

Entre Telas e Território: A presença das Afiliadas de TV no Vale do São Francisco¹

Mariane dos Reis Costa²

Maria Helena Santos Almeida Neta³

Fábio Ronaldo da Silva⁴

Universidade do Estado da Bahia - UNEB

RESUMO

O texto analisa a influência das mídias televisivas na construção da identidade cultural e social da população do Vale do São Francisco. Destacam-se as emissoras locais, como a TV São Francisco e a TV Grande Rio, no fortalecimento do espaço público e no desenvolvimento regional. Parte-se da ideia de que os meios de comunicação constroem e preservam narrativas culturais diante das transformações econômicas. A metodologia combina pesquisa bibliográfica e análise documental, com base em artigos, entrevistas e reportagens. Os resultados mostram que as produções locais refletem o cotidiano, promovem a diversidade e reforçam a identidade regional.

PALAVRAS-CHAVE: mídias televisivas; Vale do São Francisco; desenvolvimento regional; identidade cultural; discursos imagéticos

INTRODUÇÃO

As cidades de Juazeiro (BA) e Petrolina (PE), localizadas no semiárido brasileiro, consolidaram-se como importantes polos da agricultura irrigada, destacando-se na produção de frutas em âmbito nacional. Neste contexto de intensificação e especialização da fruticultura regional, a chegada das mídias televisivas na década de 1990, com a implantação de afiliadas como a TV São Francisco e a TV Grande Rio, teve papel significativo na integração do território e na divulgação das transformações econômicas e culturais vivenciadas no Vale do São Francisco (região que abrange áreas dos estados de Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Alagoas e Sergipe, cortada pelo rio São Francisco). Além de sua relevância econômica, o Vale é marcado pela diversidade de costumes e tradições que se constroem no entorno do rio São Francisco. A chegada das afiliadas da

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GTNE06 - Comunicação e Semiárido, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação 4º semestre de Curso de Jornalismo em Multimeios da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Campus III - Juazeiro. Bolsista do Programa Afirma. e-mail: marianereiscosta01@gmail.com

³ Estudante de Graduação 4º semestre de Curso de Jornalismo em Multimeios da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Campus III - Juazeiro. E-mail: mariahelenalmeida07@gmail.com

⁴ Professor do Curso de Jornalismo em Multimeios da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Campus III - Juazeiro. e-mail: fabiosilva@uneb.br

Rede Globo reforçou as potencialidades da região, conferindo materialidade aos discursos imagéticos e ampliando a visibilidade das transformações locais.

Propomos uma reflexão sobre a historicidade dessas afiliadas, cujas produções evidenciam a diversidade social, econômica e cotidiana dos habitantes, tornando-se fundamentais para a promoção do sentimento de pertencimento. Ao investigar as raízes históricas da presença televisiva em Juazeiro e Petrolina e seus efeitos no imaginário da comunidade local, buscamos contribuir para a análise das representações culturais desenvolvidas pelas afiliadas. Para tanto, foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa e exploratória, composta por levantamento bibliográfico e entrevistas com jornalistas que atuam ou atuaram nas emissoras TV São Francisco e TV Grande Rio. A investigação inclui ainda, a análise crítica das representações do sertão nordestino veiculadas pela televisão brasileira – representações estas que começam a ser ressignificadas com a atuação das emissoras locais.

A TELEVISÃO NO BRASIL: DA PRIMEIRA TRANSMISSÃO A REGIONALIZAÇÃO

Para uma maior compreensão das dinâmicas sociais, políticas e econômicas que envolvem o indivíduo e a sociedade, é preciso retomar a história da televisão brasileira, cuja origem remonta à década de 1950, com a iniciativa do empresário e jornalista Assis Chateaubriand. A primeira transmissão televisiva no país ocorreu em 4 de julho de 1950, na cidade de São Paulo. Naquele período, todas as transmissões eram realizadas ao vivo, uma vez que o único recurso disponível para registrar som e imagem eram as películas cinematográficas. Desde então, a televisão brasileira passou por processo contínuo de transformação tanto em termos tecnológicos quanto culturais (Ballan, 2012).

Foi somente a partir da década de 1960 que a televisão passou a se consolidar como um verdadeiro veículo de massa no Brasil, impulsionada pela diminuição dos preços dos aparelhos receptores e pela adaptação das programações aos gostos e interesses populares. Nesse contexto, emissoras como a Rede Globo desenvolveram estratégias de expansão nacional, amparadas por investimentos robustos e articulações políticas, com o principal propósito de aumentar a visibilidade e os índices de audiência. Uma destas ferramentas foi a ampliação das afiliadas em diferentes regiões do país, promovendo, assim, a interiorização da televisão brasileira.

Desse modo, podemos inferir que os jogos de poder político e econômico se configuram mediante a escolha estratégica da Rede Globo - não somente pelas regiões, mas pelas alianças políticas e empresariais no processo de afiliação, para conquistar determinado território e a partir dele criar condições de captação financeira e/ou apoio político. Se para os grupos locais e regionais, a afiliação com a Rede Globo funciona como um selo do “Padrão Globo de Qualidade”, por outro lado, para a Rede Globo a relação de negócios com esses grupos é uma forma de expandir sua presença e se beneficiar com a arrecadação publicitária (Lima; Souza, 2023, p. 219).

A partir desse movimento de interiorização, a chegada das emissoras de televisão às regiões nordestinas passou a ser associada à ideia de modernidade e do progresso, representando não apenas os avanços tecnológicos, mas também as inserções do Nordeste nas dinâmicas comunicacionais do cenário nacional. Esse processo se destaca no Vale do São Francisco, onde a implantação das afiliadas marcou uma nova fase nas formas de representação e integração nacional.

TV SÃO FRANCISCO

O movimento de interiorização realizado pela Rede Globo esteve ancorado em uma estratégia voltada à consolidação e centralização do poder político e econômico em diferentes regiões do Brasil. Na Bahia, esse processo foi marcado pela ampliação dos negócios liderados por Antônio Carlos Magalhães, figura central tanto na política quanto no controle de importantes conglomerados de comunicação do estado.

Esta relação entre a comunicação e a política é evidenciada no relato do jornalista Jota Menezes, ex-chefe de redação da TV São Francisco, que reflete sobre a influência da família Magalhães na condução ideológica da emissora.

O impacto ocorreu também político e ideologicamente, uma vez que a TV Norte, depois TV São Francisco, integrou um grupo econômico e político. O acionista principal era a família Magalhães, liderado por Antônio Carlos Magalhães, o velho cacique da política nacional. Embora tentarmos fazer um jornalismo isento, a questão ideológica pesa e em algumas situações a emissora abre espaços ‘generosos’, para discursos ideológicos. Isso é fato (Menezes, 2024).

No contexto de Juazeiro, a inauguração da TV Norte, em 1º de dezembro de 1990, integra o processo de expansão do grupo Rede Bahia na região. Essa instalação não ocorreu de forma isolada, mas como resposta ao expressivo crescimento econômico do Vale do São Francisco. A ascensão da agricultura irrigada foi um fator determinante, ao atrair investimentos de empresas privadas que introduziram novas tecnologias e fortaleceram o setor agroindustrial. Nesse cenário, o Vale passou a se destacar

nacionalmente pela fruticultura irrigada, consolidando-se como um território de prosperidade, geração de oportunidades e desenvolvimento econômico, além de se tornar um importante polo agroindustrial (Silva, 2008).

Em outubro de 2001, a TV Norte passou a se chamar TV São Francisco, em homenagem aos 500 anos da descoberta da foz do rio que dá nome à emissora. Desde sua implantação em Juazeiro, a TV teve um impacto significativo no cotidiano da população local, promovendo mudanças socioculturais importantes. A sua implantação demandou a atuação de profissionais qualificados nas áreas técnica e jornalística, o que incentivou a criação de cursos de graduação voltados ao campo da comunicação. Em 2013, sua área de cobertura foi ampliada, passando a abranger 42 municípios. Programas com foco comunitário, como o “Tema”, apresentado por Sibele Fonseca, fortaleceram o compromisso da emissora com as pautas e vozes da região.

TV GRANDE RIO

Na cidade de Petrolina, a interiorização da Rede Globo também se materializou com a criação da TV Grande Rio, integrante do Sistema Grande Rio de Comunicação, fundado pelo deputado Osvaldo Coelho. Em 1990, a emissora recebeu a concessão de funcionamento pelo Ministério das Comunicações, assinada pelo então ministro Antônio Carlos Magalhães. No ano seguinte, em 1º de agosto de 1991, a TV Grande Rio foi oficialmente instalada na cidade, em um processo coordenado pelo superintendente Dr. Augusto de Souza Coelho, com o apoio do diretor Dr. Idílio Teixeira. Entre 1991 e 1994, a grade de programação local contava apenas com um bloco dedicado ao jornalismo regional, exibido no telejornal NETV. A primeira transmissão ocorreu em 1991, conforme relata o jornalista Armando Fernandes.

Entre 1991 e 1994, a emissora possuía apenas um bloco de horário dedicado à exibição do jornal local, denominado NETV. Em 1º de agosto de 1991, foi realizada não apenas a primeira transmissão desse telejornal na cidade de Petrolina, mas também a primeira exibição de um telejornal em todo o interior do estado de Pernambuco (Fernandes, 2024).

Apesar do planejamento estratégico que envolveu a sua implantação, a TV Grande Rio enfrentou, em seus primeiros anos de funcionamento, desafios estruturais e operacionais significativos. Assim como ocorreu com a TV São Francisco, a escassez de mão de obra qualificada foi um dos principais entraves para a formação de uma equipe local. Como alternativa, a emissora recorreu à contratação de profissionais oriundos de

outras áreas da comunicação, como radialistas sem formação específica em jornalismo, muitos vindos de outras regiões. A instalação da emissora em Petrolina transformou as dinâmicas sociais e culturais da cidade e dos 23 municípios cobertos por sua programação. A TV Grande Rio por meio de reportagens temáticas que abordaram iniciativas como o projeto Copa TV Grande Rio de Futsal, o Sertão Musical e o Arraiar no Sertão reforça a identidade local.

O IMAGÉTICO REGIONAL

Ao longo do século XX, e isso se intensifica com a chegada da televisão no país, os discursos imagéticos sobre o semiárido nordestino foram amplamente propagados pela mídia nacional, sustentando representações que reforçam estereótipos vinculados à seca, à pobreza e ao atraso. Essas imagens contribuíram para consolidar uma visão do Nordeste como um lugar arcaico, desvinculado dos processos de modernidade e alheio às dinâmicas de progresso que se associavam ao Sul e Sudeste do país. Essa construção simbólica teve efeitos duradouros na forma como a região passou a ser percebida social e culturalmente no imaginário nacional.

Como aponta Albuquerque Jr. (2001),

Seu Nordeste popular, medievalizado [...] entra nos projetos de invenção, reinvenção e atualização da série de temas, conceitos, imagens, enunciados e estratégias que instituem o Nordeste como espaço oposto ao moderno, ao burguês, ao urbano, ao industrial. Nordeste sem espaço público, sem dessacralização da natureza, sem separação radical entre homens e coisas (Albuquerque Jr., 2001, p. 172).

Essas narrativas sensacionalistas, que priorizam a seca e a miséria em detrimento de uma abordagem cultural mais rica, criaram um sentimento de exclusão entre os habitantes locais. Em contraponto, às mídias locais, como a TV São Francisco e TV Grande Rio, passaram a destacar, por meio de reportagens, uma representação mais ampla do Nordeste, focada nos aspectos sociais, culturais e econômicos da região. Ao fazer isso, essas emissoras contribuem para reforçar as potencialidades do Vale do São Francisco, mostrando um Nordeste que vai além dos estereótipos e evidenciando seu papel no desenvolvimento regional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória das emissoras do Vale do São Francisco reflete o processo de desenvolvimento socioeconômico da região, contribuindo para a construção de pautas

que articulam e ressignificam as narrativas locais. Nesse contexto, os meios de comunicação desempenham um papel importante na valorização da identidade cultural e no fortalecimento do sentimento de pertencimento, ao evidenciarem a realidade regional, muitas vezes marcada por estereótipos reproduzidos pela mídia nacional. Nesse sentido, as emissoras regionais atuam como instituições que moldam as percepções coletivas, conferindo significado ao cotidiano das pessoas (Berger, Luckmann, 1991). Assim, as afiliadas regionais se tornam fundamentais ao legitimar as vivências das comunidades, e conferindo-lhes relevância social e cultural na formação de pautas informativas sobre a região.

Contudo, a instalação dessas emissoras não foi resultado do acaso, mas sim de estratégias políticas e econômicas de grupos tradicionais de poder, como as famílias Magalhaes e Coelho, que reconheceram nos meios de comunicação um instrumento fundamental para a manutenção de sua influência. Apesar dessa concentração de poder, observa-se que os meios midiáticos também oferecem espaço para as vozes locais, contribuindo na valorização do protagonismo regional.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE JÚNIOR, D. **A invenção do Nordeste e outras artes**. 2. ed. Recife: FJN, Editora Massangana; São Paulo: Cortez, 2001.
- BALAN, W. C. **Um breve olhar pela evolução da TV no Brasil - Parte 2: da exibição local a rede nacional via satélite**. v. Edição 125, p. 58-62, 29 maio 2012.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Editorial: Petrópolis, RJ: Vozes, 1991.
- FERNANDES, A. Entrevista realizada por email à Mariane Reis e Maria Helena Almeida. Juazeiro, 2024.
- LIMA, M.; SOUZA, J. J. A Era Rede Globo: segunda fase da expansão e interiorização da televisão no Brasil. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 20, n. 2, p. 207–229, 8 ago. 2024. Disponível em: <https://encurtador.com.br/038vy>. Acesso em: 30 nov 2024.
- MENEZES, J. Entrevista realizada por whatsapp à Mariane Reis. Juazeiro, 2024.
- SILVA, L. **De Juazeiro para o Brasil: representações telejornalísticas em rede nacional**. 2008. 86 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo em Multimeios)-Universidade do Estado da Bahia - UNEB, Juazeiro, 2008.