunicação, a maioria constituída por núcleos familiares, e também uma característica da indústria regional em relação à produção de mídia dos dois centros principais, Rio de Janeiro e São Paulo:

A relação entre os grupos de mídia de mercados regionais, como o do Nordeste brasileiro, e os grupos de amplitude nacional vai além das associações para atender aos interesses regionais das grandes empresas. As empresas locais, basicamente de constituição familiar, como os Sarney, Magalhães, Franco, Alves, Collor de Melo, Jereissati, Lobão, Oliveira, Santos, Paes Mendonça e outras, não querem ser tratadas como simples filiais ou representantes. Se comportam em relação aos grupos nacionais na busca de parcerias, não de dependência. O que buscam é uma margem de manobras suficiente que lhes permita dominar os mercados regionais, tendo como parceiros – mas não como matriz ou modelo – um ou mais dos grandes grupos de comunicações. Trata-se de uma negação

subalterna. O sentimento de *orgulho* herdado da tradição colonial-agrária se perpetuou nos grupos familiares que controlam as empresas de mídia da região (Fadul; Rebouças, 2005, p. 2).

Naquele período, como ainda hoje, a maior dificuldade relatada pelos integrantes do projeto foi a obtenção de dados primários relativos a propriedade, cobertura, estrutura, funcionamento e vínculos políticos econômicos ou religiosos, “que em muitos casos se mostraram conflitantes dependendo da fonte usada” (Fadul; Rebouças, 2005, p. 6).

A partir desses exames e das várias orientações que conduziu no período iniciado no final dos anos 90, Anamaria Fadul intensificou no PPGCOM da Metodista de São Paulo, nas décadas de 1990 e 2000, atividades de pesquisa que o confirmaram como centro de referência para os estudos regionais midiáticos, produzindo informações inéditas e de relevância para o campo da Comunicação e da Geografia sobre os fluxos de produção de mídia locais e a influência (ou não) dos grupos privados na indústria regional. A região nos estudos de Anamaria Fadul evoluiu, assim, das pesquisas sobre a temática das telenovelas realizadas na ECA-USP, que abordavam de modo transversal questões regionais com foco na ficção seriada televisiva em emissoras brasileiras, mais notadamente na produção de telenovelas da Rede Globo. O mergulho nos estudos regionais da Comunicação constituiu o ambiente em que Anamaria Fadul incentivou e ajudou a estruturar diversos trabalhos de pós-graduação. Muitos dos seus orientandos seguiram a carreira acadêmica e continuaram a pesquisar esses dois temas correlatos: indústrias de mídia e mídia regional.

Referências

- CASTELO BRANCO, Samantha. Mídia regional brasileira a partir de Anamaria Fadul. In: MOREIRA, S. V. *Uma filósofa em campo na Comunicação: indústria, geografias e crítica de mídia na produção de Anamaria Fadul*. São Paulo: Intercom, 2012.
- FADUL, Anamaria. Midia Regional no Brasil - elementos para uma análise. In: FADUL, A.; GOBBI, M. C. *Mídia e região na era digital: diversidade cultural, convergência midiática*. São Paulo: Arte & Ciência, 2006, p. 23-45.
- FADUL, Anamaria; REBOUÇAS, Edgard. Por uma perspectiva metodológica para os estudos dos sistemas e grupos de mídia: o caso do Nordeste brasileiro como referência. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005, Rio de Janeiro. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2005. p. 1-12. Disponível em: <https://andi.org.br/documento/por-uma-perspectiva-metodologica-para-os-estudos-dos-sistemas-e-grupos-de-midia-o-caso-do-nordeste-brasileiro-como-referencia/> Acesso em: 12 out. 2023.
- FADUL, Anamaria. A internacionalização dos grupos de mídia no Brasil nos anos 90. *Comunicação & Sociedade*, 29, p. 67-76, 1998. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/000992565.pdf>. Acesso em: 25 maio 2023.
- FADUL, Anamaria. Globalização cultural e o fluxo internacional da ficção televisiva seriada: o caso da telenovela brasileira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2001. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP14FADUL.PDF> Acesso em: 15 abr. 2011.
- JANSSON, André; FALKHEIMER, Jasper (Ed.). *Geographies of Communication – The spatial turn in media studies*. Göteborg: Nordicom, 2006. Disponível em: <https://www.nordicom.gu.se/en/publications/geographies-communication> Acesso em: 25 maio 2022.
- MEMÓRIA Intercom. Entrevista com Anamaria Fadul. São Paulo, 7.ago.2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/memoria/depoimentos/anamaria-fadul/entrevista1> Acesso em: 17 fev. 2023
- MOREIRA, Sonia V. (org.) *Uma filósofa em campo na Comunicação: indústria, geografias e crítica de mídia na produção de Anamaria Fadul*. São Paulo: Intercom, 2012.

Mike Gasher:

Geografias do jornalismo e geografia das notícias

O canadense Mike Gasher (1954-2022) deixou um legado que transcende as fronteiras da academia. De repórter esportivo no *The Delta Optimist*, então um jornal comunitário do subúrbio de Vancouver, hoje um jornal local digital integrante da Glacier Media Inc., deu sequência a essa especialidade no *The Province*, que cobre a Colúmbia Britânica e que agora faz parte do conglomerado Postmedia Network. A experiência no jornalismo o levou para a universidade, onde se tornou professor e pesquisador. Sua trajetória foi marcada pelo entendimento do jornalismo como fenômeno cultural e democrático e definiu a sua carreira como profissional do mercado editorial e como educador. Nascido em Ontário em 1954, amante dos esportes e de viagens, Gasher transitou do campo do jornalismo para o mundo acadêmico para firmar uma sólida carreira no Departamento de Jornalismo da Concordia University, em Montreal (Pynn, 2022; Raudsepp, 2022). Quando se aposentou, em 2016, era conhecido no país e no exterior por seus livros sobre a prática jornalística e o ensino de jornalismo, com os quais sempre esteve comprometido. Destacava, por exemplo, a importância de distinguir entre formação em jornalismo e treinamento em jornalismo pensando nas novas gerações de profissionais multiplataformas.

Em textos como *It's time to redefine journalism education in Canada* (2006) e *What is journalism education for?* (2020), propôs reformas educacionais que enfatizam a formação técnica e a consciência do papel social e espacial do jornalista. Sua crítica e propostas para o ensino do jornalismo no Canadá mostram sua dedicação em formar jornalistas comprometidos com os valores da profissão, capazes de entender o contexto em que operam, sua função social, preparados para enfrentar as pressões e as transformações profissionais e não se acomodarem com as determinações da indústria para direcionar o futuro do jornalismo (Gasher, 2015).

Sua compreensão da formação profissional sintetizava seu posicionamento ético e a maneira como assumia a função do jornalismo, de acordo com as premissas epistemológicas que orientaram suas pesquisas. Além das reflexões de ordem pedagógica, escreveu livros que dão conta

do panorama da comunicação e da mídia em seu país, caso de *Mass Communication in Canada* (Gasher et al., 2016); *Journalism in Crisis: Bridging Theory and Practice for Democratic Media Strategies in Canada* (Gasher et al., 2016) e *Media and Communication in Canada: Networks, Culture, Technology, Audience* (Gasher et al., 2020), “amplamente considerado o ‘padrão ouro’ dos livros introdutórios sobre o assunto” (Masson, 2022).

Produziu reflexões fundamentais sobre as “geografias do jornalismo” no período de transição para a convergência digital impulsionada entre o final dos anos 1990 e o início dos anos 2000, que alterou os espaços sociais e complexificou os mecanismos de produção. Em texto de 2015, Gasher (2015) explicou as três razões que motivaram seu interesse pela geografia das notícias. A primeira foi a globalização, que intensificou a circulação global de pessoas, bens, ideias e fenômenos, ampliando as conexões entre regiões e exigindo uma visão cosmopolita que ultrapasse perspectivas nacionais. A segunda foi a digitalização, que transformou a produção e o consumo de notícias e permitiu que as audiências tivessem acesso facilitado a conteúdos além dos locais, via redes globais e plataformas digitais, o que redefiniu os limites geográficos do jornalismo. A terceira foi o recrudescimento da lógica de mercado: ao priorizar o lucro, as empresas jornalísticas intensificaram a ideia de notícia como mercadoria e das audiências como mercados, moldando “geografias das notícias” para atender interesses comerciais, muitas vezes em detrimento do ethos de serviço para o público.

Uma das primeiras publicações de Gasher sobre o tema foi *Paper routes: the geography of news digital times*, apresentado no Colóquio Panamericano Indústrias Culturais e Diálogo entre Civilizações nas Américas, realizado em Montreal em abril de 2002. Ele observa que a internet redefine produção, distribuição e consumo de notícias sem romper com as limitações estruturais do jornalismo tradicional nem com os critérios de seleção do que é notícia. Isso implica a concentração dos fluxos informativos nos países desenvolvidos, a exclusão de regiões periféricas, a dependência econômica de modelos publicitários e a priorização de públicos específicos. Gasher mostra que as desigualdades geográficas, sociais e econômicas persistem e são reforçadas no ambiente digital e também como o potencial global do jornalismo online estava sendo tensionado no início do século XXI por dinâmicas históricas que restringiam sua capacidade transformadora. Apresentou ali, formalmente, uma das primeiras

produções de seu duradouro projeto de pesquisa *Geographies of the News*, desenvolvido na Concordia University.

A Geografia das Notícias

O projeto de pesquisa de Gasher começou em 2000 para estudar o jornalismo como uma prática de cartografia que investiga a circulação de notícias em escalas regionais, nacionais e internacionais e examinar como essa circulação influenciava a forma como o conteúdo jornalístico situava as pessoas no mundo. Em registro de 2015, o pesquisador detalhou a metodologia para o estudo dos fluxos de notícias na fase inicial do desenvolvimento das plataformas digitais pelas empresas jornalísticas:

Os estudos de fluxo de notícias são análises quantitativas de conteúdo que delineiam padrões na circulação de notícias, documentam a medida em que certos lugares e tópicos predominam e identificam margens e exclusões na cobertura jornalística. Nossa experiência anterior com tais estudos resultou em uma metodologia muito sofisticada e detalhada. Baixamos todos os artigos de todas as seções dos sites ao longo de uma semana composta e registramos: nome da publicação; data; manchete; agência de origem (ex.: Reuters); origem internacional da reportagem (o país de onde a história foi enviada); origem nacional da reportagem (a província/estado/distrito de onde a história foi enviada, no caso de notícias domésticas); países citados (no corpo da história); contagem de palavras; número de ilustrações acompanhando o texto; e tópico. Em 2003, estudamos três jornais autodenominados “nacionais” no Canadá (*The Globe & Mail*, *The National Post*, *Le Devoir*) e, em 2004, três jornais diários de destaque nos EUA (*The New York Times*, *Chicago Tribune*, *Los Angeles Times*). Embora houvesse algumas distinções notáveis na forma como os seis jornais traçavam seus mapas das notícias, também observamos padrões consistentes. Especificamente, esses sites delineavam um mundo altamente circunscrito (por geografia e tópico), reforçando, assim, a proximidade – definida na literatura de jornalismo como proximidade geográfica, cultural e emocional – como um critério principal, persistente e altamente subjetivo de valor jornalístico (Gasher, 2015).

Financiado durante vários anos por instituições como a Universidade de Concordia, o Fonds Québécois de Recherche sur la Société et la Culture e o Social Sciences and Humanities Research Council of Canada, o estudo de Gasher se desdobrou em fases distintas: inicialmente, realizou uma análise quantitativa do fluxo de notícias em jornais da América do Norte e Europa mapeando a circulação em diversas partes do mundo.

Posteriormente, a pesquisa avançou para análises textuais qualitativas que exploraram como os textos jornalísticos conectavam os leitores a eventos internacionais. Na fase mais recente direcionou o foco da pesquisa para a exclusão no jornalismo. Em parceria com o sociólogo Gregory Nielsen, seu ex-orientando de doutorado, trabalhou por duas décadas na investigação de como as notícias sobre pobreza e imigração moldavam de modo implícito o público excluído dessa representação e o posicionavam em relação ao assunto (Concordia University, 2024).

Em 2008, Gasher recebeu convite para preparar uma das edições da revista acadêmica americana *Aether*, dedicada à geografia de mídia, publicada pelo Centro para Estudos Geográficos da Universidade do Estado da Califórnia. Em 2009, organizou o número especial sobre geografias do jornalismo: composto por seis artigos, tinha por objetivo abordar a geografia das notícias em diversas escalas e sobre como os meios de comunicação posicionam as pessoas e seus lugares de vinculação. Essa edição da *Aether* se tornou referência para os estudos das Geografias da Comunicação no Brasil, em especial pela agenda de pesquisa que a introdução de Gasher conseguiu demarcar:

Ao produzir histórias locais, os jornalistas percorrem a área de cobertura, mas frequentemente localizam e identificam os lugares considerados mais confiáveis e abundantes em fontes de notícias – escritórios governamentais, tribunais, delegacias e outros centros institucionais que compõem a esfera pública [...] e dão voz aos líderes comunitários. Essa prática, portanto, desenha um mapa específico da esfera social, política e econômica, construindo um senso de pertencimento local ao qual os membros do público são incentivados a se identificar. Ao decidir quais histórias regionais, nacionais e internacionais merecem cobertura, os jornalistas conectam sua comunidade a esses lugares maiores e mais distantes. Como essas histórias são relevantes para “nós”? Qual

é o “nossa” envolvimento? Por que são notícias? As respostas a essas perguntas afirmam vínculos e associações – bem como separações – entre “aqui” e “lá,” entre “nós” e “eles” (Gasher, 2009, p. i).

O entendimento do papel do jornalismo na produção do espaço surge mais amadurecido no texto de 2015, “Geographies of the News”, publicado como capítulo de uma coletânea. Inspirado na proposição de Benedict Anderson sobre as “comunidades imaginadas” e os rituais de leitura de jornais praticados por seus integrantes, Gasher apresenta os jornalistas como cartógrafos, criadores de mapas simbólicos das suas comunidades e mediadores geográficos das representações espaciais construídas nas narrativas jornalísticas. Jornalismo e cartografia, defende ele, seriam atividades retóricas e intencionais porque, na impossibilidade de dar conta da realidade como qualquer outro saber ou narrativa, produzem representações dessa realidade, envolvem escolhas sobre o tema, a escala, os rótulos utilizados, os detalhes escolhidos e as relações que se estabelecem com outros contextos, inclusive corporativos, econômicos e políticos.

A geografia das notícias, então, é o espaço representacional que as organizações de notícias constroem, o ponto de vista a partir do qual elas reportam. Esse espaço é a área de cobertura predominante que a organização de notícias delimita para si, um espaço que sua reportagem retrata, descreve, define e posiciona; é a perspectiva que adota, o ponto de partida para sua “construção de mundo.” Todas as organizações de notícias moldam suas próprias geografias. Ainda que os limites dessa área de cobertura possam ter sido simples de traçar e manter em uma época passada, quando os centros populacionais eram mais claramente definidos, separados uns dos outros e amplamente autossuficientes, tal mapeamento é uma perspectiva muito mais complexa no mundo móvel e interconectado de hoje. Os limites políticos não coincidem de forma clara com os limites econômicos, culturais ou mesmo físicos, e os membros constituintes de qualquer comunidade política possuem vínculos com outras comunidades constituídas por dimensões sociais, econômicas, culturais, religiosas, raciais e/ou étnicas. O que importa, o que é relevante para as pessoas — o que é considerado notícia — não está confinado ao seu domínio

territorial imediato. Isso significa que os mapas das notícias são construídos por meio de planos de negócios, campanhas de marketing e, diariamente, pelos julgamentos editoriais de editores e repórteres (Gasher, 2015, p. 130).

Mike Gasher identificou quatro categorias de mapas produzidos pelo jornalismo. A primeira, o mapa em escala micro do “aqui”, diz respeito à comunidade local atendida pelo jornal e descreve suas instituições-chave, líderes e valores centrais. A segunda, o mapa em escala macro do mundo visto a partir do “aqui”, destaca regiões e eventos internacionais relevantes para o público-alvo. A terceira inclui os mapas detalhados de um evento específico ou de um grupo particular, situando “nós” em relação a “eles” e “aqui” em relação a “lá”, em contextos locais ou distantes. A quarta categoria são os mapas criados por cada reportagem, com conexões e contextos temporais e espaciais específicos, que podem estar restritos a um local ou compreender múltiplas regiões e períodos. Esses mapas refletem as escolhas editoriais que ajudam a construir a percepção do público sobre a realidade.

Para Gasher, reflexões sobre a cartografia jornalística permitem entender o impacto da profissão nos pertencimentos, nas conexões globais e nas possibilidades de agir no mundo. As representações criadas a partir desses mapas, ou silenciadas e apagadas quando um fato ou lugar não é considerado valor-notícia relevante, geram respostas políticas e sociais que impactam diferentes regiões e grupos.

Jornalismo como Cartografia

O último livro de Gasher, *Maps of the News: Journalism as a Practice of Cartography*, editado em 2020 e lançado em 2021, consolida as proposições que ele vinha amadurecendo desde as suas primeiras pesquisas. Ainda sem tradução em português, o livro é o sétimo volume da coleção *Geography*, da editora acadêmica alemã Franz Steiner Verlag, e tem sete capítulos, que em tradução livre são: “Jornalismo como cartografia”; “Geografia: escrevendo a Terra”; “Jornalismo: Comunicando um Sentido de Lugar”; “Quem, o quê, onde: mapeando a comunidade local”; “Direto do Haiti”; “Mapeando o mundo das notícias”; e “O poder da imprensa”.

Gasher reafirma nesse texto a sua visão do jornalismo como prática espacial e suas memórias das atividades como repórter, ainda estudante de ensino médio, são retomadas para situar a origem do seu interesse

pelo campo. No seu primeiro “emprego” no início da década de 1970, por exemplo, trabalhou como correspondente distrital para o *Cobourg Star*. Era responsável pela cobertura de assuntos da vila de Hastings, em Ontário, no Canadá. A comunidade com cerca de 900 pessoas não tinha cobertura jornalística local e a função de Gasher era reunir informações com um mínimo de interesse local para expandir o alcance do *Cobourg Star* na área. Isso envolvia escrever sobre eventos locais e reconfigurar a percepção geográfica dos moradores de Hastings, aproximando-os do condado de Northumberland e de sua sede Cobourg forjando o que ele chama no livro de “zonas de notícias”, regiões de cobertura traçadas estrategicamente e constantemente negociadas para redesenhar os contornos daquelas comunidades.

Embora a cartografia local se torne complexa com o cenário global e a digitalização das notícias, Gasher afirma que a localização do público será sempre o primeiro critério ao considerar a perspectiva de outros lugares. Para ele, o jornalismo constrói um “senso de lugar” e transforma espaços em lugares ao desempenhar o papel de guardião da identidade e da coesão social, mesmo com a internet.

A digitalização da mídia noticiosa, por sua vez, significa que as pessoas têm acesso a reportagens de fontes de notícias do mundo todo. O que importa, o que é relevante para as pessoas – o que é, em outras palavras, digno de notícia – não se limita à sua comunidade territorial imediata. Isso significa que os mapas das notícias são construídos por meio de planos de negócios, campanhas de marketing, julgamentos editoriais de editores e repórteres e, em última análise, os interesses expressos dos consumidores das notícias. Em todos os casos, as notícias falam de uma perspectiva de lugar – de alguma forma – e os públicos estão situados tanto dentro de uma comunidade como em relação a outras comunidades (Gasher, 2021, p. 17).

É nesse poder discursivo que envolve inclusão e exclusão, definição e implicação, que estão as correspondências entre o jornalismo e a cartografia. Assim como os mapas organizam o espaço geográfico, o jornalismo organiza o espaço simbólico, criando “mapas mentais” que influenciam como as pessoas entendem e interagem com o mundo. As duas práticas desempenham papel retórico ao persuadir e legitimar definições de realidade que refletem

valores e interesses específicos. A analogia entre jornalismo e cartografia é sustentada por exemplos como os mapas das notícias, que condensam informações complexas em imagens simples, e a cobertura jornalística, que circunscreve eventos a narrativas acessíveis.

Tal mediação resulta em um progressivo senso de comunidade no qual as notícias “mapeiam” locais, pessoas, instituições e atividades em um determinado espaço social. Gasher diz que as organizações jornalísticas fazem isso por meio de narrativas que situam um local dentro de um contexto maior, destacando elementos que fortalecem a identidade coletiva. Essas narrativas incluem cobertura de eventos locais como reuniões municipais, atividades culturais, esportivas e históricas, bem como anúncios e reportagens que destacam pessoas e instituições da comunidade. Essas práticas criam um “mapa simbólico” em diferentes escalas, que informa e reforça a coesão social e o pertencimento das pessoas, além de construir a ideia de lugar como um ponto de encontro de histórias, memórias e interações.

Exemplo desse mapeamento que reforça a identidade comunitária é a análise de Gasher da cobertura jornalística do terremoto de 2010 no Haiti por quatro jornais diários de Montreal. O caso foi usado para mostrar como eventos extraordinários colocam geografias geralmente marginalizadas sob a atenção da mídia, destacando a produção de um mapa de notícias pela relação entre jornalistas, geografias e narrativas de sofrimento. A cobertura do terremoto revelou conexões culturais e históricas entre Quebec e o Haiti e expôs dinâmicas de alteridade e desigualdade na representação das vítimas, apesar de tanto o Quebec quanto o Haiti terem sido colônias francesas e compartilharem aspectos culturais diversos.

Os mapas inseridos no capítulo resultam do noticiário analisado por Gasher e reforçam a ideia de que a cobertura jornalística atua como prática cartográfica ao localizar eventos e orientar as percepções e relações entre “nós” (leitores canadenses) e “eles” (haitianos vítimas da tragédia, moradores do lugar), que eram mantidos à distância, cada um em seu lugar. Tal condição remete o autor às discussões sobre multi e interculturalismo, caras à Geografia Humana e aos estudos de Comunicação. O estudo desse caso demonstra ainda que mesmo em coberturas empáticas persistem nos discursos jornalísticos dinâmicas de alteridade e desigualdade que orientam o público, mesmo que não de modo intencional.

Outras pesquisas de Mike Gasher divulgadas nesse livro exploram o valor-notícia da proximidade que molda os mapas das notícias em escala

local e global, mesmo em contexto de crescente digitalização. Motivado por uma extensa revisão de literatura sobre a cartografia das notícias, uma das investigações de Gasher reuniu estudos que mapearam os fluxos globais de informações jornalísticas desde a segunda metade do século XX e documentou padrões de desigualdade e exclusão na cobertura internacional. Os mapas revelaram uma discrepância entre o “mundo material” e o “mundo das notícias”, no qual fatores como desenvolvimento econômico, proximidade geográfica, laços históricos e interesses políticos definiram os países e eventos a receber atenção midiática.

Com base nessas evidências, Gasher investigou se a digitalização poderia promover mapas das notícias mais amplos e inclusivos. Foram analisados três jornais canadenses (*Globe and Mail*, *National Post* e *Le Devoir*) e, em etapas posteriores, o estudo foi ampliado para incluir três jornais dos Estados Unidos (*The New York Times*, *Chicago Tribune* e *Los Angeles Times*), um do Reino Unido (*The Times*), um da França (*Libération*) e um de Israel (*Ha'aretz*).

Os resultados indicaram que os jornais priorizaram o noticiário do seu próprio país, com cobertura de eventos e de países ricos e/ou politicamente próximos. Regiões como África e América do Sul permaneceram marginalizadas, mesmo no jornalismo on-line. Gasher também observou uma crescente dependência das agências internacionais de notícias resultante da redução de correspondentes estrangeiros próprios. No geral, diz ele, “os estudos de fluxo de notícias aqui resumidos apontam para a persistência da proximidade como um valor de notícia” (Gasher, 2021, p. 130).

Ethos

A contribuição de Mike Gasher para o campo das geografias do jornalismo e das notícias enfatiza a atividade como produtora de representações do espaço e construtora de mapas simbólicos que vão além da simples narrativa dos fatos. Em harmonia com a sua trajetória e interesses acadêmico-profissionais, Gasher explorou o jornalismo operando na conjuntura globalizada, onde as fronteiras entre o local e o global estão cada vez mais borradadas. Repórter local, reafirmou pela experiência e pela pesquisa o valor do lugar e da notícia de proximidade, que contribuem para forjar comunidades e dar a conhecer pessoas, eventos e culturas distantes.

O maior legado do autor é a defesa de que a prática jornalística precisa transcender as limitações das agendas nacionais para adotar uma perspectiva alinhada às realidades intrincadas e interconectadas do século XXI. O redesenho dos “mapas” pode assim alinhar o Jornalismo e a Geografia com princípios de equidade, justiça e diversidade.

Referências

- GASHER, Mike; BRIN, Colette; CROWTHER, Christine Crowther; KING, Gretchen; SALAMON, Errol; THIBAULT, Simon. *Journalism in Crisis: Bridging Theory and Practice for Democratic Media Strategies*. 1. ed. Toronto: University of Toronto Press, 2016.
- GASHER, Mike. *Maps of the News: Journalism as a Practice of Cartography*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 2021.
- GASHER, Mike. *Paper routes: The geography of news in digital times*. Panam: Cultural industries and dialogue between civilizations in the Americas, 2003. p. 470-885.
- GASHER, Mike; SKINNER, David; COULTER, Natalie. *Media and Communication in Canada: Networks, Culture, Technology, Audience*. 9. ed. Oxônia: Oxford University Press, 2016.
- GASHER, Mike; SKINNER, David; LORIMER, Rowland Lorimer. *Mass Communication in Canada*. 8. ed. Oxônia: Oxford University Press, 2016.
- GASHER, Mike. *The Geography of News Project* (Nouveau). Mitacs Globalink Research Internship, 2015.
- GASHER, Mike. What Is Journalism Education For? In: ALLEN, Gene; CRAFT, Stephanie; WADDELL, Christopher; YOUNG, Mary Lynn. *Toward 2020: New Directions in Journalism Education*. Toronto: Ryerson Journalism Research Centre, 2015. p. 105-110.
- MASSON, Reid. Review columnist Mike Gasher passes away. *The Review*, 12 out. 2022.
- PYNN, Larry. [S.I.] In: MASSON, Reid. Review columnist Mike Gasher passes away. *The Review*, 12 out. 2022.
- RAUDSEPP, Enn. Mike Gasher (1954-2022): *A life well-lived*. Concordia University, 1 dez. 2022.

Sonia Aguiar:

Territórios, escalas e regionalização do jornalismo

Em uma década e meia, a divulgação de trabalhos relevantes sobre os espaços de produção e circulação de notícias, em especial no contexto regional, mostra Sonia Aguiar como uma das principais referências para as Geografias do Jornalismo no Brasil. Entre 2009 e 2023, contribuiu para o desenvolvimento dessa área, especialmente por meio de aulas, pesquisas e orientações na Universidade Federal de Sergipe (UFS), onde depois da sua aposentadoria atua como colaboradora no Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Esse percurso soma-se aos 20 anos (1984-2004) como docente da Universidade Federal Fluminense (UFF), onde iniciou e consolidou sua carreira no ensino e na pesquisa em Jornalismo.

Suas atividades na Federal de Sergipe incluem a coordenação do Laboratório Interdisciplinar de Comunicação Ambiental (LICA) e a criação do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação Regional (CNPq). Com isso, ela incentiva a compreensão dos impactos das territorialidades nas práticas jornalísticas e na construção de identidades, desafiando as centralidades dos polos urbanos. Sua atuação mostra formas de influência do espaço geográfico no jornalismo em relação às práticas profissionais, às decisões empresariais e à maneira pela qual as audiências se identificam com as narrativas regionais e locais.

Sua trajetória acadêmica começou com a graduação em Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense (UFF), teve continuidade no mestrado em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) e se consolidou no doutorado em Ciência da Informação pela mesma instituição em convênio com o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict). Os temas abordados na sua dissertação, intitulada *Sobre o discurso jornalístico: verdade, legitimidade e identidade* (1990) e na tese *A teia invisível. Informação e contrainformação nas redes de ONGs e movimentos sociais* (1996), evidenciam a atenção à função social do jornalismo e seu papel nas dinâmicas informacionais que, em alguma medida, consideravam a questão espacial no bojo das discussões.

Na dissertação, por exemplo, sua análise do discurso jornalístico considerava como as categorias geográficas podem influenciar os projetos editoriais na definição do público-alvo e na construção das narrativas. Na tese, discutiu as dinâmicas centro-periferia, as redes sociais regionais e os fluxos informacionais que estruturam desigualdades globais. Estão ali questões de neocolonialismo e hegemonia, além de contrafluxos, identidade, região e alternativas como caminhos para uma comunicação mais democrática e plural – pontos que se mantêm centrais na sua trajetória acadêmica e culminam no trabalho de pós-doutorado em Geografia na UFF (2015).

Como ela mesma afirma, a aproximação progressiva. O interesse pela Geografia sempre esteve presente em seus estudos desde sua educação básica, passando pela percepção, já como professora da faculdade de Comunicação da UFF, de que a disciplina é fundamental para os jornalistas em início de carreira, principalmente quando cobrem a editoria Cidade. Mais tarde, uma palestra do geógrafo Carlos Walter Porto Gonçalves na Faculdade de Educação da UFF reforçou seu olhar sobre a relação entre as disciplinas. “Eu nunca tinha ouvido um geógrafo falar de redes sociais, que havia sido tema da minha tese de doutorado...” (Aguiar, 2021, on-line). Durante a pesquisa de doutorado, ao investigar as práticas de informação e comunicação de ONGs, movimentos sociais e ativistas, identificou um componente geográfico constante nas interações desses grupos.

Podia ser uma campanha contra a construção da Hidrovia Paraná-Paraguai na fronteira oeste, ou a favor de cisternas para coletar água da chuva no sertão nordestino, por exemplo, sempre acionando meios de comunicação locais e regionais. [Depois,] quando vim para a Universidade Federal de Sergipe, em 2009, propus um projeto de pesquisa sobre a cobertura da Transposição do Rio São Francisco em jornais do Nordeste, no qual a necessidade de estudar conceitos geográficos para entender as referências espaciais da comunicação ficou ainda mais evidente, e a questão regional se sobrepôs. Em 2010, submeti ao edital universal do CNPq o projeto Geografias da Comunicação Ambiental no Brasil, que foi aprovado. Pude então ter acesso a uma bibliografia estrangeira que eu desconhecia, tanto sobre a comunicação ambiental (*environmental communication*), uma área de estudos

em processo de consolidação, quanto do emergente campo interdisciplinar denominado Geografias da Comunicação (*Communication Geographies*) (Aguiar, 2016, on-line).

A pesquisa a conduziu, gradativamente, para a questão regional – ainda Geografia e ainda Comunicação –, determinante na escolha da sua área de pós-doutorado, supervisionado pelo geógrafo e professor da UFF Rogério Haesbaert, estudioso de questões do território. “Enquanto esperava o momento, fiz uma pesquisa empírica sobre jornalismo local e regional, a começar pelos anais de eventos. Conseguí levantar 900 artigos em quatro eventos que, de alguma forma, abordavam jornalismo local e regional” (Aguiar, 2021, on-line). Os achados se transformaram na sua questão de pesquisa, que mais tarde resultaria no livro *Territórios do jornalismo* (2016).

Territórios do Jornalismo: Geografias

Publicado em 2016 em coedição das editoras PUC-Rio e Vozes, *Territórios do Jornalismo: Geografias da Mídia Local e Regional no Brasil* representa uma contribuição significativa de Sonia Aguiar ao campo pela abordagem crítica e inovadora, proposta conceitual e rigor metodológico entre os estudos de atuação de conglomerados jornalísticos que estão fora do eixo Rio-São Paulo. Além da discussão teórica, Aguiar explica a regionalização midiática a partir da trajetória de 28 grupos de mídia proprietários dos 50 jornais de maior circulação paga no Brasil, analisando como esses processos se desdobram em diferentes arranjos midiáticos que operam em distintas escalas geográficas: nacional; regional-supraestadual, regional-estadual, regional-subestadual, local e multiterritorial.

O livro abrange um trabalho de quatro anos, não somente o período do pós-doc. Abarca, por exemplo, o trabalho empírico prévio, por meio do qual localizei fontes de referência, entre eles textos de Francisco de Assis, Beatriz Dornelles e Roberto Oliveira. Já entre os artigos que colestei, percebi justamente que os conceitos sobre local, regional, de interior não eram bem nítidos, eram conceitos que careciam de maior consistência metodológica. O primeiro trabalho que faço no livro é trazer essas discussões à tona e propor a necessidade de definir as particularidades e singulari-

dades desse jornalismo. O primeiro capítulo teórico que escrevo é esse, sobre quais seriam essas singularidades e o que realmente permitiria fazer a caracterização. Em seguida entro em contato com a escala e ela vai me trazer a proposta de, ao invés de falar em local e regional separados, falar em local-regional, com hífen [...] (Aguiar, 2021, on-line).

Duas incursões teóricas se destacam no trabalho. Na primeira, a conceituação de jornalismo local e jornalismo regional e sua diferenciação. Para ela, “o que distingue o local do regional, nesse contexto, é a escala a partir da qual se observam as práticas jornalísticas em questão” (Aguiar, 2016, p. 32). A perspectiva proposta de jornalismo local-regional leva em consideração a natureza da cidade e sua articulação com outros centros urbanos em uma região. Raramente o jornalismo produzido em uma cidade fica restrito apenas ao lugar. Desse modo, é possível estabelecer uma diferenciação entre o jornalismo local e o regional nas cidades levando em conta sua abrangência e influência.

A discussão da escala, para mim, foi um ferramental epistemológico e metodológico fundamental. Quando comecei a olhar, a pegar os exemplos concretos dos grupos de comunicação locais e regionais, vendo como cada grupo se formou, realmente ficou muito claro para mim como a escala enquanto instrumento metodológico, como diz Iná Elias de Castro, muda a perspectiva (Aguiar, 2021, on-line).

A segunda incursão teórica a destacar, decorrente da primeira, é a aplicação do conceito de escala geográfica para compreender como os meios de comunicação se organizam no espaço. A autora propõe considerar a atuação da empresa jornalística – na seleção, produção e circulação das notícias – pelo princípio de proximidade, “que rege a seleção e a edição de notícias de interesse local, com base nas relações sociais existentes tanto entre o local do acontecimento e o local das audiências receptoras e sua narrativa quanto das relações da cidade-sede do veículo jornalístico com outras áreas geográficas de influência” (Aguiar, 2016, p. 57). A sistematização a seguir, que parte de escalas geográficas listadas por Marcelo Lopes de Souza (2013), sintetiza essa relação:

Quadro 1 – Recortes espaciais de atuação da mídia e suas escalas

Escala	Níveis	Recortes espaciais	Exemplos jornalísticos/midiáticos
Local	hiperlocal	“nanoterritórios”: prédio público, unidade habitacional, rua, quadra	jornal mural, rádio-poste, newsletter, intranet, fanpage etc.
	microlocal	quarteirão sub-bairro, setor geográfico*, comunidades rurais**	jornal de bairro, rádio comunitária, site zonal, blog etc.
	mesolocal	município, cidade, centro urbano	pequena imprensa, TV comunitária, agregador de sites e blogs microlocais
	macrolocal	metrópole, região metropolitana	jornal, rádio, TV e webportal locais
Regional	microrregião	aglomerado de pequenas cidades	jornal e portal local, rádio e TV locais
	mesorregião	aglomerado de cidades em torno de uma cidade-polo	jornal local-regional, rede regional de TV
	Estado	unidade da federação	“grande imprensa” das capitais
	macrorregião	divisão político-administrativa	grupos midiáticos regionais ou nacionais
Nacional	país	território nacional, áreas urbanas fronteiriças	rede nacional de TV, webportal nacional, jornal, rádio, TV e portal fronteiriços
Internacional	continente região	grupos de países de um continente zonas intracontinentais áreas transcontinentais	agências internacionais de notícias agências regionais de notícias
Global	mundo	totalidade dos países articulações intercontinentais	corporações midiáticas internacionais

Fonte: Aguiar, 2016, p. 57, adaptado.

Com atenção especial à escala local-regional, e seguindo o fio das propriedade midiáticas, Sonia Aguiar demonstra como os conglomerados se estruturaram em redes de jornais, TV, rádio e portais de notícias on-line por meio da oferta de jornalismo em diversas plataformas, em uma dinâmica que se estendeu ao longo do tempo.

mica de regionalização marcada por questões como disputa política, poder econômico e identidade local e regional, que interferem na concepção dos projetos editoriais, orientam a cobertura jornalística e definem a atuação dessas mídias sobre o território, sempre de modo articulado.

Ela assinala que a Rede Globo, tradicionalmente considerada uma estrutura de alcance nacional, na verdade opera como uma rede de regionalizações. Sua configuração depende das afiliadas que não pertencem ao Grupo Globo, mas a grupos regionais distintos que têm dinâmicas próprias e ligações com elites econômicas e políticas locais (Aguiar, 2021).

A Rede Bahia, controlada pela família Magalhães, é citada como exemplo emblemático. No período da pesquisa, o conglomerado regional relacionava seis emissoras locais, cada uma sediada em uma cidade polo de cinco das seis mesorregiões da Bahia, além da TV Bahia, em Salvador, que cobria 139 municípios do Centro-Norte do Estado. Esse arranjo regionalizado ilustra como a distribuição das afiliadas é definida pela densidade populacional e pela capacidade de atrair audiência e investimentos publicitários em áreas urbanas mais densamente povoadas e com infraestrutura técnica. Ao mesmo tempo, essa lógica resulta em amplas áreas com pouca ou nenhuma cobertura midiática local, onde a ausência de afiliadas limita o acesso a uma programação que reflete as identidades regionais e interesses do lugar.

O fenômeno estudado gera desdobramentos sobre o território, as empresas jornalísticas e as audiências ao impactar a programação local, o comportamento do público e as dinâmicas de poder no cruzamento das esferas local, regional e nacional. Mapeamentos de redes como o realizado por Aguiar são fundamentais para o campo porque permitem observar as relações de propriedade e as políticas que sustentam os grupos de mídia regionais vinculados tanto ao capital privado como às políticas de regulação e também às questões regionais que estão no centro dessas discussões.

Outras produções

Para além de *Territórios do Jornalismo*, outros textos de Sonia Aguiar reafirmam sua referência nos estudos sobre jornalismo local-regional no Brasil, a exemplo de inventários que contribuem para organizar o conhecimento nas áreas, ainda disperso. Nesse sentido, dois artigos se destacam.

Em “Geografias da Comunicação como campo de estudos: um balanço inicial dos primeiros dez anos no Brasil” (Aguiar, 2019), a autora faz um levantamento do desenvolvimento do campo por ocasião dos 10 anos do grupo Geografias da Comunicação da Intercom (2009-2019) e gera um entendimento do agendamento temático dos trabalhos apresentados no Grupo em seu primeiro decênio, ao lado da aderência das pesquisas. É um trabalho metodológico intensivo de análise comparada que pode servir de modelo a outras metanálises.

Em “Estudos de jornalismo local e regional no Brasil: tendências e lacunas” (Aguiar, 2016), ela faz uma análise das limitações e potenciais dos estudos sobre jornalismo regional no Brasil entre 2004-2013. Além de identificar as temáticas e as limitações das pesquisas, um dos principais achados do trabalho foi o registro da participação de alunos de graduação e iniciação científica na construção do conhecimento sobre jornalismo local e regional em pesquisas empíricas de contextos próximos ao seu lugar de moradia, trabalho ou universidade. Porque nem sempre as mídias locais e regionais são objetos preferenciais de estudo na pós-graduação, a não ser no caso de textos orientados por professores que trabalham com o tema. “Apesar de muitos desses estudos [da graduação] serem precários do ponto de vista teórico e metodológico, fornecem dados e pistas interessantes para uma agenda mais abrangente e consistente de pesquisas em jornalismo local-regional no Brasil” (Aguiar, 2016, p. 330).

Sonia faz parte do conjunto de professores que incentivam esses trabalhos, além de produzir junto com alunos qualificando suas pesquisas. Os textos incluem propostas importantes para a visibilidade do jornalismo no interior do país, como o *Mapa Cajueira: plataforma de divulgação da mídia independente por curadoria geograficamente segmentada* (Mapa Cajueira, 2024), de Marco Antonio Ferro da Silva, trabalho de conclusão de curso em 2023 que mapeou mais de 100 iniciativas jornalísticas nordestinas como blogs, sites, podcasts e revistas, que incentivam o fortalecimento de redes de colaboração.

Desenvolvidos em coautoria com orientandos, os trabalhos refletem o esforço da pesquisadora em fomentar o desenvolvimento de outras pesquisas e assim ampliar a capilaridade da base teórica do campo das Geografias da Comunicação Regional, formando uma nova geração de pesquisadores com foco na comunicação em regiões. É o caso de Antonio Heleno Caldas Laranjeira, com quem Aguiar publicou trabalhos sobre cartografia (Aguiar; Laranjeira, 2017; Laranjeira; Aguiar, 2024), cuja dissertação *A comunicação dos mapas:*

um estudo comparado entre Google Maps e OpenStreetMap (2019) foi publicada pela Editora da Universidade Federal do Recôncavo Baiano em 2020 e constitui uma referência bibliográfica para o campo. Os dois autores têm sido profícuos na parceria em torno dessa discussão.

Levando em conta as necessidades humanas de localização e de orientação geográfica (onde e aonde) como as principais motivadoras dos usos dos mapas ao longo da história, defendemos que jornalistas que pretendem trabalhar em organizações digitais nos próximos anos precisam, ao menos, compreender a cartografia como uma das linguagens midiáticas contemporâneas. Assim, precisam ampliar suas capacidades de “ler, escrever e interpretar mapas”, de modo a compreender a cartografia enquanto código geoespacial (matemático, gráfico e linguístico) para aquisição e agregação inteligível de dados e informações sobre acontecimentos, situações, objetos reais e ações materiais sobre a face da Terra (Laranjeira; Aguiar, 2024, p. 13).

Atuando como um nó de rede que potencializa e dissemina o conhecimento sobre geografias do jornalismo local e regional no Brasil, Sonia Aguiar também materializa seu conhecimento nas sessões coordenadas sobre o tema da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), nas quais

[...] defende-se a necessidade de se pensar as especificidades do jornalismo realizado em diferentes contextos urbanos como forma de avançar a compreensão do que chamamos jornalismo local, jornalismo local-regional e jornalismo de interior. O arcabouço teórico dos trabalhos [...] abrange contribuições das Geografias da Comunicação, da economia de mídia, dos estudos culturais, e das recentes questões que emergem do jornalismo multiplataforma, entre outras (Aguiar *et al.*, 2019).

Entre 2019 e 2023, ela organizou três sessões reunindo pesquisadores de diversas macrorregiões do país. Sob sua coordenação, as sessões abordaram temas importantes para a compreensão e o desenvolvimento do campo, entre as quais “Jornalismo local e regional no Brasil”, que produziu um panorama dos principais pontos e desafios para o jornalismo fora dos grandes centros urbanos. Em 2021, a sessão “Cobertura jornalística da pandemia de

Covid-19 e poder local e regional no Brasil” explorou o papel dos veículos locais e regionais na informação sobre a pandemia e na mediação entre políticas públicas e comunidades. Em 2023, a sessão “O futuro do jornalismo local-regional no contexto multiplataforma” trouxe à tona as discussões sobre a adaptação do jornalismo local às novas plataformas digitais, investigando como a transformação tecnológica impacta a sustentabilidade e o alcance das mídias regionais. Esses trabalhos estão nos anais dos respectivos eventos e constituem fonte relevante de pesquisa para a área.

Referências

- AGUIAR, Sonia. *A teia invisível: informação e contrainformação nas redes de ONGs e movimentos sociais*. 354f. 1996. Tese (doutorado) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro; IBICT, Rio de Janeiro, 1996.
- AGUIAR, Sonia. In: Entrevista com a Profa. Dra. Sônia Aguiar - Territórios do Jornalismo. Entrevistador Lucio Pereira Mello. *Canal Geografismos - Geografia, Comunicação e Política*, 23 de set. de 2021. 1 vídeo (68min).
- AGUIAR, Sonia; LARANJEIRA, Antonio. Cartografias digitais colaborativas: questões para as Geografias da Comunicação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40. Curitiba, 2017. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2017.
- AGUIAR, Sonia. Livro articula jornalismo e geografia no Brasil. Entrevista a Raul Pimentel, *Jornal da PUC-Rio*, 15 dez. 2016.
- AGUIAR, Sonia. *Sobre o discurso jornalístico: verdade, legitimidade e identidade*. 231f. 1990. Dissertação (mestrado) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1990.
- AGUIAR, Sonia; ROCHA, Vinícius; SOUZA, Williany de; OLIVEIRA, Roberto; DE-OLINDO, Jacqueline da S.; BRONOSKY, Marcelo Bronosky; PRADO, Julio César; ROCHA, Liana Vidigal; DORNELES, Beatriz. Jornalismo local e regional no Brasil. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 17., 2019, Goiânia. *Anais eletrônicos...* Campinas, Galoá, 2019.
- AGUIAR, Sonia. *Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil*. Rio de Janeiro; Petrópolis: PUC-Rio; Vozes, 2015.
- LARANJEIRA, Antonio Heleno Caldas. *A comunicação dos mapas*. Cruz das Almas: EdUFRB, 2019.
- LARANJEIRA, Antonio Heleno Caldas; AGUIAR, Sonia. Cartografias jornalísticas: apontamentos para uma agenda de pesquisa no campo da Comunicação e nos Estudos de Jornalismo. *Questões Transversais*, São Leopoldo, Brasil, 2024.
- MAPA CAJUEIRA. *Jornalismo independente do Nordeste*. 2024, on-line. Disponível em: <https://www.mapacajueira.com/>. Acesso em 11 nov. 2024.

Paulo Celso da Silva:

Smart cities, comunicação e tecnologia

Construída entre Sorocaba e Barcelona, mas expandindo as coordenadas entre esses dois pontos, a pesquisa de Paulo Celso da Silva sobre tecnologia, cidade, trabalho, cotidiano e arte tem gerado um conjunto de estudos com temáticas variadas que nos fazem entender que ele, a exemplo de Milton Santos, fez “a descoberta da emoção como caminho possível para a (re)construção do pensamento” (Silva, 2021, p. 13). Geógrafo estudioso da Comunicação e estudioso da Comunicação que é geógrafo, os limites das suas incursões se amalgamam. Seu olhar sensível e seu ouvido atento para a música e para as pessoas e sua capacidade de explorar o conhecimento e os lugares o levaram a construir um repertório que também é referência obrigatória para as Geografias da Comunicação.

Paulo Celso tem licenciatura em Geografia e Filosofia pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Sorocaba, onde construiu uma base humanística ampliada ao longo da trajetória acadêmica. Sua proximidade com as Ciências Sociais e as Humanidades orientou as pesquisas no mestrado e doutorado em Geografia Humana na Universidade de São Paulo, no mesmo Programa em que Milton Santos lecionava e com quem Paulo teve a oportunidade de diversas trocas.

Sua dissertação intitulada *De novelo de linha à Manchester paulista – fábrica têxtil e cotidiano no começo do século XX em Sorocaba* (1995) analisou a vida cotidiana ritmada pelo processo de industrialização da sua cidade natal e foi publicada em livro quatro anos depois (Silva, 1999), com material organizado pela sua esposa Neide Maria Perez da Silva. No doutorado, a tese *Como anjos caídos... mensagerias em espaços de flexibilidade e redes* (2000) defendeu a materialidade do espaço e sua produção por ações, fixos e fluxos, refletindo sobre o momento de emergência do digital e das realidades virtuais, considerando o caso da cidade *Celebration, da Disney*. O estudo se desdobrou em outros projetos e trabalhos, entre os quais o artigo “*Celebration: uma cidade informacional?*” no número especial da revista *Escripta Nova*, da Universidade de Barcelona, dedicado ao Colóquio Internacional de Geocrítica (Silva, 2000).

Sua articulação entre Geografia e Comunicação amadureceu nos últimos 25 anos com a realização de pesquisa extensa sobre as transformações tecnológicas promovidas pelo projeto 22@Barcelona, referência global no desenvolvimento de cidades inteligentes que marca de modo especial o espaço geográfico do antigo bairro operário de Poblenou. Fez dois pós-doutorados na cidade espanhola, o primeiro em 2001-2002 e o segundo em 2017-2020. Entre essas duas temporadas desenvolveu projetos conexos e viajou entre o Brasil e a Espanha para trabalhos de campo sobre políticas públicas de comunicação e tecnologia, o cotidiano dos moradores na cidade em transformação e o papel da mídia no processo de mudança da região da Catalunha que estudou. A partir dessa experiência, Paulo Celso ampliou suas reflexões sobre a participação cidadã na digitalização e na governança urbana, investigando os impactos das políticas tecnocomunicacionais sobre a vida e os direitos sociais.

Entre as incursões na Espanha, fez seu segundo pós-doutorado (2012) no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ), sob supervisão de Sonia Virgínia Moreira. Paulo Celso analisou a relação entre a obra de Milton Santos e os estudos de Comunicação, que resultaria em diversas publicações em congressos e periódicos científicos e no livro *E assim se passam 20 anos: Milton Santos, 24 de junho 2001-2021* (Silva, 2021). Integrante do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação da Intercom desde a primeira reunião em 2009, Paulo Celso daria continuidade à trajetória da professora que foi a primeira coordenadora do GP, assumindo anos depois a coordenação do GP e consolidando sua liderança na interface entre as disciplinas.

Como professor titular da Universidade de Sorocaba (UNISO) desde 1995, posteriormente coordenador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, desenvolve uma linha de pesquisa que explora conceitos fundamentais para a compreensão das cidades contemporâneas, entre os quais *smart cities*, mídia, e políticas públicas de Comunicação. Em seus projetos de pesquisa o espaço urbano é analisado a partir de referenciais geográficos, comunicacionais e socioculturais.

Paulo Celso participa de conselhos editoriais de periódicos, grupos de pesquisa e comitês institucionais. Como orientador de dissertações e teses, demonstra compromisso com a formação de novos pesquisadores,

tendo recebido prêmio da Câmara Municipal de Sorocaba em 2023 por esse motivo, o que atesta a relevância do seu trabalho para a área.

Sua produção bibliográfica transita por diferentes áreas do conhecimento, com destaque para a Comunicação e a Geografia. Também tem contribuições importantes sobre música e arte. Em todos os trabalhos Paulo Celso explora diferentes formas de expressão e representação como produtos e produtoras do território e seus fluxos. Entre os exemplos estão os textos em que discute a relação entre música e territorialidades criativas, a representação da mulher em cartazes da Guerra Civil Espanhola e a obra de artistas como Marcel Duchamp e Carol Rama a partir de perspectivas comunicacionais. Também tem estudos sobre a ressonância cultural de diferentes expressões artísticas, incluindo quadrinhos e o cinema documental.

A diversidade temática não se apresenta em campos isolados, mas como parte de uma abordagem intrincada, em que comunicação, espaço urbano e expressões culturais formam um único e mesmo campo de investigação dos fenômenos comunicacionais e espaciais que ajudam a entender dinâmicas de identidade, pertencimento e poder no mundo contemporâneo. A arte está sempre presente nas pesquisas de Paulo Celso, como vemos no seu livro mais recente aqui destacado.

Comunicação, tecnologia, espaço e vida

Em *Poblenou 22@: uma experiência brasileira em Barcelona*, lançado em 2024, Paulo Celso reproduz o que pede a letra da canção de David San José e Ana Belén que abre o livro: “Hablame de lo que has encontrado/En tu largo caminar”.

Tudo começou naquele 2001, com um pós-doutorado em Barcelona e foi, como diz a letra [...], “El despertar del tiempo que nos cambió”. A história dessa canção está relacionada, também, ao nosso cotidiano em Castelldefels, área metropolitana de Barcelona. Digo nosso porque toda minha família ali estava participando da pesquisa de forma ativa e não apenas como acompanhantes.

[...] Eles demonstram como os temas de pesquisa em Barcelona foram se modificando conforme a sociedade assimilava e transformava as “novas tecnologias da informação” e o bairro do Poblenou, escolhido como recorte para compreender os processos em curso (Silva, 2024, p. 6).

O livro registra um tempo de vivência familiar e pesquisa em outro país, outra cultura, uma experiência antes de tudo afetiva, com encontros, muitas amizades – os nomes, as notas, as fotos documentam essas pessoas, que abriram suas casas e mostraram a Paulo Celso a cidade e sua história, seu cotidiano, suas ruas, sua gente, seus bastidores, sua política, o desejo que pulsa, o imaginário que cria e recria, as resistências, um horizonte. Os seis textos que compõem o livro refletem essa trajetória e se articulam na análise das transformações urbanas de Barcelona e suas interfaces com a Comunicação, o espaço e as práticas sociais, agregando conceitos e metodologias. Os cinco primeiros textos foram publicados no Brasil em diferentes periódicos e apresentados em eventos acadêmicos. O último, inédito, escrito em espanhol, analisa o bairro Poblenou, antiga zona industrial reurbanizada como parte do projeto 22@ de atração de indústrias de tecnologia e comunicação.

O primeiro texto, “Espaços okupas em Barcelona e a comunicação na cidade”, publicado na revista colombiana *Signo Y Pensamiento* (Silva, 2008), examina a cobertura da imprensa gratuita de Barcelona de despejos de ocupações consideradas ilegais entre dezembro de 2006 e janeiro de 2007. A intenção foi compreender como os jornais construíram o discurso em torno do movimento, com destaque para a relação entre a comunicação midiática e a problemática urbana da moradia.

O termo Okupas foi popularizado pela imprensa espanhola para denominar os grupos de pessoas, normalmente de jovens que, organizados, ocupam uma casa ou fábricas abandonadas. Como não havia uma palavra equivalente à inglesa *squatters*, os grupos optaram por okupas que reúne, na mesma palavra, contracultura e punk e se diferencia de “ocupa” pelo conteúdo político e social de denúncia da situação e da dificuldade de acesso à moradia nas cidades. Ainda, conforme o verbete okupas encontrado no site Wikipedia, a denominação feita pela imprensa, como a de “movimiento okupa”, não foi bem aceita entre os protagonistas que preferem “movimiento de okupaciones” ou “movimiento de los centros sociales”, pois estas denominações estariam mais em consonância com a realidade vivida. Assim, as denominações da imprensa serviriam apenas para mascarar a realidade dos grupos pela moradia e contra a especulação imobiliária (Silva, 2024, p. 13).

Apoiado na teoria de Eliseo Verón, Paulo Celso analisou qual e quantitativamente reportagens publicadas nos jornais *Metro Directe*, *Diario ADN*, *20 MIN Barcelona* e *Qué Barcelona*. Visitou locais ocupados, fazendo contato com participantes do movimento e representantes da Cruz Vermelha para entender como a imprensa retratou os eventos e como a percepção pública os enquadrou. A análise considerou a diferença de abordagem entre jornais gratuitos e pagos, e as conclusões mostram uma tendência da imprensa gratuita de simplificar o movimento okupa e de esvaziar seu significado político.

A falta de seriedade dos jornais de grande circulação, como já é o caso dos gratuitos, no tratamento do tema não auxilia a população no entendimento do “fazer a cidade”, não cumpre com a política de ter uma Barcelona “heterogênea e compacta”, conforme indicam os discursos dos arquitetos e planejadores urbanos ligados aos poderes públicos, municipal e provincial. Por fim, reduz o movimento Okupa de Barcelona a uma mera fase da juventude que, em sendo das classes médias e altas, procura uma atitude para se firmar. Esse pensamento inconsequente esvazia a luta urbana por uma moradia mais digna e mascara o problema da internacionalização de Barcelona e o alto custo social que este aprendizado traz para sua população (Silva, 2008, p. 42-43).

O segundo texto do livro é “Gentrification e Cidade: Estudo comparativo de bairros operários através da teoria da comunicação intercultural. Os casos de Sorocaba e Barcelona” (2008). Trata do fenômeno da gentrificação em dois bairros operários – Santa Rosália, em Sorocaba, e Poblenou. Vale-se dos estudos de Rico Lie (2002a, 2002b, 2007) sobre comunicação intercultural nos espaços globais, do conceito de gentrificação de Ruth Glass (1964) e apresenta a ideia de lugar como escala geográfico-comunicacional na relação entre espaço, identidade e comunicação no cotidiano das cidades. Paulo Celso estudou as transformações urbanas aceleradas, com participação do poder público e do mercado imobiliário, que alteram as identidades locais e criam conflitos entre as comunidades tradicionais e os novos moradores, e também como essas mudanças são comunicadas e negociadas no espaço urbano. Combinou análise histórica e iconográfica e usou sites oficiais, blogs e comunidades online para comparar as transformações nos dois bairros no processo de

industrialização. Também considerou como as imagens e narrativas oficiais e populares sobre esses bairros refletem e influenciam as mudanças.

O estudo concluiu que embora os dois bairros tenham origens semelhantes como áreas industriais, os processos de gentrificação ocorreram de formas distintas, com particularidades locais e globais de cada cidade. Em Poblenou, a reurbanização foi impulsionada por políticas públicas que transformaram o bairro em polo de inovação tecnológica, atraindo novos moradores e empresas, mas gerando conflitos com a comunidade tradicional. Em Santa Rosália, a gentrificação foi mais lenta e marcada pela substituição de antigas fábricas por empreendimentos comerciais. Nos dois casos, a gentrificação não foi um processo neutro, mas uma disputa entre diferentes atores. A comunicação intercultural serve como ferramenta para entender como as identidades locais são negociadas e transformadas em meio às mudanças urbanas.

A estandardização da identidade e do modo de ver e viver a cidade não é exclusividade das que descrevemos. Atores hegemônicos buscam criar condições para que a opinião pública seja coesa com os interesses e valores políticos, econômicos, educacionais dos governos e empresas. A participação cidadã, por seu turno, não é linear, ainda que não podemos dizer que haja participação efetiva nas principais demandas que ocorrem nas cidades. No caso das cidades estudadas, a própria oferta da Branding City com seus espetáculos midiáticos, de cores, marcas, consumo, tecnologias, serve como anestesia para participar ou pensar mais criticamente e leva ao conformismo de uma parcela da população (Silva, 2024, p. 97).

No terceiro texto, “Seja Criativo ou Morra! Setores Comunicacionais em Cidades Criativas. Os exemplos de Barcelona, Berlim, Milão e New York” (Silva, 2010), Paulo Celso observa as cidades criativas e o papel das indústrias do setor no desenvolvimento urbano. Considera e compara as cidades indicadas no título e suas políticas públicas para o desenvolvimento de atividades econômicas nas áreas de design, arquitetura, moda e música, que produzem bens simbólicos com função estética e expressiva. Destaca suas particularidades e estratégias para se tornarem referências na economia criativa e traz dados das pesquisas de campo realizadas desde 2001.

O texto parte de reflexão teórica que relaciona conceitos de cidade criativa, indústria criativa e economia criativa e utiliza a teoria dos 3 Ts (Talento, Tolerância e Tecnologia) de Florida e Tinagli (2004) para analisar como as cidades atraem e retêm talentos criativos, promovem a diversidade e investem em infraestrutura tecnológica. A gentrificação e os desafios sociais decorrentes do processo de transformação urbana com a industrialização distintiva, como a exclusão de populações de baixa renda, também são pontos importantes.

O papel da comunidade no processo de desenvolvimento das cidades criativas é fundamental porque contribui com o processo ao cultivar e recompensar a criatividade em todos os níveis, promovendo espaços de interação e colaboração que estimulam a inovação. A diversidade de ideias, experiências e origens dentro da comunidade enriquece o ecossistema criativo. A participação ativa dos moradores fortalece a identidade local e a autenticidade, elementos que diferenciam as cidades no contexto global. Fica evidente, porém, que, sem uma liderança comprometida e políticas públicas que garantam a participação equitativa de todos os cidadãos, os benefícios da economia criativa podem não ser distribuídos de forma justa, perpetuando desigualdades sociais e econômicas e inserindo determinados espaços em processos de elitização.

Citando apenas o caso de Barcelona [...], o catalão Manuel Delgado, em suas análises do “Modelo Barcelona”, tão decantado internacionalmente, mostra-nos outro lado do processo de internacionalização que a cidade buscou durante o século XX. O autor acrescenta quando trata dos bairros “criativos” de Gràcia e Raval, citados anteriormente, que aos urbanistas, políticos e setor imobiliário “parece inaceitável que, justo no centro da cidade, vivam operários, inquilinos de baixa renda e outros elementos escassamente decorativos que possam assustar aos turistas e aos novos proprietários, que eles querem atrair a todo custo”. Entra um novo dado para as cidades criativas: “o processo inexorável de ilegalização da pobreza” (Silva, 2024, p. 79).

O conceito de “modelos globais de comunicação urbana” como processos comunicacionais que estruturam a construção e a transformação das cidades é o tema do quarto texto do livro, “Smart cities: Modelo de comunicação Global? Uma abordagem da Geografia da Comunicação” (Silva,

2016). A linha teórica do trabalho retoma Milton Santos e seu entendimento do espaço geográfico como território usado, um espaço dinâmico e vivido onde as práticas sociais e econômicas se materializam. Paulo Celso critica a visão utópica das *smart cities* destacando que, embora promovam inovação e tecnologia, muitas vezes exacerbam desigualdades sociais e econômicas.

Assim, a “desumanidade” nas *smart cities* pode ser compreendida considerando essa relação dialética entre atores hegemônicos e não hegemônicos distribuídos e utilizando os territórios. Santos, nesse sentido, indica que, para os atores hegemônicos, o território usado é um recurso e para os atores não-hegemônicos é seu abrigo (Santos, 2000, pág. 12). Os primeiros utilizando o território para os seus interesses particulares com investimentos específicos para cada parte do território, o que amplia, ainda mais, as divisões social e territorial do trabalho; já os segundos, para garantir a sua sobrevivência buscam adaptar-se aos locais criando e recriando estratégias nos lugares. Ao seu modo, ambos atores recorrem às estratégias particulares para impor no território sua identidade [...] (Silva, 2024, p. 94).

Barcelona, Songdo (Coreia do Sul) e San Francisco são os exemplos de *smart cities*. Paulo Celso avalia que em Barcelona e Songdo a transformação urbana beneficiou principalmente empresas e grupos sociais mais abastados, enquanto comunidades tradicionais foram deslocadas. O estudo sugere que, para que as *smart cities* sejam verdadeiramente inclusivas, é preciso adotar políticas públicas de participação dos cidadãos para promover a eficiência tecnológica, a justiça social e a diversidade cultural.

A comunicação urbana nestes momentos de deslocamentos, em geral do sul para o norte geopolítico, pelos mais variados motivos, desde conflitos internos, guerras, busca de outro futuro imaginado, poderia ter nas cidades, nas *smart cities*, um destino no qual os diálogos estariam abertos e facilitados pelas tecnologias, das quais os agentes públicos e privados vangloriam-se de implantar e oferecer, favorecendo vidas e criando condições para um pertencimento solidário e humanista (Silva, 2024, p. 98).

Em “Mídia territorial resiliente. Aportes para um debate na Geografia da Comunicação”, publicado originalmente na revista *Rua* (Silva, 2017), ele parte dos estudos sobre *smart cities* no contexto de Barcelona e seu projeto

de modernização. Propõe o conceito de mídias territoriais resilientes como “processos urbanos contemporâneos que são baseados ou apoiados em tecnologias de comunicação, podendo ser fixos e móveis” (Silva, 2024, p. 105).

A mídia territorial resiliente não se refere a qualquer aplicativo ou rede social de uso individual, mas a recursos tecnológicos em rede integrados ao território e utilizados de forma coletiva e estratégica para superar desafios urbanos. Esses recursos incluem aplicativos e tecnologias disponibilizados pelo governo de Barcelona, que coleta e utiliza os dados dos usuários, bem como as avaliações do aplicativo e os comentários postados para melhorar a gestão da cidade, promovendo uma resiliência que é socioecológica, ou seja, envolve a interação entre pessoas, tecnologias e o ambiente. Essas mídias territoriais, como sensores, redes sem fio e plataformas digitais, são entendidas como parte de um sistema mais amplo que enfrenta problemas urbanos de forma integrada e colaborativa com objetivo revisado de modo recorrente.

Em termos de políticas públicas para a cidade digital, percebe-se uma transformação nos parâmetros de comunicação urbana. Em 2001, quando dos primeiros passos do projeto de inovação tecnológica 22@BCN, a proposta conceitual da cidade era ser multifuncional, heterogênea e diversa, compacta e densa (SILVA, p. 55). A proposta para 2017-2020 amplia os conceitos para “...uma cidade aberta, equitativa, democrática e circular, que aproveita as oportunidades da inovação com base em dados para melhorar a cidade e a vida dos cidadãos” (Mensura de Govern, p. 3). O conceito de circular refere-se à proposta de um modelo urbano sustentável e eficiente, encarando “..os problemas mais urgentes no ambiente urbano: gestão de resíduos, energia, mobilidade, habitação, a luta contra a exclusão social, o emprego e o envelhecimento da população, para garantir uma melhor qualidade de vida e mais equitativa” (Barcelona Ciutat Digital). Tudo isso com base no aperfeiçoamento das tecnologias de uso cidadão (Silva, 2024, p. 111-112).

Um dos principais desafios para essa política pública são as brechas digitais, outra noção interessante para quem estuda cidade e tecnologia, definidas no texto de Paulo Celso como desigualdades ou disparidades no acesso e no uso de tecnologias digitais que podem ocorrer tanto em nível individual quanto coletivo. As brechas se referem à falta de acesso físico a

dispositivos ou à internet e incluem diferenças na capacidade de utilizar essas tecnologias de forma eficaz para superar desafios urbanos e garantir que os benefícios das soluções tecnológicas cheguem a todos sem que qualquer problema local seja negligenciado.

É possível afirmar que as *smart cities*, e Barcelona em especial, preparam-se para oferecer diferenciais para o mercado investidor, mas também para os cidadãos que ali vivem e convivem com as contradições que os modelos de gestão urbano-comunicacionais prometem e aplicam no cotidiano. [...]

Mídia Territorial Resiliente, enquanto processo socioecológico e não apenas individual, amplia o papel dos meios, assim a sua responsabilidade na transformação necessária da comunicação urbana para um ambiente integrado de tecnologia/natureza não linear, em que as contradições se colocam como obrigatorias para que o movimento social possa acontecer e avançar rumo a uma maior distribuição dos benefícios que as *smart cities* podem oferecer.

Analisar as *smart cities* pelo viés da Mídia Territorial Resiliente reforça ainda mais o fato de que não existem modelos prontos, estandardizados para todos os territórios ou cidades. O desafio continua sendo construir uma smart city adequada para aquele território e população (Silva, 2024, p. 119).

O último capítulo do livro é, em realidade, o início de tudo, como anotado antes, *Poblenou: Territorio @ de Barcelona Proyecto 22 @ - BCN – Estudio y consideraciones*, resultou do pós-doutorado de Paulo Celso em 2001 na Universidade de Barcelona. Trata-se de outro livro, escrito originalmente em espanhol, em coautoria com Neide Maria Pérez da Silva, e dedicado a Milton Santos “por seu estudo em favor de uma geografia mais humana e, sempre pioneiro, por ter aberto a possibilidade de outras gerações possam pesquisar junto à Universidade de Barcelona” (Silva, 2024, p. 125). Foi publicado em português em 2006 (Silva; Silva, 2006) e está disponível on-line como os demais textos transformados em capítulos.

Nesse material conhecemos melhor o projeto 22@BCN com foco no bairro Poblenou, “ambos analisados a partir do conceito de Território Informacional que está intimamente ligado ao de Cidade do Conhecimento pois, entendemos, o primeiro é como o ponto de partida para a concretude do segundo” (Silva, 2024, p. 130),

Ao contrário dos outros textos, mais focados em questões específicas que emergiram pós-2001, este analisa de modo geral a modernização e a transformação urbanística do bairro barcelonês, motivado pelo interesse em compreender como um antigo distrito industrial foi reformulado para se tornar um polo de inovação e tecnologia. Avalia o impacto desse processo no tecido urbano e social do bairro, a reestruturação das áreas industriais, a introdução de novas atividades produtivas baseadas em tecnologia e informação e as implicações das transformações para seus habitantes. Os processos se inserem no âmbito da internacionalização de Barcelona e da competição global por cidades inovadoras, pensando como o modelo estudado poderia se aplicar a cidades brasileiras e considerando em que condições essa nova exigência do mundo pode ser fator de exclusão.

A mudança na infraestrutura trará uma reorganização territorial com consequências diretas para toda a população. A esperança de uma educação continuada, uma distribuição mais equitativa do conhecimento e a melhora do nível de vida urbano estão entre os fatores positivos, e uma certa imposição tecno-comunicacional, a aceleração no tempo de acumulação de dados pelas pessoas, entre os pontos negativos a serem superados, possivelmente através da cultura, desde que a aposta seja nas pessoas e não nas tecnologias desenvolvidas, que são ferramentas e não fins em si mesmas. A cidade continua a ser o palco privilegiado de mudanças importantes na vida de todos. A ampliação das chamadas Cidades do Conhecimento pelo mundo todo mostra-se, não como uma fase, mas como uma exigência dos vários setores sociais envolvidos. As empresas buscam locais onde possam desenvolver e produzir (principalmente desenvolver) e isso demanda uma outra oferta de mão de obra que, consequentemente, reclama informação e conhecimento para poder colocar-se melhor no mercado de trabalho, na formação educacional e no lazer direcionado. Todas essas circunstâncias geram distâncias entre as cidades que oferecem as condições e tecnologia para sua população daquelas que não podem oferecer de maneira mais generalizada (Silva, 2024, p. 205-206).

Lições do caminhar

A trajetória de Paulo Celso compreende décadas de pesquisa acadêmica e de vivência afetiva e engajada com o espaço urbano e suas transformações. Nesse percurso estabeleceu um diálogo pessoal com Barcelona e seus moradores, conheceu e entendeu as camadas sociais, políticas e tecnológicas da cidade e as suas dinâmicas.

Seu trabalho incorpora uma sensibilidade rara na captura das nuances do cotidiano e as histórias de pessoas que habitam e transformam espaços em transformação e aponta para a desigualdade e a exclusão que avanços tecnológicos podem gerar – ou evitar, se o projeto estiver voltado para uma urbanização em que a tecnologia sirva como ferramenta de promoção do cidadão e para a construção de cidades mais justas e humanas. Sua capacidade de conectar teoria e campo, local e global, passado e presente, é um estímulo para repensar como construímos e habitamos os espaços urbanos, com olhar atento às vozes e histórias que muitas vezes são silenciadas nos processos de transformação.

Referências

- LIE, Rico. Culture, Communication, Globalization and Localization. *International Doctoral Summer School Public Access and Interactivity in the Digital Age*, Londen, 2002.
- LIE, Rico. Spaces of intercultural communication. In: *An Interdisciplinary Introduction to Communication, Culture and Globalizing/Localizing Identities*. I Creskill, New Jersey: Hampton Press, 2002.
- LIE, Rico; WITTEVEEN, L.M. Spaces of Intercultural Learning. *IAMCR: Media, Communication, Information: Celebrating 50 Years of Theories and Practices*, Paris, France, 23 - 25 July, 2007
- FLORIDA, Richard Florida; TINAGLI, Irene. *Europe in the creative age*. Londres: Demos, 2004.
- GLASS, Ruth. London: Aspects of Change. *Centre for Urban Studies*, London p.xviii-xix, 1964.
- SILVA, Paulo Celso da. *Assim se passaram 20 anos... Milton Santos, 24 de junho – 2001-2021*. Alumínio: Jogo de Palavras; Votorantim: Provocare Editora, 2021.
- SILVA, Paulo, Celso da. Celebration: uma cidade informacional? *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona, n. 69, ago. 2000.
- SILVA, Paulo Celso da. *De novelo de linha a Manchester Paulista – Fábrica Têxtil e Cotidiano no início do século XX em Sorocaba*. Organização de Neide Maria Perez. Sorocaba: Teaser Design, 1999.

- SILVA, Paulo Celso da. Espaços okupas em Barcelona e a comunicação na cidade. *Signo pensam*, Bogotá, v. 27, n. 53, p. 140-161, Dec. 2008.
- SILVA, Paulo Celso da. Gentrification e Cidade Estudo comparativo de bairros operários através da teoria da comunicação intercultural. Os casos de Sorocaba e Barcelona. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2009.
- SILVA, Paulo Celso da. Mídia territorial Resiliente. Aportes para um debate na Geografia da Comunicação. *RUA*, Campinas, SP, v. 23, n. 2, p. 373–387, 2017.
- SILVA, Paulo Celso da. *Poblenou 22@: uma experiência em Barcelona*. Alumínio: Clea Editorial, 2024.
- SILVA, Paulo Celso da. Seja Criativo ou Morra! Setores Comunicacionais em Cidades Criativas. Os exemplos de Barcelona, Berlim, Milão e New York. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2010.
- SILVA, Paulo Celso; SILVA, Neide Maria Pérez da. *Poblenou: território @ de Barcelona*. Projeto 22@BCN - Estudo e considerações. Itu: Ottoni Editora, 2006.
- SILVA, Paulo Celso da. Smart cities: Modelo de comunicação Global? Uma abordagem da Geografia da Comunicação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2016.

Parte III

Cartografando uma agenda de estudos no presente e para o futuro

Introdução

Depois da viagem por produções essenciais para o campo das Geografias da Comunicação com a leitura de autores das duas áreas, a Parte III traz reflexões a partir das produções que consolidaram o campo nos últimos 15 anos.

A primeira representa uma exaustiva pesquisa de levantamento de textos, seguida de análise de conteúdo: foram considerados 305 artigos que convergiram, entre 2009 e 2024, para os encontros anuais do grupo de pesquisa da Intercom. O levantamento permitiu identificar tendências, abordagens metodológicas e algumas lacunas. Pode, assim, contribuir para o fortalecimento e detalhamento do diálogo interdisciplinar.

A segunda reflexão explora as potencialidades dos princípios do método geográfico para os estudos de Comunicação. Elementos como localização, distribuição, distância, delimitação, conexão e escala oferecem novas perspectivas para as pesquisas da área e têm potencial para ampliar a aderência dos estudos à agenda de pesquisa das Geografias da Comunicação.

Sem a pretensão de ser prescritiva, a parte final deste livro explora o campo, descreve-o e oferece, como num instantâneo, uma paisagem que contempla o limite do horizonte. O trabalho coletivo de investigação indica que logo ele estará mais largo.

Autores fundantes do campo interdisciplinar das Geografias da Comunicação:

Uma incursão pelas pesquisas brasileiras

O prefácio do livro comemorativo dos 15 anos do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação da Intercom (Moreira et al., 2024) traz uma observação do geógrafo David Harvey de 1995 sobre a importância da “imaginação geográfica” como elemento essencial da vida intelectual que não deveria estar limitado apenas aos geógrafos. Justamente naquela década ocorreria a “virada espacial” nas Ciências Humanas e Sociais a partir de uma geração de pensadores pós-estruturalistas e neomarxistas. Edward W. Soja foi apontado por Acharya e Panda (2022) como um dos primeiros a observar que as questões relacionadas ao espaço, lugar, topografia e localização haviam sido negligenciadas nos estudos literários. Nos anos 1990, Ken Hillis já havia mencionado a invisibilidade da comunicação na Geografia (1998), que despertou para o assunto com a oportunidade de estudar uma rede de fluxos digitais invisíveis, apesar do impacto disruptivo representado pelo telegrafo ter ocorrido no início do século XX, separando transporte e comunicação. Alguns anos depois, em 2006, os autores suecos Jesper Falkheimer e André Jansson lançariam *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*, livro que, poucos anos mais tarde, inspiraria no Brasil a sistematização do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação (Intercom).

No parágrafo que abre o primeiro capítulo, os autores situam o campo ao indicar que

A ligação entre geografia e comunicação reside no fato de que todas as formas de comunicação ocorrem no espaço, e que todos os espaços são produzidos por meio da representação, que ocorre por meio da comunicação. Em outras palavras, as teorias da produção espacial também devem, até certo ponto, ser entendidas como teorias da comunicação e mediação (Falkheimer; Jansson, 2006, p. 7, em tradução livre).

Esse tem sido o centro dos estudos do campo entre nós. Reconhecer o assentamento da comunicação, que mesmo quando se refere a fluxos depende de fixos para se realizar, e também de uma estrutura de suporte ou que sirva de referência, é mais que uma “virada espacial”: é uma “virada epistemológica” a partir da pergunta orientadora “como a comunicação produz espaço e como o espaço produz comunicação”? (Falkheimer; Jansson, 2006, p. 7). Os autores argumentam que, historicamente, nos estudos de comunicação, a dimensão espacial recebeu pouca atenção, com análises geográficas geralmente consideradas insuficientes e raramente exploradas de forma sistemática. Esse cenário começou a mudar nos anos 1980 e 1990 com os esforços pioneiros de pesquisadores interdisciplinares. Joshua Meyrowitz, em *No Sense of Place* (1985), analisou como a mídia eletrônica alterava percepções espaciais e sociais. Benedict Anderson, em *Imagined Communities* (1983), destacou como a mídia impressa ajudou a criar Estados-Nação como comunidades imaginadas, conectando mídia e lugar. David Harvey, em *The Condition of Postmodernity* (1991), trouxe a noção de compressão tempo-espacó, discutindo como as comunicações contemporâneas transformaram percepções espaciais e geopolíticas.

Além de apontarem essas obras como fundamentais para a virada espacial nos estudos de comunicação, Falkheimer e Jansson elaboraram no livro o estado da arte do campo interdisciplinar e conformaram três preocupações de pesquisadores contemporâneos: a mobilidade e o impacto das tecnologias digitais, que transcendem as fronteiras físicas e confundem os limites entre o público e o privado, o local e o global; a representação midiática de lugares turísticos, porque a mídia desempenha papel fundamental na construção simbólica desses espaços e na transformação de paisagens em mercadorias visuais; a função da comunicação na legitimação de discursos geopolíticos e na criação de divisões simbólicas entre “nós” e “eles”, especialmente nos estudos que tratam de fronteiras e identidades transnacionais.

No contexto doméstico e urbano, Falkheimer e Jansson apontam que a mídia seria um agente mediador entre o público e o privado, sendo o consumo de mídia em lares e espaços públicos entendido como uma prática que negocia poder e identidades. Na revisão, eles também registram trabalhos em que a comunicação é analisada sob o conceito de textura, descrevendo a interseção entre as práticas comunicativas e espaciais e entendendo o espaço como um tecido dinâmico de significados materiais e simbólicos.

Assim, o panorama traçado pelos autores indicava, à época, três grandes tendências para o campo das Geografias da Comunicação: 1) pesquisas sobre os espaços virtuais e suas implicações sociais e políticas; 2) aumento da relevância da geopolítica midiática, especialmente em relação aos discursos de globalização, migração e transformações nas fronteiras nacionais e regionais; 3) preocupação sobre questões ambientais e uso da mídia em debates relativos a sustentabilidade e preservação.

As Geografias da Comunicação no Brasil

O livro *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies* está entre os fundamentos teóricos na criação do Grupo de Pesquisa da Intercom em 2008, mas o GP foi gestado ao longo de muitos anos, como recordou Melo (2014) ao considerar o itinerário das Geografias da Comunicação no Brasil. A primeira reunião do GP, em setembro de 2009, reuniu 21 pesquisadores e marcou a criação do Grupo para incentivar e promover investigações e discussões no entrecruzamento dos dois campos:

O GP é um espaço de interlocução que viabiliza e estimula a produção científica interdisciplinar no eixo geografia-comunicação-mídia, articulando pesquisadores de várias regiões do Brasil e do exterior. Debate conceitos que permeiam estes campos e divulga trabalhos de pesquisadores vinculados principalmente às áreas de Comunicação, Geografia e Estudos de Mídia, suas interfaces e correlações. Abrange pesquisas sobre: espaço e fluxos comunicacionais em escala: comunicação local, regional, internacional; espaços de comunicação intercultural; fronteiras midiáticas; comunidades em redes telecomunicacionais; diáspora e mídia e geografia humanística no contexto das comunicações. Privilegia análises de territórios de mídia pública, privada e independente; pesquisas comparadas de sistemas e grupos midiáticos nacionais e internacionais; territórios normativos da mídia e de convergência digital (Intercom, 2023).

Para traçar um panorama da produção e perceber como as Geografias da Comunicação se consolidaram ao longo de 15 anos em relação a temáticas, métodos e conceitos orientadores, fizemos uma análise de conteúdo (Bardin, 2011) recuperando 305 textos arquivados nos anais dos congressos anuais da Intercom com acesso disponível on-line.

O exame desse material mostra as abordagens que definem o foco e o escopo do grupo e são referência para gerações diferentes de pesquisadores, em investigações sobre o urbano, o rural, as questões locais e regionais, as relações de poder, a tecnologia, as representações e os fluxos comunicacionais nos territórios, além de reflexões teóricas e proposições metodológicas, de acordo com a Tabela a seguir.

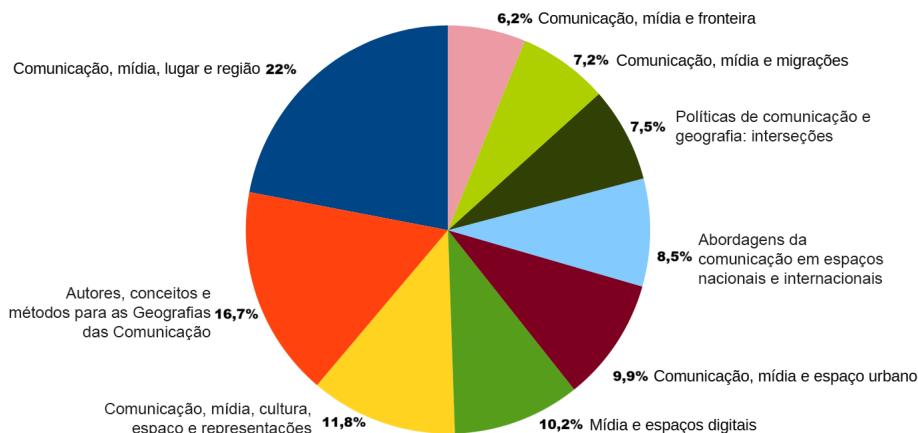
Tabela 1 – Categorização e distribuição por eixos temáticos dos textos apresentados - GP Geografias da Comunicação da Intercom (2009-2024)

Eixo	Nº de trabalhos
Comunicação, mídia, lugar e região	67
Autores, conceitos e métodos para as Geografias das Comunicação	51
Comunicação, mídia, cultura, espaço e representações	36
Mídia e espaços digitais	31
Comunicação, mídia e espaço urbano	30
Abordagens da comunicação em espaços nacionais e internacionais	26
Políticas de comunicação e geografia: interseções	23
Comunicação, mídia e migrações	22
Comunicação, mídia e fronteira	19
Total	305

Fonte: Elaborada pelas autoras.

O gráfico a seguir permite visualizar a distribuição dos trabalhos por cada um dos eixos.

Gráfico 1 – Distribuição dos textos por categorias – GP Geografias da Comunicação (2009-2024)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

A categorização das ênfases de cada texto permitiu organizar a produção por eixos detalhados por autoria, ano, metodologia e instituição de origem. Com análise que apresentamos a seguir, vemos que desde o germinar do campo das Geografias da Comunicação no Brasil, e mais intensamente nos últimos 15 anos com as atividades do GP análogo na Intercom, têm-se materializado estudos sistemáticos nas intersecções comunicação-geografia-mídia, o que demonstra produção científica sólida.

O geógrafo brasileiro Milton Santos é referência central dos artigos, citado em praticamente todos os eixos por seus conceitos de território, espaço, lugar e meio técnico-científico-informacional. Jesús Martín-Barbero, Manuel Castells, Stuart Hall e Sonia Virgínia Moreira também são referências-chave, presentes em múltiplos eixos com ferramentas teóricas que ajudam a compreender as dinâmicas comunicacionais contemporâneas, desde os trabalhos sobre infraestrutura de mídia, passando por políticas públicas e até as pesquisas sobre mediação, discurso e representação.

Entre os artigos, a presença de temas como identidade, território, representação, regionalização e política expõe a preocupação dos pesquisadores com a comunicação enquanto prática enraizada em relações de poder e nas desigualdades (de acesso, de oportunidade, de participação) nos contextos nacional e global. A crítica à concentração midiática, a defesa da democratização da comunicação e a análise das assimetrias na circulação de informações são temas recorrentes, que intensificam o compromisso do grupo com o objeto da investigação.

O exame da produção do GP mostra, do ponto de vista metodológico, a capacidade de aliar estudos teóricos e empíricos com uma representação consistente dos trabalhos de campo, uma característica marcante das pesquisas. Daí resultaram a produção de dados inéditos, de relevância social e política com potencial de operar mudanças nos territórios, a oferta de subsídios para políticas públicas, o incentivo a iniciativas para reduzir desigualdades geomidiáticas e a promoção do desenvolvimento local.

Como em todo campo em construção, em especial no estudo interdisciplinar da Comunicação e da Geografia, há desafios a serem enfrentados. As rápidas transformações tecnológicas, a desinformação e as assimetrias no acesso à internet são problemas que impactam os territórios, qualquer território. Tal cenário demanda novos e mais intensos esforços de pesquisa, da mesma forma que são urgentes maior número de estudos sobre questões ambientais e sustentabilidade, migrações e diásporas. Pesquisas futuras também

podem explorar ainda mais a diversidade cultural e comunicacional do Brasil incluindo nos estudos contextos rurais, diáspóricos, periféricos e indígenas em abordagens que envolvam gênero, raça e classe, a fim de aprofundar os cruzamentos entre comunicação, território e desigualdade social.

A partir da análise dos textos produzidos, uma tendência que se desenha para o grupo é a intensificação do diálogo interno, com trabalhos colaborativos, em coautoria e em rede. A interlocução com referências latino-americana da Comunicação e da Geografia aponta para a oportunidade de ampliar o intercâmbio intelectual com outros países da região para enriquecer as perspectivas teóricas e empíricas das pesquisas e ampliar a participação dos pesquisadores das Geografias da Comunicação no debate internacional.

Estão detalhados a seguir os eixos identificados na análise do corpo de artigos produzidos por integrantes do Grupo de Pesquisa. Os quadros sistematizados permitem que os leitores possam criar o seu próprio conjunto de informação a partir dos dados dispostos – autoria, ano de produção, metodologia utilizada e instituição de origem dos autores.

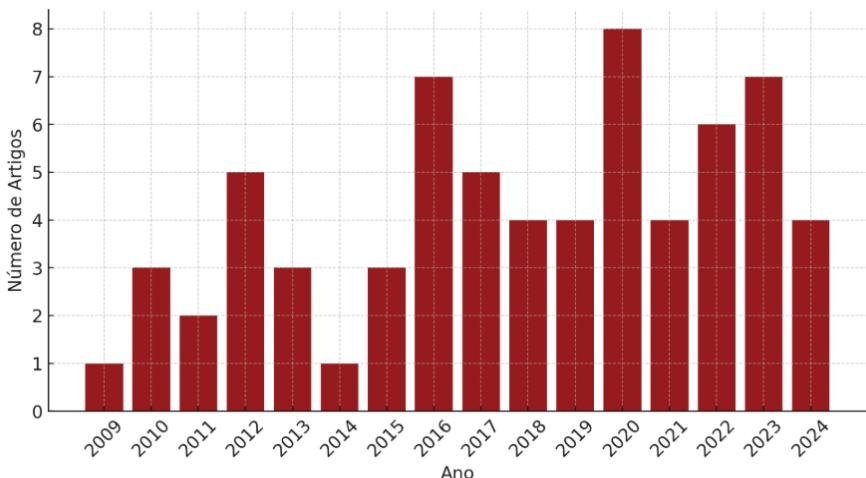
1) Eixo Comunicação, Mídia, Lugar e Região

Esse é o eixo com maior número de trabalhos (67), totalizando 22% de toda a produção GP Geografias da Comunicação. Muitos dos textos são em coautoria e como resultado de pesquisas iniciadas na pós-graduação sobre comunicação e mídia em escala local e regional, que têm se firmado como linha de investigação na carreira profissional dos pesquisadores.

A robustez desse eixo, em número de trabalhos e no amadurecimento teórico e metodológico das pesquisas sobre a comunicação e a mídia nas escalas local e regional, indica uma linha de trabalho que ganha cada vez mais interesse e consistência, principalmente entre pesquisadores fora das capitais Rio de Janeiro e São Paulo. Os estudos cobrem uma ampla gama de contextos geográficos, incluindo estados como Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Maranhão, Tocantins, Piauí, Paraná, Pará, Belém, Sergipe e Roraima, além de cidades do interior fluminense e paulista.

O gráfico a seguir mostra o aumento das produções a partir de 2015, atingindo picos nos anos mais recentes – 2016, 2020, 2022 e 2023.

Gráfico 2 – Pesquisas do GP sobre comunicação e mídia, nas escala local e regional (2009-2014)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Os artigos que compõem este eixo podem ser organizados em cinco subcategorias: Circuitos de Produção e Alcance e Escassez de Informação, com trabalhos que analisam os fluxos de produção e distribuição de notícias além dos impactos da escassez informativa; Novas Tecnologias e Convergência na Comunicação Regional, sobre o uso de ferramentas digitais e a adaptação da mídia tradicional ao ambiente da internet; Cultura, Memória e Identidade Regional, com textos que tratam da relação entre comunicação e construção de identidades locais; Jornalismo de Proximidade e Hiperlocalismo, aqueles que discutem práticas jornalísticas voltadas para comunidades específicas; e Políticas Públicas, Regulação e Mídia Regional, com trabalhos que abordam o papel das políticas públicas na sustentabilidade e funcionamento da mídia regional.

Em relação aos métodos e técnicas, os pesquisadores articularam de modo recorrente a análise de conteúdo e de discurso para compreender os sentidos e enquadramentos das notícias locais ou sobre um determinado lugar; a pesquisa de levantamento, muitas das quais do tipo inventário, para listar meios de comunicação em funcionamento em uma determinada região; os estudos de caso para descrever e detalhar as atividades de produção de veículos específicos; a pesquisa bibliográfica nos casos de discussão teórica; a cartografia, para mapear a localização de mídias e

fluxos noticiosos; entrevistas com jornalistas e consumidores de notícias; análise comparada de mídia, pesquisa exploratória e pesquisa documental, principalmente em caso de estudos de legislação; e relatos de experiência com trabalhos empíricos. A clareza no uso do componente espacial é uma forte característica dos trabalhos, com vários artigos explorando conceitos como território, escalas geográficas e regionalização, o que reforça o diálogo entre Comunicação e Geografia.

A autoria dos artigos mostra uma tendência à colaboração, com a maioria dos textos produzidos por duas ou mais pessoas. Entre os autores frequentes, destacam-se Daniela Cristiane Ota, Liana Vidigal Rocha, Thays Assunção Reis, Jacqueline da Silva Deolindo e Helder Samuel dos Santos Lima. Esses pesquisadores compartilham um interesse comum pela mídia regional, com foco em temas como rádio, webjornalismo, desertos de notícias e jornalismo de proximidade. Suas pesquisas contribuem para a valorização da produção local e para a crítica à centralização da mídia nos grandes centros urbanos.

Os artigos também reforçam a importância da mídia regional como ferramenta promotora da identidade local, da democratização do acesso à informação e do sentimento de pertencimento e vínculo comunitário. Nesse sentido, a escassez de notícias e informação, citada nos trabalhos que tratam do “desertos de notícias”, é apontada como um desafio para a cidadania e a democracia, especialmente em cidades pequenas e médias.

As referências bibliográficas dos artigos deste eixo têm forte presença de autores da Comunicação, Geografia, Ciências Sociais, Economia Política e Estudos Culturais. As obras contemplam temas como territorialidade da mídia, jornalismo regional, políticas públicas de comunicação e impactos das tecnologias digitais. Nas bibliografias há referências teóricas clássicas, citações dos anais da Intercom (muitas vezes dos próprios colegas de grupo de pesquisa, principalmente menções a estudos aplicados sobre mídia local, desertos de notícias e práticas jornalísticas em diferentes contextos territoriais).

Entre os autores mais citados estão Milton Santos, Cicilia Peruzzo, João Canavilhas, Sonia Virgínia Moreira, Jacqueline da Silva Deolindo, Roberto Lobato Corrêa, Suzana Barbosa e Carlos Camponez. Entre os autores institucionais, os mais recorrentes nas referências bibliográficas são o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), com o estudo Região de Influência das Cidades e o Censo 2010, e o Projor (Instituto para o

Desenvolvimento do Jornalismo), com o Atlas da Notícia, estudo amplo e colaborativo para mapear as cidades brasileiras sem produção de jornalismo local. A presença de fontes institucionais mostra o esforço dos pesquisadores em buscar dados oficiais na caracterização de contextos regionais e na definição de parâmetros de análise.

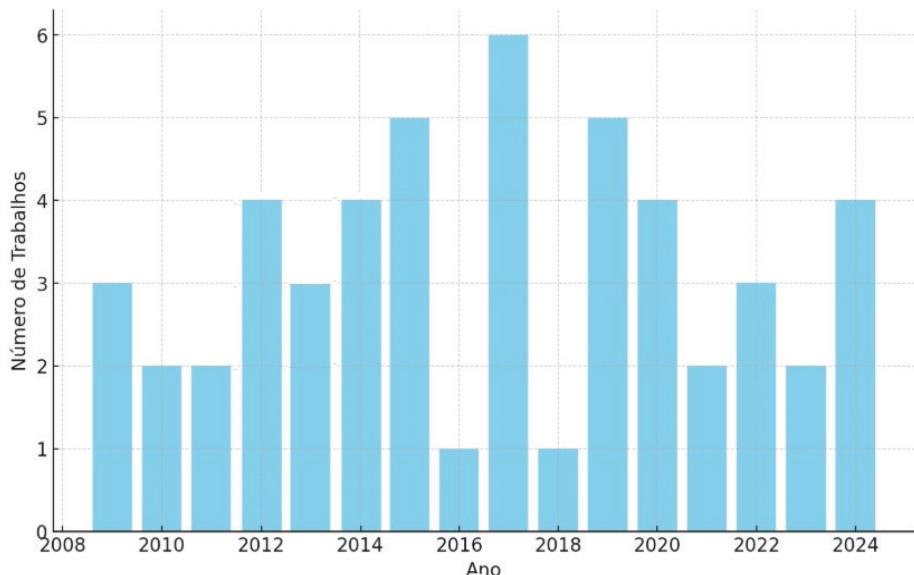
2) Eixo Autores, Conceitos e Métodos para as Geografias da Comunicação

O eixo representa o segundo maior conjunto de trabalhos apresentados no GP Geografias da Comunicação da Intercom entre 2009 e 2024, com 51 trabalhos, cerca de 16,7% da produção do GP. O quadro a seguir mostra os títulos, acompanhados das respectivas referências de autores, conceitos e métodos para as pesquisas da área.

A análise dos textos resultou na organização em quatro subcategorias: na primeira, Teorias e Conceitos Fundamentais, os autores discutem as bases da Geografia e da Comunicação a partir de autores clássicos; na segunda, Propostas Metodológicas, estão os textos que propõem formas de abordagem temática pelo viés das Geografias da Comunicação e indicativos de perguntas de pesquisa que incluem recursos como a cartografia; na terceira subcategoria, Espaço, Mídia e Produção de Informação, os textos abordam fluxos comunicacionais, desertos de notícias e geojornalismo; e, por fim, a quarta subcategoria, Globalização, Cultura e Identidade, reúne artigos sobre hibridização cultural, geopolítica das mídias e colonialismo digital.

O gráfico a seguir permite visualizar melhor a distribuição das pesquisas no tempo, numa reprodução das discussões teóricas e metodológicas nas reuniões do GP nos congressos da Intercom.

Gráfico 3 – Distribuição dos trabalhos com ênfase em autores, conceitos e métodos (2009-2024)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Como se observa, os trabalhos desse eixo se intensificam em 2015, o que coincide com o início do segundo quinquênio do grupo e indica seu amadurecimento teórico. Nesse período se apresentam cuidados teóricos, metodológicos e epistemológicos, todos bem definidos em torno de um interesse central, a territorialidade da comunicação como objeto de estudo ou em perspectiva metodológica. Os conceitos de território, lugar, escala, fluxos e espacialidade são os mais frequentes, o que aponta para o empenho dos pesquisadores em pensar a Geografia como referência estrutural para os estudos de mídia.

Dois tipos de territorialidade estão em questão: a física e a simbólica. Prevalece a territorialidade física representada por análises de jornalismo regional, cidades centrais para produção de notícias dentro de uma região, desertos de notícias e geopolítica das mídias, entre outras abordagens, que tratam do território midiático definido principalmente pelo contexto econômico-político em que cada empresa opera. Essas forças se refletem, por exemplo, na distribuição de infraestrutura, na definição de áreas de mercado, no alcance das políticas públicas e nos bloqueios de transmissão ou distribuição de conteúdo, em um movimento de poder

próprio das relações territoriais. A outra ideia de territorialidade é a simbólica, presente nas análises que versam, principalmente, sobre contextos digitais, identidade, cultura, pertença e relações mediadas por tecnologias de comunicação. Em todos os casos, a perspectiva epistemológica comum aos trabalhos considera a comunicação como um fenômeno espacial e não apenas discursivo.

Em relação à metodologia, a maior parte desses trabalhos é de natureza teórica e se vale de pesquisa bibliográfica, revisões de literatura e análises comparadas, o que contribui para aproximar, reunir, organizar e relacionar de modo interdisciplinar o conhecimento de áreas que, de outro modo, estariam distantes e dispersas. Em outro conjunto de textos, a cartografia é o principal recurso utilizado pelos pesquisadores para identificar, organizar e analisar as relações entre comunicação e espaço, o que mostra uma apropriação dos métodos geográficos por parte do grupo. Tanto nos trabalhos empíricos quanto nos teóricos, a cartografia é aplicada para compreender processos comunicacionais em sua dinâmica territorial, mas com uma diferença: na maior parte dos artigos deste eixo, quando aparece, está presente na produção de mapas e acompanhada da noção de escala. Já nos textos teóricos encontramos referência à cartografia processual, relacionada às proposições da Filosofia. Nos dois casos, o objetivo é estudar as relações entre informação, poder e espaço geográfico.

No eixo Autores, Conceitos e Métodos para as Geografias das Comunicação, a principal referência é o geógrafo brasileiro Milton Santos, com seus conceitos de território usado, meio técnico-científico-informacional, região, espaço e lugar. Os estudos frequentemente articulam Santos com outros autores, em um diálogo que expande as reflexões para temas como política de comunicação, fluxos informacionais, concentração de propriedade e geopolítica da mídia. É o caso, por exemplo, dos geógrafos Rogério Haesbaert e David Harvey, quando o assunto é território e globalização; do filósofo e sociólogo Pierre Bourdieu, quando o tema é poder; do pesquisador de mídia Henry Jenkins, quando se trata de redes e conexões; e do educador Paulo Freire, quando se pensa em “esperançar” o/no território.

Pensadores como Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini trazem para os textos perspectivas críticas sobre comunicação e cultura na América Latina, recurso importante na construção de um olhar regionalmente situado. A base teórica pode ser ampliada com a incorporação de outros autores latino-americanos, clássicos e contemporâneos, que tra-

zem reflexões sobre temas como (de)colonialidade, dependência cultural, desigualdades e resistência. Essa ampliação enriquece a fundamentação teórica das pesquisas e fortalece a originalidade dos estudos ao promover intercâmbio intelectual Sul-Sul. Na exploração de conceitos e abordagens desenvolvidos na região, os textos do GP contribuem para uma visão plural, emancipatória e alinhada às particularidades e desafios da América Latina.

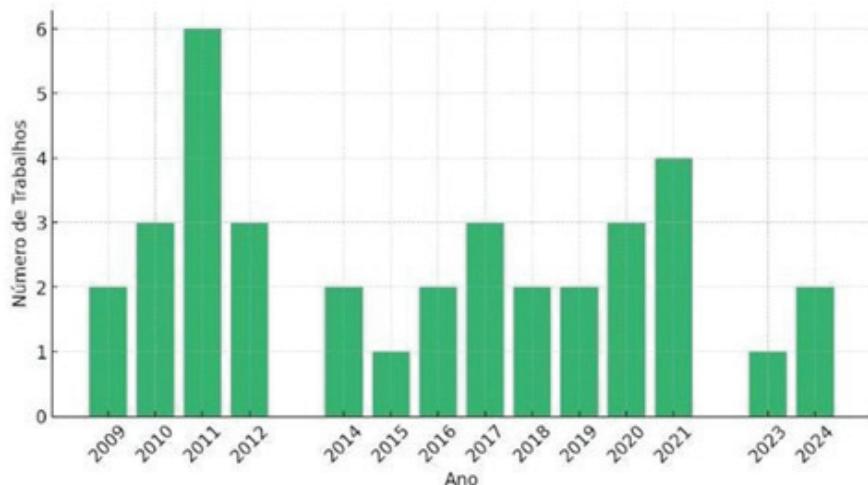
Outra característica de trabalhos deste eixo é a citação cruzada, que mostra o fortalecimento mútuo dos pesquisadores do Grupo de Pesquisa por meio do uso dos achados teóricos e empíricos associados. Ainda que residual, tal ocorrência pode ser observada nos textos com abordagens epistemológica e reflexiva sobre as Geografias da Comunicação, sobre a trajetória do GP e nos trabalhos que envolvem cartografia, mídia regional e desertos de notícias. Em todos os casos, a tendência representa caminhos para novas pesquisas e trabalhos colaborativos que recuperem conhecimentos acumulados internamente.

3) Eixo Comunicação, Mídia, Cultura, Espaço e Representações

Este eixo reúne 36 trabalhos, aproximadamente 11,8% dos trabalhos do GP no período de 2009 a 2024. Os pesquisadores compartilham a compreensão de que a mídia é produto da cultura e também prática cultural, que emerge de contextos sociais, históricos e espaciais específicos que implicam as dinâmicas simbólicas e materiais desses mesmos contextos.

Neste eixo, a mídia representa de modo simultâneo tempo e espaços e culturas e também os constitui ao criar novas formas de pertencimento e ressignificar territórios físicos e simbólicos. O gráfico a seguir mostra maior concentração da temática entre 2011 e 2021, anos que coincidem com maior participação de pesquisadores interessados em estudos de representação, como foi o caso de autores vindos do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ presentes nos encontros do GP nesse período.

Gráfico 4 – Distribuição dos trabalhos com ênfase no tema Comunicação, Espaço e Identidade (2009-2024)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Considerando a diversidade de temáticas do eixo, os trabalhos foram dispostos em seis subcategorias: Mídia, Representação e Identidade, aqueles sobre narrativas, discursos e estereótipos; Cultura, Memória e Territorialidade, de pesquisas sobre práticas culturais, memórias coletivas e suas relações com a construção de territorialidades físicas e simbólicas; Mídia e Práticas Culturais, sobre a interação entre mídia, cultura e produção social do espaço; Globalização, Hibridismo e Transnacionalidade, relativos a mídia, globalização, hibridismo cultural, fluxos transnacionais de informação e cultura; Geografias da Ficção e do Imaginário, de pesquisas sobre narrativas ficcionais e distópicas em relações com espaços simbólicos e representações de poder; Jornalismo e Territorialidades, de estudos sobre recursos midiáticos ou discursivos que reforçam especificidades locais e regionais.

Em relação às escolhas metodológicas, predominam as abordagens qualitativas, a exemplo de análise de discurso, cartografias simbólicas e observação participante, que permitem capturar a complexidade das relações entre mídia, cultura e espaço, entre os quais o objeto empírico recorrente é a cidade do Rio de Janeiro analisada em múltiplas dimensões – favelas, morros e ícones urbanos, por exemplo. Outras regiões do país, entre as

quais Sul e Nordeste, também estão presentes entre os textos organizados no eixo e refletem a diversidade de contextos culturais e midiáticos no Brasil. No geral, a hibridização cultural e a transnacionalidade são analisados como fenômenos centrais e mostram como a mídia opera em um contexto globalizado, ainda que sempre ancorada em localidades específicas. A tensão entre o global e o local surge como um dos pontos mais ricos e desafiadores das Geografias da Comunicação neste conjunto de trabalhos.

Sobre as referências teóricas, os trabalhos do eixo se valem das contribuições da Comunicação, da Geografia e dos Estudos da Cultura. Na Comunicação, predominam teorias sobre mídia, representação e produção simbólica, enquanto na Geografia ganham destaque conceitos como espaço, território e lugar. A cultura é abordada nas reflexões sobre identidade, memória, hibridismo e globalização, em boa parte com subsídios da Sociologia, da Antropologia e dos Estudos Culturais.

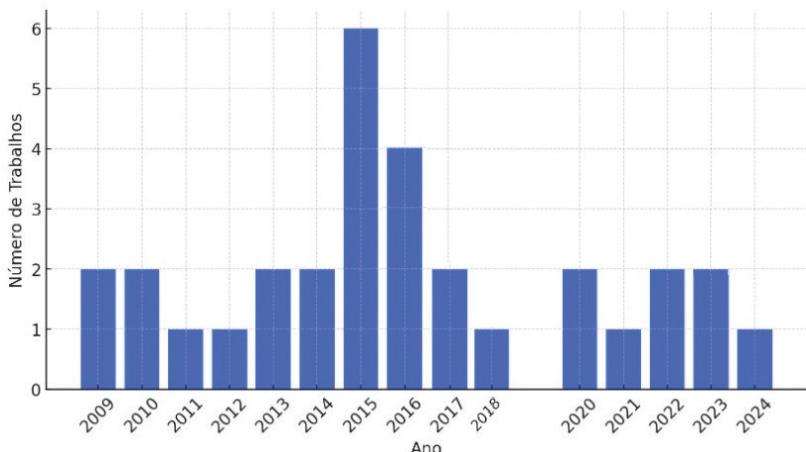
Entre os autores mais citados estão Stuart Hall e suas contribuições sobre identidade e representação; David Harvey e Milton Santos com as reflexões sobre espaço e globalização; Michel Foucault e as teorias sobre poder e discurso; Doreen Massey na abordagem de espaço e lugar; Jesús Martin-Barbero e Néstor García Canclini para as teorias sobre mediações e hibridismo cultural; e Michel de Certeau nos estudos sobre o cotidiano. Embora nem todos os trabalhos articulem expressamente referências da Geografia (a temática espacial se baseia em textos de outras áreas) é possível identificar nos textos a centralidade da territorialidade tanto em sua dimensão física quanto simbólica e afetiva.

4) Eixo Mídia e Espaços Digitais

Neste eixo estão reunidos 31 trabalhos apresentados entre 2009 e 2024, totalizando 10,2% dos artigos apresentados no período.

A distribuição temporal dos artigos indica uma concentração em 2015, ainda que ocorra a participação equilibrada do tema ao longo de todo o período. Apesar da localização de textos sobre comunicação, espaço e ambientes digitais em 2019, estes ficaram agregados a outros eixos pela ênfase em diversos componentes.

Gráfico 5 – Distribuição dos textos sobre mídias digitais, internet e espaço (2009-2024)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

A análise dos trabalhos resultou em cinco subcategorias: Mídias Locativas e Aplicativos de Geolocalização, com estudos que exploram o uso de tecnologias de localização na interação entre espaços físicos e virtuais; Internet e Espaços Digitais como Territórios, sobre a internet como extensão ou reconfiguração do espaço geográfico considerando conceitos de territorialidade e fluidez; Jornalismo e Comunicação Digital de pesquisas sobre transformações do Jornalismo e da Comunicação impulsionadas pelas tecnologias digitais; Cultura Digital e Práticas Sociais com investigações das tecnologias digitais e sua influência nas práticas culturais, sociais e políticas; Desigualdades e Acesso Digital, em abordagens dos recursos digitais no território e as disparidades no acesso à internet.

Em relação à metodologia, a maioria dos textos usa estudos de caso e análise de conteúdo. Há também revisão bibliográfica, o uso da cartografia digital para representar fenômenos espaciais no ambiente virtual, entrevistas e estudos exploratórios para coletar dados qualitativos de práticas digitais. A percepção de que a pesquisa em ambientes digitais exige novas abordagens metodológicas, como a análise de big data, também foi identificada em alguns dos trabalhos do eixo.

No conjunto dos artigos, os autores percebem a internet e o ambiente digital como extensões do espaço físico, com novas territorialida-

des e formas de interação. A tensão entre hiperlocalismo e globalização está presente, bem como a compreensão dos espaços digitais no ambiente de mediação dialética como facilitadora da comunicação via produção e circulação de conteúdo. Também mostra o campo de disputas e desigualdades marcado por controles corporativos e assimetrias de acesso digital. A internet é considerada ferramenta de transformação social, capaz de promover mudanças culturais e políticas pela sua capilaridade e poder de gerar engajamento e reconhecida pela capacidade de reforçar dinâmicas existentes de poder. Tais aspectos reforçam a complexidade e a relevância dos estudos contemporâneos de mídia e espaços digitais.

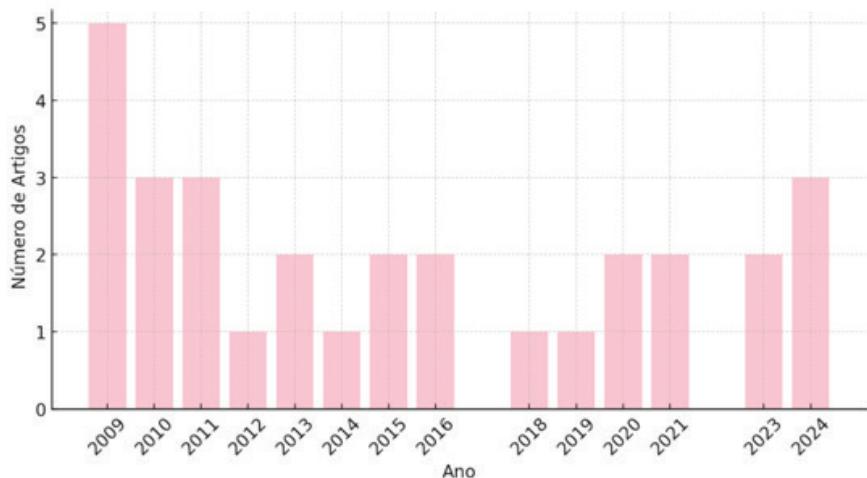
As referências são bastante amplas ao abranger as áreas de Comunicação, Geografia, Sociologia, Antropologia, Filosofia, Tecnologia da Informação, Psicologia, Economia, Ciência Política, Urbanismo, Turismo, Linguística e Estudos Culturais. Isso reforça o perfil interdisciplinar da produção. Os autores centrais para os estudos desse eixo são Milton Santos, Manuel Castells, André Lemos, Pierre Lévy, Michel Maffesoli, Henry Jenkins e Raquel Recuero.

5) Eixo Comunicação, Mídia e Espaços Urbanos

Este eixo inclui 30 artigos, 9,9% dos artigos analisados. A Comunicação é compreendida como elemento central na construção, transformação e representação dos espaços urbanos e também como um campo de disputa no qual diferentes atores sociais e políticos lutam por visibilidade e poder. Os textos a seguir foram apresentados nas reuniões do GP Geografias da Comunicação no período 2009-2024.

Temas como tecnologia, cultura, pertença, violência e migração são recorrentes entre as pesquisas, que estão distribuídas da maneira a seguir ao longo dos anos.

Gráfico 6 – Distribuição das pesquisas com ênfase em comunicação e mídia na produção do espaço urbano entre 2009 e 2024



Fonte: Elaborado pelas autoras.

O tema se concentra nos estudos de mídia e da/cidade que foram frequentes no início das atividades do GP e voltou a despertar interesse a partir de 2018. Os textos podem ser distribuídos nas seguintes subcategorias: Tecnologia e Transformações na Cidade, no qual a tecnologia é abordada como fator de reconfiguração do cotidiano urbano; Direito, Acesso e Uso da Cidade, que evidenciam a cidade como espaço de resistência e luta por direitos; Representações da Cidade, que mostram como a mídia, o cinema, a literatura e outras formas de expressão cultural constroem imaginários urbanos que ajudam a produzir o espaço geográfico; e Recursos Urbanos, Densidade Técnica e Informacional, com a cidade destacada como espaço de circulação de bens simbólicos, infraestruturas e economias criativas. Na abordagem de assuntos como cidades inteligentes, gentrificação, representações midiáticas, violência urbana e economia criativa, os textos mostram as formas como a comunicação reflete e produz geografias específicas, influenciando a maneira como os indivíduos experienciam, acessam e transformam a cidade.

Nas referências bibliográficas os trabalhos trazem contribuições teóricas da Geografia, Comunicação, Sociologia, Antropologia e Estudos Urbanos. A diversidade permite explorações da complexidade do fato urbano, marcado por transformações tecnológicas, disputas de poder, representações midiáticas

e dinâmicas culturais. O geógrafo Milton Santos é a referência mais citada para espaço urbano, globalização, técnica e tempo e a relação entre comunicação e território. Autores como Manuel Castells, Henri Lefebvre e André Lemos também aparecem com frequência em contribuições para cidades inteligentes, produção do espaço urbano e cibercultura.

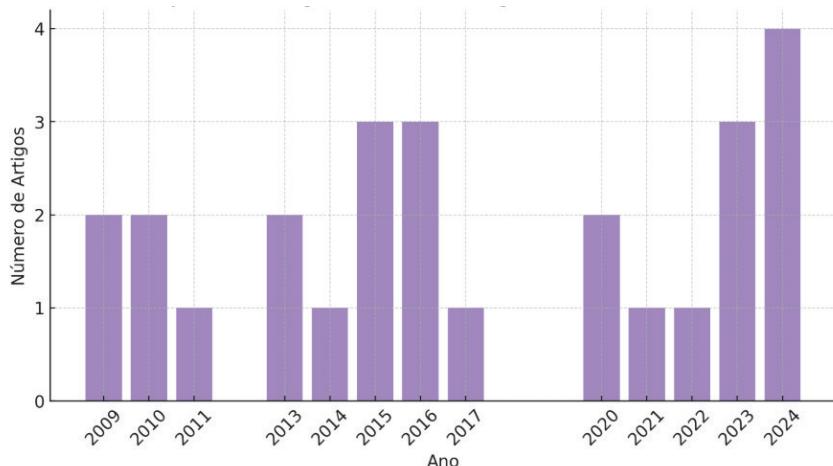
O geógrafo Paulo Celso da Silva é o autor que mais se dedica a discutir a cidade. Suas produções abordam cidades inteligentes, gentrificação e comunicação urbana. Neste e em outros eixos é autor único ou coautor, predominantemente em Comunicação, mídia e espaço urbano. No GP, de modo geral, predomina a produção individual, com alguns diálogos internos e/ou citações cruzadas entre autores. Essa característica pode ser uma forma de integrar os pesquisadores e promover colaborações e projetos coletivos no Grupo de Pesquisa. Observa-se, ainda, que o eixo mostra capacidade para trabalhos sobre mídia e espaço urbano em outras escalas, caso das cidades não metropolitanas, que também enfrentam desafios relevantes. Da mesma forma, o GP comporta pesquisas sobre outros contextos urbanos latino-americanos.

6) Eixo Abordagens de Comunicação e Mídia em espaços nacionais e internacionais

Este eixo reúne 26 artigos publicados entre 2009 e 2024, 8,5% dos textos do GP. Os autores compartilham a visão de que Comunicação e Mídia são centrais para a organização do espaço geográfico, a circulação de informações e a construção de relações sociais, políticas, econômicas e culturais nacionais e internacionais.

A distribuição temporal dos trabalhos pode ser melhor visualizada no gráfico a seguir.

Gráfico 7 – Distribuição no GP Geografias dos trabalhos de Comunicação e Mídia em espaços nacionais e internacionais (2009-2024)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

A análise dos artigos permite organizá-los em três subcategorias. A primeira, Agências de Notícias e Fluxos de Informação, reúne textos sobre o papel das agências na circulação de informações, sua influência na globalização e na formação de oligopólios midiáticos, destacando as assimetrias entre países do Norte e do Sul Global. Na segunda, Mídia, Comunicação e Território, estão os debates sobre processos de internacionalização, disputas territoriais e partilha de conhecimentos. A terceira, Transformações Tecnológicas e Impactos na Comunicação, trabalha com as mudanças provocadas pelas tecnologias digitais e seus efeitos no jornalismo, no trabalho e nas estratégias de engajamento do público.

Entre as metodologias predominam análises de conteúdo, enquadramento, estudos de caso, análises comparadas, pesquisa bibliográfica e análise documental.

O componente espacial na maioria dos artigos está claro e incorpora conceitos e dimensões de “território”, “fluxos informativos” e “redes de comunicação”. Os conceitos são essenciais para contextualizar dinâmicas midiáticas e comunicacionais, especialmente nos estudos sobre agências internacionais de notícias e cursos da internacionalização da mídia. Em alguns textos, porém, a abordagem espacial é menos explícita, com maior ênfase nas transformações tecnológicas ou laborais.

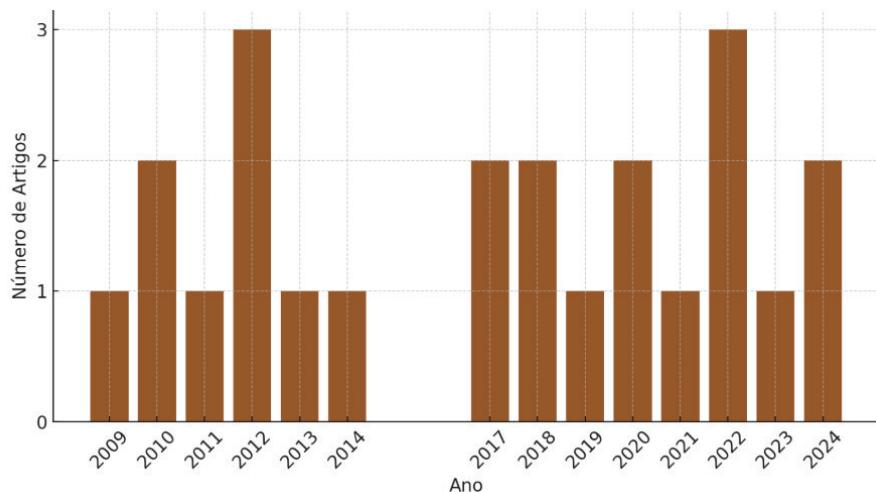
Os referenciais teóricos analisados no conjunto de textos articulam autores e conceitos da Comunicação, Geografia, Sociologia, Ciência Política e Economia na fundamentação dos argumentos relativos a circulação de informações, territorialidade midiática, relações de poder, processos sociopolíticos e econômicos, concentração e dependência dos conglomerados de mídia, digitalização e impacto das redes sociais sobre as práticas profissionais. Milton Santos, Oliver Boyd-Barrett, Manuel Castells, Armand Mattelart e David Harvey são destaques entre as referências.

7) Eixo Políticas de Comunicação e Geografia: Interseções

Este eixo é constituído por 23 relatos de pesquisas, 7,5% dos trabalhos apresentados no GP Geografias da Comunicação entre 2009 e 2024.

A maior parte dos trabalhos está concentrada nos anos 2010, 2012, 2017, 2018, 2022 e 2024, coincidindo com a participação dos pesquisadores dedicados ao estudo de políticas públicas e políticas de comunicação nos congressos anuais da Intercom e com a apresentação de projetos ou resultados de pesquisas na área. As lacunas em 2015 e 2016 não significam ausência de artigos sobre o tema: nos dois anos foram apresentadas pesquisas que se situam na interseção entre essa e outras categorias, que foram alocadas em outros eixos temáticos porque o conteúdo enfatizava aspectos determinantes para sua designação.

Gráfico 8 – Distribuição dos textos sobre as interseções entre políticas de comunicação e questões espaciais no GP Geografias da Comunicação (2009-2024)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

A análise dos textos indica exames detalhados no cruzamento entre comunicação, espaço e poder, o que permitiu a organização em três subcategorias. A primeira, Regulação e Políticas de Mídia, mostra estudos sobre legislação, concentração de poder e marcos legais que orientam o setor da comunicação no país, com foco nas disputas em torno da regulamentação e da democratização dos meios. A segunda, Territorialidades e Espacialidades Midiáticas, explora como as práticas comunicacionais se relacionam com o espaço geográfico abordando desde infraestruturas de comunicação até disputas simbólicas e representações territoriais. A terceira, Comunicação Pública e Democratização, concentra-se em iniciativas de inclusão digital, cidadania e fortalecimento de práticas coletivas e democráticas via comunicação.

Os autores que integram este eixo compreendem as políticas de comunicação como um conjunto de normas, regulamentações e práticas. O Estado é percebido como agente central na promoção da democratização da comunicação, ainda que nem sempre exerça esse papel, e o mercado é considerado um espaço de disputa, no qual conglomerados midiáticos exercem influência, muitas vezes em detrimento da diversidade e da plura-

lidade de vozes. A relação entre Estado e mercado, por sinal, é tema recorrente, com críticas à atuação de grandes grupos midiáticos e ao “coronelismo eletrônico”. Os textos defendem políticas públicas para inclusão digital, transparência de dados e participação cidadã, em especial nas regiões periféricas ou menos atendidas pelos grandes meios de comunicação.

A análise do conjunto da produção nesse eixo aponta forte preocupação com a diversidade regional e local ao destacar realidades negligenciadas pelos estudos centrados nas grandes metrópoles. Outro ponto relevante são os registros do impacto da tecnologia e da digitalização, que transformam as infraestruturas de comunicação, as práticas sociais e as relações políticas.

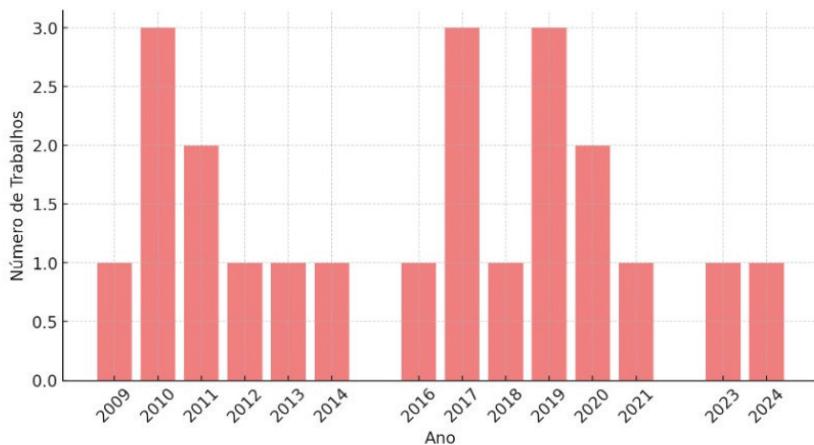
Os autores consultados vêm das áreas da Comunicação, Geografia, Sociologia e Ciéncia Política, que oferecem sustentação teórica para debates sobre regulação da mídia, territorialidades midiáticas, comunicação pública, democratização, midiatização, poder e infraestruturas de comunicação, articulando questões locais e globais. Sonia Virgínia Moreira e Janaína Visibeli Barros são as autoras mais recorrentes no eixo. Entre os autores brasileiros com maior número de citações estão também Milton Santos, Venício de Lima e César Bolaño.

8) Eixo Comunicação, Mídia e Migrações

Os 22 artigos deste eixo, 7,2% do total, trabalham com a mídia e as práticas comunicacionais e suas relações com processos migratórios, colaborando assim para a construção de identidades transnacionais.

As pesquisas contemplam experiências consolidadas, entre as quais a imigração italiana no Sul do Brasil entre final do século XIX e início do século XX e questões contemporâneas como, por exemplo, os fluxos migratórios de haitianos pós-terremoto de 2010 naquele país e de venezuelanos, principalmente a partir de 2017 devido à crise política e econômica que enfrentavam. O gráfico a seguir indica a concentração de trabalhos em 2010, 2017 e 2019, explicada pela participação de pesquisadores dedicados ao tema da migração.

Gráfico 9 – Distribuição das pesquisas sobre comunicação e migração no GP (2009-2024)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Os artigos deste eixo podem ser organizados nas seguintes subcategorias: Representações Midiáticas e Imaginários sobre Migrantes e Migrações, que analisam a representação pela mídia dos migrantes e processos migratórios na construção de imaginários sociais, não raro estereotipados; Comunicação e Construção de Identidades Transnacionais, que exploram as tecnologias de informação e comunicação e contribuem para conectar migrantes às suas origens e às comunidades diáspóricas; Redes de Comunicação e Organização de Comunidades Migrantes, sobre a mobilização de migrantes visando a promoção da cidadania e participação social; Interculturalidade e Desafios da Integração, sobre processos de integração em sociedades multiculturais, com destaque para o papel da comunicação intercultural e problemas enfrentados pelos migrantes.

Camila Escudero e Roberta Bandalise são as autoras mais frequentes neste eixo. Nas referências teóricas predominam as áreas de estudos culturais, teorias pós-coloniais e Geografias da Comunicação. Autores como Stuart Hall, Néstor Canclini e Saskia Sassen são centrais nas produções desse conjunto de artigos, com Hall presente em praticamente todos os trabalhos. Há presença significativa de textos em espanhol, de autoria de pesquisadores latino-americanos nas referências. Embora se verifique rara ocorrência de citação cruzada entre os autores dos artigos, observa-se a valorização significativa da produção nacional, com a citação de pesqui-

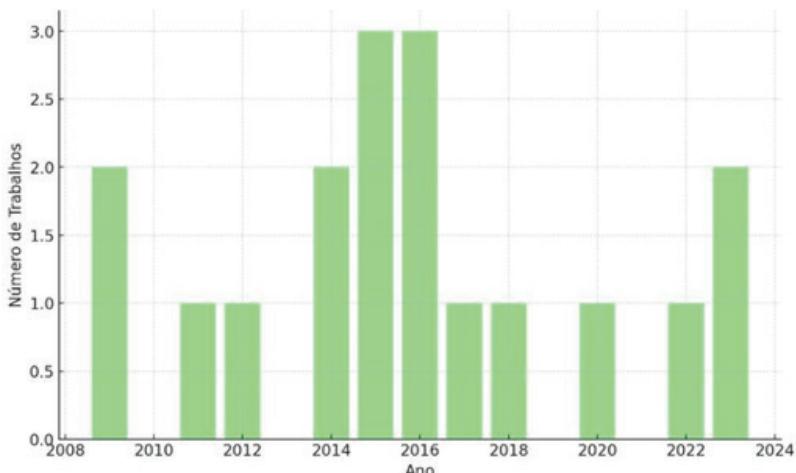
sadores brasileiros que investigam o tema das migrações, mesmo que não estejam diretamente vinculados às Geografias da Comunicação.

9) Eixo Comunicação, Mídia e Fronteira

Entre 2009 e 2023, 19 trabalhos (6,2%) relacionados a comunicação, mídia e fronteira foram apresentados nas reuniões anuais do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação da Intercom. A seguir está a relação por ordem alfabética dos títulos dos artigos.

O conjunto de textos analisado indica que os artigos apresentam diversidade de abordagens sobre comunicação e fronteiras na América do Sul, prevalecendo entre todos os 19 artigos o entendimento da mídia como agente mediador das relações transfronteiriças entre Brasil e Paraguai, Brasil e Uruguai, Brasil e Argentina. Os trabalhos podem ser organizados nas seguintes subcategorias: Representações Fronteiriças na Mídia, Identidades Culturais, Infraestrutura Comunicacional, Estudos Históricos e Produções Midiáticas da/na fronteira. O gráfico a seguir aponta uma concentração de pesquisas em 2014, 2015 e 2016, resultantes principalmente de trabalhos reunindo pesquisadores e orientandos de pós-graduação em cada um desses anos.

Gráfico 10 – Distribuição dos textos sobre comunicação nos espaços de fronteira no GP Geografias da Comunicação (2009-2023)



Fonte: Elaborado pelas autoras.

A maioria dos textos conclui que a mídia, ao narrar diferentes rotinas e realidades nas fronteiras, assume um papel discursivo que reforça estigmas e também promove a integração, especialmente em relação ao jornalismo, à televisão e à programação radiofônica, que desempenham papel central na construção de representações sociais e narrativas identitárias. A infraestrutura de comunicação é apontada como fator limitante no desenvolvimento de conteúdos regionais.

Os trabalhos analisados são majoritariamente qualitativos, com diversas abordagens de pesquisa. Predominam os estudos exploratórios, descritivos e de levantamento sobre fenômenos comunicacionais em contextos de fronteiras. A coleta de dados destaca o uso expressivo na metodologia de entrevistas e observação participante. Para interpretar percepções e sentidos midiáticos, são utilizadas técnicas como análise de conteúdo, análise do discurso e hermenêutica. As abordagens quantitativas, embora reduzidas, representam avanço metodológico importante, porque abrem novas possibilidades de produção de conhecimento sobre a fronteira, suas pessoas e seus recursos.

Em relação ao arcabouço teórico, as referências articuladas nos artigos do eixo revelam um núcleo centrado na Comunicação, no Jornalismo, na Sociologia e nos Estudos Culturais, poucas vezes no pensamento geográfico, mesmo que o tema das pesquisas lide diretamente com dinâmicas territoriais. Muitas das citações sobre outros estudos de mídia e fronteira têm origem em dissertações, teses e anais de congressos regionais e nacionais da Intercom, o que sugere que os estudos de mídia e fronteira, no bojo das Geografias da Comunicação no Brasil, têm perspectiva de crescimento, com a inclusão de outras pesquisas em coautoria que podem ser produzidas em rede, dado o número reduzido de citações cruzadas observado.

Uma observação importante a ser considerada no potencial das perspectivas inexploradas até o momento é que entre as referências bibliográficas usadas há predominância de autores brasileiros, o que indica um olhar ainda unilateral sobre as fronteiras em questão, com poucas referências a autores latino-americanos, clássicos ou contemporâneos, ou dados empíricos de fontes estrangeiras.

Uma tentativa de traçar possibilidades futuras de pesquisas neste eixo mostra que o grupo de autores tem oportunidade de envolver universidades e pesquisadores do tema em outras regiões do Brasil e nos países vizinhos para, assim, aprofundar estudos sobre a comunicação, a mídia e

suas infraestruturas também nas fronteiras do Brasil com a Bolívia, o Peru, a Colômbia, a Guiana, o Suriname e mesmo o Departamento Ultramarino Francês da Guiana. O conjunto analisado indica que pode ser especialmente interessante investigar os impactos do avanço tecnológico e da globalização nos nove países com os quais o Brasil faz fronteira no contexto das desigualdades regionais e de desenvolvimento de políticas públicas no limite do território nacional ou em situações de cooperação internacional transfronteira. A relevância de temas atuais como redes sociais e desinformação representa a oportunidade de desenvolver pesquisas sobre digitalização e uso das redes sociais em comunidades fronteiriças.

Referências

- ACHARYA, Indranil; PANDA, Ujjwal Kumar. *Geographical Imaginations: Literature and the ‘Spatial Turn’*. Oxford (UK): Oxford University Press, 2022.
- ANDERSON, Benedict. *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. Londres/Nova York: Verso, 1983.
- FALKHEIMER, Jesper; JANSSON, André (eds.). *Geographies of Communication, The Spatial Turn in Media Studies*. Göteborg: Nordicom, 2006.
- HARVEY, David. Evaluation: Geographical Knowledge in the Eye of Power: Reflections on Derek Gregory’s Geographical Imaginations. *Annals of the Association of American Geographers*, v. 85, n. 1, p. 160–64, 1995.
- HARVEY, David. *The Condition of Postmodernity*. Taylor & Francis; v. 67; n. 2, 1991.
- HILLIS, Ken. On the Margins: the invisibility of communications in geography. *Progress in Human Communication*, v. 22, n. 4, p. 543-566, 1998.
- MEYROWITZ, Joshua. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford University Press, 1985.

Os princípios do método geográfico:

Contribuições para os estudos de Comunicação

Ao longo da sua história enquanto campo do conhecimento, a Geografia consolidou-se como disciplina com teoria e metodologia sólidas que ultrapassam a mera descrição dos fenômenos espaciais. Seu desenvolvimento teórico foi marcado pela construção de conceitos e técnicas de investigação rigorosas, voltadas para a análise crítica das dinâmicas socioespaciais. Os princípios que orientam a Geografia não só a distinguem de outras ciências, como também expandem as possibilidades de diálogo interdisciplinar, enriquecendo análises em áreas correlatas que exploram interseções.

Para os pesquisadores em Comunicação, especialmente aqueles que investigam as Geografias da Comunicação, os princípios do pensamento geográficos oferecem perspectivas teórico-metodológicas de análise particularmente valiosas e permitem que as investigações avancem na compreensão de processos comunicacionais nos quais o espaço desempenha papel estruturante.

Ao entendermos a Geografia como disciplina ativa no desenvolvimento do conhecimento científico, percebemos melhor como os estudiosos da Comunicação podem se apropriar dos seus recursos para investigar novas fronteiras na pesquisa comunicacional. Este é um grande desafio. Mais do que apenas deslocar perspectivas de análise, o que já seria um exercício exigente, os pesquisadores em Comunicação, que se dedicam a esse campo de cruzamento de saberes, geralmente orientados ao estudo dos meios, das mensagens, dos processos de produção midiática e seus efeitos, são instados a se apropriar do pensamento da Geografia. Isso significa reconsiderar as questões de pesquisa, o objeto e os objetivos, os modos de coletar e analisar dados. Em resumo, significa redefinir ou combinar abordagens para compreender processos que emergem nesse campo de intercessão.

O método geográfico – ou os modos de pensar da Geografia

Nos primeiros passos dessa tarefa, o texto de Ruy Moreira (2011) *Conceitos, categorias e princípios lógicos para o método e o ensino de geografia* pode ser particularmente útil. Em uma perspectiva crítica e dialética da Geografia, ele nos apresenta as formas de operação do pensamento geográfico e explica que

A relação homem-meio é o eixo epistemológico da geografia. Todavia, para adquirir uma feição geográfica, essa relação deve estruturar-se na forma combinada da paisagem, do território e do espaço. Do ponto de vista da representação, tudo começa na categoria da paisagem, mas se explicita na categoria do espaço, mediada pela categoria do território (Moreira, 2011, p. 116).

Para o autor, todo o conhecimento geográfico deve partir fundamentalmente da tríade paisagem-território-espaço, “as categorias da representação e construção da ideia de mundo da geografia” (Moreira, 2011, p. 109).

A paisagem, nesse contexto, é o arranjo de elementos espaciais distintos, sejam eles naturais, culturais, produtivos, financeiros, políticos, jurídicos ou tecnológicos. Os elementos que compõem a paisagem, como frisa Moreira (2011), não são neutros: encerram conteúdos e estabelecem relações de diversas naturezas, inclusive econômicas, políticas e ideológicas. É a delimitação do objeto de análise dentre os arranjos da paisagem que constitui o território. Quando este é analisado, o que se busca é compreender o que ocorre dentro de um domínio, ou seja, a organização dos elementos e suas relações num dado limite, numa dada extensão. Iniciando-se pela descrição da paisagem e avançando para a análise do território é que se chega ao espaço, principal categoria geográfica, segundo Moreira (2011), que interessa conhecer enquanto mundo onde se assentam os processos sociais e naturais, sempre e totalmente imbricados.

Descrita a paisagem e definido o território, é hora de fazer sua “leitura”, o segundo momento desse movimento de “transição da sensibilidade” na Geografia: a percepção “para a intelecção”, que é a produção do conceito. Essa leitura dos elementos espaciais arranjados em delimitação feita pela aplicação dos princípios geográficos são diretrizes que orientam a investigação dos fenômenos espaciais, proporcionando uma estrutura para compreender e analisar o espaço. Eles são “a matéria-prima racional

da construção do conceito” (Moreira, 2011, p. 108) porque ajudam a responder a questões fundamentais como: onde as coisas acontecem? Por que as coisas acontecem onde acontecem? Como as coisas se relacionam entre si no espaço? Quais são as características únicas de cada lugar? Qual a relação entre a extensão de uma área e dado fenômeno que ali se observa?

Cada uma dessas perguntas pode ser tratada por um princípio fundamental do método geográfico e cada princípio fornece uma abordagem específica para a análise dos fenômenos espaciais em questão.

Espaço, território e paisagem formam, assim, o rol das categorias de base de toda construção e leitura geográfica das sociedades. No entanto, são os princípios lógicos a base dessa estrutura. Esses princípios criam o espaço, pois estão presentes nele, convertendo a paisagem em território e o território em espaço. Tudo na geografia começa, então, com os princípios lógicos (Moreira, 2011, p. 117).

Moreira identifica seis princípios dispostos numa única ordem, consequentes e relacionados: localização, distribuição, distância, delimitação, conexão e escala (Moreira, 2011, p. 116-117). Vejamos cada um detidamente:

- O princípio da localização define a posição exata de um fenômeno no espaço, utilizando coordenadas geográficas ou referências a outros elementos. Este princípio permite a determinação precisa do lugar onde um fenômeno ocorre, fornecendo uma base para todas as demais análises espaciais.
- O princípio da distribuição examina como os elementos estão espalhados no espaço, identificando padrões e desigualdades. A análise da distribuição ajuda a revelar como os fenômenos são organizados e como eles variam em diferentes áreas geográficas.
- O princípio da distância estabelece que a intensidade das relações entre lugares é inversamente proporcional à distância física que os separa. Essa relação é fundamental para entender a distribuição espacial de fenômenos como fluxos populacionais, econômicos, culturais, além de influenciar a organização espacial das cidades e regiões. Considera ainda diversos fatores, como os tecnológicos, que mitigam as relações espaciais.

- O princípio da delimitação estabelece os limites ou fronteiras de uma área geográfica, definindo onde um fenômeno ou território começa e termina. Esse princípio é fundamental para diferenciar regiões e áreas de estudo, permitindo a organização e classificação do espaço geográfico para análise e gestão territorial.
- O princípio da conexão reconhece as interações entre os diferentes elementos da paisagem, sejam eles naturais ou sociais. Este princípio ajuda a entender como os elementos do espaço geográfico estão interligados e como essas interações influenciam o ambiente.
- O princípio da escala refere-se ao tamanho ou área ocupada por um fenômeno. Este conceito ajuda a entender a dimensão espacial de um fenômeno, ou sua extensão, permitindo a análise da sua abrangência e influência geográfica.

Os princípios resultam de formulações creditadas a geógrafos como Friedrich Ratzel, Carl Ritter, Paul Vidal de La Blache, Alexander von Humboldt, Karl Bruhns, Walter Christaller, Torsten Hägerstrand, David Harvey e Halford Mackinder, entre outros. Embora eles tenham desempenhado papéis significativos na elaboração e definição de princípios geográficos, não há uma única pessoa inteiramente responsável por essas formulações, pois a ciência geográfica, como outros campos, resulta de um processo de acumulação de contínuas colaborações e de grande influência do contexto político, econômico, científico e cultural de cada época.

Isso reforça a ideia de que os princípios geográficos são dinâmicos e não estáticos. A Geografia lida com um objeto de estudo que é intrinsecamente variável, dificultando a definição de princípios universais e imutáveis, de modo que diante dos desafios do espaço geográfico – e dos campos e subcampos desde os quais novos estudos são feitos – surgem teorias e métodos inovadores que questionam e enriquecem as visões anteriores, ampliando o escopo das análises.

Por novas agendas de pesquisa

A confluência entre a Geografia e a Comunicação representa uma dessas interseções que geram respostas a perguntas inovadoras que fazemos em razão do mundo em permanente mudança, das observações que ainda não tínhamos feito, de formulações que levamos tempo para precisar e das inquietações que aparecem a partir de novas experiências. E

tudo começa com a consciência de que a Comunicação se dá no espaço e o transforma, como apontam Falkheimer e Jansson (2006):

A ligação entre geografia e comunicação reside no fato de que todas as formas de comunicação ocorrem no espaço, e que todos os espaços são produzidos por meio da representação, que ocorre por meio da comunicação. Em outras palavras, *as teorias da produção espacial também devem, até certo ponto, ser entendidas como teorias da comunicação e mediação* (Falkheimer; Jansson, 2006, p. 7, grifo nosso).

Para os estudiosos em Comunicação, esse movimento é mais do que uma “virada espacial”, é uma “virada epistemológica”, como sinalizamos, e a pergunta orientadora é “como a Comunicação produz espaço e como o espaço produz Comunicação?” (Falkheimer; Jansson, 2006, p. 7). A busca por uma resposta a essa questão carrega muitos caminhos e múltiplas possibilidades quando o raciocínio geográfico está associado ao raciocínio comunicacional.

A pergunta tem iluminado a compreensão sobre a distribuição espacial dos meios de comunicação e suas infraestruturas (Moreira; Bianco; Martins, 2024); a origem, direção e abrangência dos fluxos de mídia local (Deolindo, 2019; Reis, 2022), assim como os aspectos simbólicos e políticos envolvidos na representação geográfica produzida pela mídia e formatada pelos diversos dispositivos tecnológicos e canais midiáticos (Rios et al., 2021). Além disso, os conceitos e princípios geográficos nos permitem investigar as dinâmicas de poder nos territórios midiáticos (Pinto, 2015; Barros, 2019; Silva, 2024), as interações entre espaços físicos (e também ficcionais e distópicos); a produção e o consumo de conteúdos culturais (Souza, 2022) e as conexões entre mídia e território em diferentes regiões em escala local, regional e global (Aguiar, 2016; Pasti, 2018). Também colaboraram para reflexões sobre as desigualdades de acesso à mídia, os efeitos das distâncias físicas sobre a comunicação e os padrões de distribuição de tecnologias de informação e de produção noticiosa (Martins, 2022; Silva; Rocha, 2023).

O conceito de lugar, por sua vez, pode ser ampliado pelas teorias comunicacionais ao explorar a construção simbólica e cultural da identidade e do vínculo nos espaços de interação midiática (Deolindo, 2022), enquanto o estudo das cidades tecnologizadas (Mello, 2021), das fronteiras

e das migrações podem promover análises muito ricas das interações entre os sistemas de comunicação e a organização espacial em suas dimensões políticas, sociais e culturais (Ota, 2015; Brandalise, 2020).

Outras áreas da Geografia, como a Geografia Ambiental e a Cartografia, abrem possibilidades de análise quando articuladas com os estudos em Comunicação. Ao investigar os impactos ambientais das infraestruturas tecnológicas e dos fluxos informacionais, por exemplo, a Comunicação pode contribuir para novas leituras geográficas. Da mesma forma, a Cartografia pode se beneficiar da Comunicação ao explorar maneiras inovadoras de representar visualmente as redes e os fluxos midiáticos, ampliando as formas de compreender os fenômenos em diversas escalas (Laranjeira, 2019).

Os trabalhos citados são alguns entre os mais recentes dos vários que abordam essas temáticas no Brasil nos últimos anos. Muitas dessas chaves de estudo fazem parte do repertório do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação. Esse “campo antes emergente, agora consolidado” (Fadul; Moreira, 2019, p. 8), tem no Grupo formado por pesquisadores em Comunicação, geógrafos e estudiosos de outras áreas de todas as regiões do país, um repertório construído em mais de 15 anos, como registra o capítulo anterior. Essa produção sintetiza os modos de articular e aplicar teorias e métodos para investigar mídia, espaço, território e sociedade, em todos os seus aspectos essenciais, interligados e diversos. É a Geografia no campo da Comunicação.

Referências

- AGUIAR, Pedro. News Agencies, Development, and the State: models of the BRICS countries. *Brazilian Journalism Research*, v. 12, p. 34-57, 2016.
- BARROS, Janaina Visibeli. *Conglomerados midiáticos regionais*: os meios de comunicação como meios de produção na territorialização do capital. 2019. Tese (Doutorado em Teoria e Pesquisa em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.
- BRANDALISE, Roberta. A reafirmação do estereótipo da amizade uruguai-brasileira no telejornalismo e no imaginário fronteiriço. In: COLOMBO, Natalia (Org.). *Ciências Humanas: Afeto, Poder e Interações*. Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2020, p. 194-207.
- DEOLINDO, Jacqueline da Silva. *O negócio da mídia no interior*. Curitiba: Appris, 2019.

FADUL, Anamaria; MOREIRA, Sonia Virgínia. Prefácio. In: MOREIRA, Sonia Virgínia; BALDESSAR, Maria José; OTA, Daniela Cristiane; BRANDALISE, Roberta (Org.) 10 anos: o percurso do grupo de pesquisa Geografias da Comunicação no Brasil. São Paulo: Intercom, 2019.

FALKHEIMER, Jesper; JANSSON, André (eds.). *Geographies of Communication, The Spatial Turn in Media Studies*. Göteborg: Nordicom, 2006.

LARANJEIRA, A. H. C. *A Comunicação dos Mapas*. Cruz das Almas: EDUFRB, 2019.

MARTINS, Cézar Franco dos Santos. *Desertos de notícias na região da zona da mata mineira: produção e carência de informação local*. 2022. 162 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2022.

MELLO, Lucio P. Da crítica à cidade funcional a uma perspectiva de deriva na cidade algorítmica. In: GALLI, Miguel; DAMIÃO, Carla Milani; RUFINONI, Priscila Rossinetti; FURTADO, Rita Márcia Magalhães; QUIROGA, Tiago. (Org.). *Estéticas das Viagens*. Belo Horizonte: ABRE, 2021, p. 425-434.

MILHOMEM DA SILVA, Alan; VIDIGAL ROCHA, Liana. Jornalismo hiperlocal na microrregião do Bico do Papagaio (TO): trajetória e produção dos sites Voz do Bico e TocNotícias. *Tríade: Comunicação, Cultura e Mídia*, Sorocaba, SP, v. 11, n. 24.

MOREIRA, Ruy. Conceitos, categorias e princípios lógicos para o método geográfico e o ensino de geografia. In: MOREIRA, Ruy. *Pensar e ser em geografia: ensaios de história, epistemologia e ontologia do espaço geográfico*. São Paulo: Contexto, 2011.

MOREIRA, S. V.; BIANCO, N. R.; MARTINS, C. F. S. Small Internet Providers as Agents: Internalizing Digital Infrastructures in Brazil. In: ROBINSON, Laura; MOLES, Katia; MOREIRA, Sonia Virginia; SCHULZ, Jeremy. (Org.). *Geo Spaces of Communication Research*. Leeds: Emerald Publishing, 2024, v. 1, p. 9-30.

MOREIRA, Sonia Virgínia; BALDESSAR, Maria José; OTA, Daniela C.; BRANDALISE, Roberta; DEOLINDO, Jacqueline da Silva; SILVA, Paulo Celso da (Org.) 15 anos: Geografias da Comunicação - Orientações teóricas e metodológicas do percurso. São Paulo: Intercom, 2024.

OTA, D. C. Radiojornalismo na Fronteira. In: RADDATZ, Vera Lucia Spacil; MULLER, Karla Maria. (Org.). *Comunicação, Cultura e Fronteiras*. Ijuí: Editora Unijuí, 2015, v. 1, p. 181-200.

PASTI, Andé Buonani. Notícias, psicosfera e violência da informação: as agências transnacionais de notícias e a alienação do território brasileiro. *Sociedade e Natureza*, Uberlândia, MG, v.30, n.1, p.80-109, jan./abr. 2018.

REIS, Thays Assunção. *A cidade de notícias: um estudo do jornalismo de influência regional de Imperatriz no Maranhão*. 2022. 257 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

RIOS, Ricardo Matos de Araújo; ALMEIDA, V. P.; Alexandre Augusto da Costa; Henrique Moraes Kopke. A Losing Game? O uso de estratégias discursivas por Israel no Eurovision Song Contest 2019. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 45., 2022, João Pessoa. *Anais do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 2022. v. 1. p. 1-12.

SILVA, Paulo Celso da. *Poblenou 22@ - Uma experiência em Barcelona*. Alumínio (SP): Clea Editorial, 2024.

SOUZA, Ana Carolina Almeida. *Experiências transmídia no parque temático Magic Kingdom: branding, espaço e (in)sustentabilidade na Disney*. 2022. 296 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais; Jönköping University, Media and Communication Studies, 2022.

Sobre as autoras



Sonia Virgínia Moreira é jornalista com graduação em Comunicação Social (Jornalismo) na Universidade Gama Filho; mestra em Jornalismo pela Universidade do Colorado (Boulder, EUA); doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), integra o conselho curador da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e o comitê gestor do World Journalism Education Council (WJEC). Pesquisadora sênior da rede internacional de pesquisa The Worlds of Journalism Study (Universidade de Munique - LMU). Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq, com o projeto Regiões de Sombra e de Silêncio no Audiovisual e na Telecomunicações no Brasil.



Jacqueline da Silva Deolindo é jornalista pela Faculdade de Filosofia de Campos, mestra e doutora em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). É professora da Universidade Federal Fluminense (UFF), onde atua no Departamento de Ciências Sociais de Campos e no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Ambiente e Políticas Públicas (PPGDAP). Seus interesses de pesquisa são geografias da comunicação, com especial atenção à mídia em cidades de interior. É coordenadora do Grupo de Pesquisa Geografias da Comunicação (Intercom, 2023-2027) e do Observatório da Mídia em Cidades Pequenas, programa de extensão sediado na Universidade Federal Fluminense (UFF) em Campos dos Goytacazes-RJ.