



## SESSÃO - 04

### 1. TELEVISÃO NO CONE SUL: DA CONVERGÊNCIA À REGIONALIZAÇÃO

Ana Paula Silva Ladeira Costa\*  
Caroline Petian Pimenta Bono Rosa\*\*

#### Resumo

Este artigo busca refletir sobre a realidade regional da Televisão do Cone Sul, composto pelos países Argentina, Bolívia, Chile, Paraguai, Uruguai e Brasil num momento em que as trocas entre tais países vêm se intensificando e no qual se buscam medidas para que a integração entre os países desta região se fortaleça. Pretende-se compreender como os movimentos de abertura à transnacionalização e de regionalização dos produtos televisivos se configuram paralelamente neste mercado. Pretende-se, ainda, observar se existem marcas das especificidades locais nessa programação e se elas efetivamente atendem às demandas regionais. Para tanto, realizaram-se revisão bibliográfica e análise das grades de programação de importantes emissoras da Argentina (Telefe), Bolívia (Unitel), Chile (Canal 13 – Universidad Católica), Paraguai (Telefuturo), Uruguai (TNU), e Brasil (Rede Globo).

**Palavras-chave:** América Latina; globalização; Cone Sul; televisão; regionalização

#### Resumen

En este ensayo se reflexiona sobre la realidad de la TV regional del Cono Sur, integrado por los países Argentina, Bolivia Chile, Paraguay, Uruguay y Brasil en un momento en el comercio entre estos países se ha intensificado y las medidas que tengan por objeto integración entre los países de esta región se fortalece. El objetivo es entender cómo los movimientos de apertura a la transnacionalización y la regionalización de los productos televisivos se configuran de forma paralela en este mercado. El objetivo es también para ver si hay marcas de las características locales en esa alineación, y si cuando respondan efectivamente a las demandas regionales. Por tanto, hubo revisión de la literatura y el análisis de parrillas de programación los principales radiodifusores de Argentina (Telefe), Bolivia (Unitel), Chile (Canal 13 - Universidad Católica), Paraguay (Telefuturo), Uruguay (TNU) y Brasil (Rede Globo).

**Palabras clave:** América Latina; la globalización; el Cono Sur; la televisión; la regionalización

\* Jornalista, Doutoranda em Análise da Imagem e do Som pela Universidade Federal Fluminense -UFF; mestre em Processos Comunicacionais pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP, especializada em Globalização, Mídia e Cidadania e bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF. Endereço eletrônico: anapaulasl@yahoo.com.br

\*\* Jornalista, Mestre em Processos Comunicacionais pela Universidade Metodista de São Paulo – UMESP. Professora Universitária em Ribeirão Preto/SP. Endereço eletrônico: caroline.petian@gmail.com



## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

### Introdução

A proximidade territorial e as semelhanças culturais entre os países do Cone Sul não garantiram uma história comum às emissoras televisivas desta região. Em geral, algumas semelhanças – como o surgimento tardio da televisão e a influência do governo militar em décadas anteriores – ainda podem ser registradas na programação televisiva, marcada pelo predomínio de gêneros e formatos importados e pela baixa produtividade regional.

Nesta perspectiva, existe uma afirmativa comum (Nora Mazziotti et al (2005); Javier Martínez Garza (2005); Straubhaar (2004, p. 81); La Pastina (2004, p. 361) de que os produtos comercializados tendem a se dirigir mais a mercados com semelhanças culturais, ainda que alguns produtos sejam comercializados em regiões culturalmente distantes. Os telespectadores preferem programas que não apresentem dificuldades de interpretação impostas por outra cultura ou outro idioma.

Straubhaar esclarece que o processo de globalização e de troca entre os países deve ser visto como “um processo fluido complexamente articulado, cujos efeitos integrativos não resultam simplesmente na eliminação da diferença e da diversidade cultural, mas fornecem o

contexto para a produção de novas formas culturais marcadas pela especificidade local” (2004, p. 75).

Neste sentido, classifica-se o Cone Sul como um mercado geocultural no qual as trocas culturais também são realizadas através de produções televisivas. O mercado televisivo do Cone Sul é geolinguístico, em que as preferências são parcialmente similares, tanto que os gêneros melodramáticos alcançam grande sucesso em todos os países da região.

No que se refere à programação regional, partiu-se do conceito proposto por Rogério Bazi (2007, p. 80) para realizar esta análise, de que

A televisão regional é aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região, delimitada geograficamente, e que tenha sua programação voltada para essa mesma região, sem perder a contextualização do global. A televisão regional possibilita unir as pessoas dessa área, diminuindo as distâncias e aproximando culturas; retrata uma espécie de ecumenismo.

Nora Mazziotti, Libertad Borda, Carolina Heindenhain e Maria Laura Weiss (2005) observaram que existem dois tipos de países no MERCOSUL – os produtores e os importadores. No primeiro grupo, encontram-se Argentina e Brasil e no segundo, Paraguai e Uruguai. Segundo as autoras, a proximidade cultural define quais produtos serão importados, já que Paraguai e Uruguai





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

importam mais produtos argentinos do que produtos brasileiros e o principal impacto do fluxo norte-americano em direção à América Latina aconteceu através da adoção do modelo de programação daquele país.

Francisco Javier Fernández Medina (2004) compreende que o Cone Sul classifica-se como um macro-espaço regional, visto que existe a formação de uma região através de acordos comerciais - o MERCOSUL. Segundo o autor, esta macro-região se divide em três subgrupos: o primeiro formado pelo Brasil e Argentina, cujos inícios da televisão são díspares, ainda que na mesma década; o segundo grupo é formado pelo Chile e Uruguai, cujas televisões foram criadas no final da década de 1950; enquanto o terceiro grupo é constituído pela Bolívia e Paraguai, cujo desenvolvimento da televisão é mais tardio.

As características que mais marcam o momento atual são, sem dúvida, a internacionalização das principais emissoras, a busca novas estratégias de competitividade e a busca por novos mercados consumidores. Muitas vezes, esta nova tendência leva ao caminho da convergência das principais empresas, ainda que algumas delas tenham forças suficientes para competirem sozinhas.

Hoje, a maior parte dos intercâmbios comerciais de televisão se refere ao

pagamento de direitos autorais e à distribuição de cópias de telenovelas, séries e filmes (MEDINA, 2004, p. 75). No entanto, a telenovela é o principal produto comercializado.

### *O Cone Sul e sua programação*

Neste artigo, realizou-se a análise individual de cada mercado televisivo do Cone Sul, buscando-se compreender quais as características das principais emissoras envolvidas neste contexto de análise. Para tanto, analisaram-se as grades de programação das principais emissoras destes países, nas quais se verificou a participação de programação regional contrastada à programação importada e quais os principais gêneros e formatos televisivos veiculados<sup>1</sup>.

### *Brasil*

A Rede Globo têm sido responsáveis pelo alto índice de exportações de telenovelas da América Latina para outras partes do mundo. Numa pesquisa que analisa o processo de internacionalização da Rede Globo, Felipe Portes Rizzo Assunção observou que a telenovela contribuiu de forma substancial à conquista e liderança do mercado interno pela emissora (2006, p. 75):

Esta contribuição, porém, não se restringiu a levar a emissora ao posto de líder de audiência, mas foi também determinante em sua internacionalização. [...] o grande





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

motivador das exportações foi o domínio de um gênero próprio, a telenovela, que possuía boa aceitação interna, mercado potencial no exterior e que tinha como vantagem a formação de hábito no telespectador.

Este sucesso das telenovelas, segundo Tondato (1998, p.105), deve-se à dinâmica de comercialização, às características culturais dos países exportadores e importadores, da imagem dos países exportadores e das características sociais da recepção.

Recentemente outras emissoras retomaram o processo de exportação de seus produtos audiovisuais para os países vizinhos. A Rede Record foi a primeira, depois da Rede Globo, a buscar outros mercados fora do Brasil de forma sistemática, ainda que no passado outras emissoras como o SBT e a Manchete tenham vendido suas telenovelas para vários países.

O Brasil – seguido pela Argentina – transformou-se num importante fornecedor nas trocas de produtos televisivos entre os países do Cone Sul. Esta comercialização está baseada, como fica claro, na venda de telenovelas para os países vizinhos.

No que se refere à programação nacional da Rede Globo, os formatos de destaque são as telenovelas, telejornais, *reality shows*, seriados e filmes.

De acordo com o Mídia Dados 2009, a Rede Globo é a emissora brasileira com mais audiência no território nacional (44%). No horário das seis da tarde à meia noite detém 48,57% da audiência nacional. Ou seja, nos horários em que são exibidas as telenovelas e os telejornais da maioria das emissoras brasileiras, é a Rede Globo que sai na frente. Nos índices de segunda a sexta, 46% da programação da Rede Globo nesse mesmo horário é voltada para as telenovelas e 28% para o telejornalismo.

Em um panorama geral, a grade da programação nacional da emissora inclui, em sua maioria, programas de entretenimento e informação. Destaque para as três telenovelas exibidas no horário noturno e uma que é exibida às tardes (como reprise de novelas anteriores); e para os programas informativos: telejornais e boletins no meio da programação. Na programação matutina há predominância de programas de Variedades e Infantis.

Entretanto, o que se vê na programação global, não são predominantemente programações importadas. Há, pois as realidades nacionais e regionais retratadas ali. Além dessas marcas, a regionalização é uma das maiores características das grandes emissoras brasileiras. Afiliadas da emissora (121 por todo o Brasil) voltam sua programação aos interesses do público regional com





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

programas produzidos por elas mesmas e exibidos entre a programação nacional, como programas de entretenimento ou telejornais regionais.

Conforme Rosário (2008, p. 12), as regiões Sudeste e Sul são os centros produtores da maioria da programação local e do “conteúdo nacional” da Rede Globo de Televisão no Brasil. Para ela, é “evidente o caráter verticalizador das ações da emissora através da programação na fórmula: maior alcance territorial e audiência da programação = conteúdo nacional (com “padrão Globo de qualidade”) + conteúdo local”.

A programação regional está voltada principalmente para o gênero informativo e de variedades. Cada afiliada, de acordo com a região de localização, oferece um tipo de programação em horários específicos. Aos sábados de manhã e à tarde, e de segunda a sexta nos horários do meio dia e das sete da noite são os mais voltados para a programação regional.

### *Bolívia*

A tímida participação econômica da Bolívia no panorama latino-americano, suas contradições políticas e sociais e as dificuldades enfrentadas pela população sempre representaram fatores desfavoráveis para os seus meios de comunicação. Ao contrário de outros países da

região, que assistiram o nascimento e o desenvolvimento das emissoras de televisão acontecerem de forma relativamente rápida, a Bolívia ainda sofre as influências das décadas passadas na expansão de suas empresas de comunicação.

Desde o início, a programação foi marcada pela transmissão de produções advindas de outros países, dada a dificuldade de produzir programação. Cerca de 80% da programação do primeiro canal, da Empresa Nacional de Televisión Boliviana, era preenchida por filmes norteamericanos, telenovelas e programas de variedades. (RIVANEDEIRA PRADA; TIRADO CUENCA, 1986, p. 79).

Em uma pesquisa realizada pelo Ipal, Instituto de Pesquisa para a América Latina, no ano de 1988, na programação estrangeira exibida nos canais bolivianos, os gêneros mais transmitidos eram filmes, seriados e teledramas. Observou-se que 74% da grade de programação seriam de procedência estrangeira e que, desta porcentagem, 27,5% seria ocupada por filmes, 26,1% por teledramas e também 26,1% por seriados (MEDINA, 2004, p. 391).

Através da análise das grades de programação das emissoras bolivianas Bolivisión, Red Uno, Unitel e ATB, observa-se o predomínio de programação horizontal. Para tanto, utiliza-se a telenovela como produto principal, capaz





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

de atrair público telespectador. Por este motivo, os horários nobres das emissoras bolivianas estão geralmente ocupados por telenovelas estrangeiras e por telejornais nacionais.

Como as emissoras bolivianas não possuem capital suficiente para produzirem teledramaturgia e para ampliarem a programação nacional, a solução encontrada, por quase todos os canais, é a compra de telenovelas, seriados e filmes a preços baixos. Numa análise que contempla a rede Unitel, emissora de maior índice de audiência do país, observa-se que as horas de programação importada ultrapassam aquelas de programação nacional. A emissora preenche sua grade de programação especialmente com filmes, telenovelas e programas de variedades.

Conclui-se, com isto, que a Bolívia encontra-se em posição oposta ao Brasil e à Argentina, visto que os índices de gêneros importados ainda são altos nos dias de hoje e que suas emissoras de televisão se apresentam constantemente como compradoras de gêneros televisivos produzidos nos dois países vizinhos do Cone Sul.

### **Argentina**

A Argentina, juntamente ao Brasil, representa um dos mercados televisivos mais fortes do Cone Sul. No entanto, são registradas diferenças mar-

cantes entre os dois países. Ao contrário do Brasil em que as produções nacionais são geralmente produzidas pelas próprias emissoras que as exibem, na Argentina este processo é marcado pelas produtoras independentes, que vendem os programas para as emissoras que os exibirão. São registradas importantes produtoras, entre elas: Cuatro Cabezas, Dori Media Group, Pol-ka, Ideas del Sur, Pramer, Promofilm, Cris Morena Group, Telefé Contenidos, PPT e GP Producciones.

Um dos principais produtos televisivos exportados pela Argentina é a telenovela. O país que, no começo da história de sua televisão, exportava roteiros para outros países como o Brasil (ALENCAR, 2005, p. 02), hoje adota como uma de suas estratégias a compra de roteiros de *sitcoms* dos Estados Unidos.

Atualmente, são exportados outros formatos além das telenovelas, como programas musicais, seriados e programas humorísticos. Segundo Nora Mazziotti et al (2005, p.37), a Argentina exporta principalmente para os países vizinhos como Chile, Paraguai e Uruguai, já que as barreiras culturais e linguísticas entre estes países são mínimas:

Este fluxo (unidirecional) está “naturalizado” a tal ponto na Argentina, que a venda a estes países não é realizada através de um departamento de comercialização internacional, mas no departamento de vendas “nacional” que, além de vender sinais do interior, também o faz a Paraguai e Uru-





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

guai. De alguma maneira, a proximidade territorial e cultural, e é este o caso do desenvolvimento das indústrias audiovisuais nestes países, permitiram estas operações. (2001, p. 37. Tradução nossa)

Ressalta-se que, apesar do Brasil comercializar mais telenovelas mundialmente, os países do Cone Sul consomem mais as telenovelas argentinas. Este fato foi observado por Nora Mazziotti (2005, p. 42), que analisou as grades de programação das principais emissoras da região e concluiu que 73% das telenovelas transmitidas no Paraguai são de origem argentina.

Além de exportar para países notadamente consumidores como Paraguai e Uruguai, Argentina também exporta programas televisivos para o Brasil, que possui o sistema televisivo mais forte do Cone Sul.

Para a programação nacional, a Argentina reúne, além das telenovelas, uma grade que inclui predominantemente a categoria de entretenimento: séries como “Botineiras”, programas como o “Lo Pedís, Lo Tenés”, “Susana Giménez”, “3,2,1 a Ganar”, “El ultimo pasajero”, “Justo a Tiempo”, entre outros; há ainda o “CQC”, de um gênero híbrido; os telejornais “Telefe Noticias 13h”, “Telefe Noticias 20h” e “Diario de Medianoche”. Entre os importados, estão “Carceles”, da produtora holandesa Endemol, Niní, (Endemol e Kaberplay).

Diferente da Rede Globo brasileira, a Telefe não volta sua programação para regionalizações. O que se vê é um mix de programação nacional e importada. O sistema televisivo na Argentina é diferente do brasileiro, pois é composto por essas produtoras televisivas que fornecem programação às principais emissoras e estas produtoras entraram num processo de internacionalização muito marcante nos últimos anos, tendo exportado formatos para outros países do Cone Sul - como o CQC, Chiquititas, Florisbella, e outros, além das telenovelas.

### Chile

A televisão surgiu tardiamente no Chile, mas num período anterior ao advento da televisão na Bolívia e no Paraguai. As primeiras transmissões datam do ano de 1957, mas apenas em 1962 passou-se a transmitir de maneira definitiva através das emissoras instaladas nas universidades católicas do país. Os primeiros anos da televisão no Chile – de implantação e do surgimento das primeiras emissoras – foram marcados pela falta de apoio do governo para o investimento tecnológico e para a concessão de novos canais. Nos anos seguintes, referentes à ditadura militar, a televisão se tornou instrumento de comunicação do governo, sofreu controle direto pelas forças armadas e se modernizou tecnologicamente. (MEDINA, 2005)





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

O fim da ditadura militar marcou um período de aumento do número de canais de televisão no Chile, da chegada da TV a cabo e da multiplicação do número de aparelhos televisivos. Atualmente, quase todos os lares chilenos possuem pelo menos um aparelho televisivo e um grande número deles possui TV a cabo. Neste contexto, destacam-se as emissoras Televisión Nacional de Chile e Canal de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Assim como nos países vizinhos, já nas décadas de 1980 e 1990, as emissoras chilenas buscaram o sucesso das telenovelas através da compra de roteiros brasileiros e da busca de um padrão de qualidade inspirado na Rede Globo (ALENCAR, 2005, p.03). Hoje, as duas principais emissoras do país – Nacional e Universidad Católica – têm obtido bastante êxito no mercado interno com a produção de suas próprias telenovelas, apesar do alto índice de importação deste gênero.

Ao verificar a grade de programação no site do Canal 13<sup>2</sup>, o que se vê ao redor da página, em destaque, são cenas na novela brasileira Caminho das Índias (Índia: uma historia de amor, para os chilenos), uma das peças-chave da emissora chilena. Além desta, outras telenovelas brasileiras fazem parte da programação: “Dos Caras” (Duas Caras) e La Favorita (A Favorita).

A telenovela ainda é um dos grandes investimentos da programação chilena e uma das principais fontes de importação é o Brasil. Entretanto, há as de produção nacional, como Machos y Brujas.

Além das telenovelas, como no Brasil, também os *reality shows* ganham destaque na programação: “La Granja VIP” (A Fazenda), “Fama”, “Protagonistas de la Música”, e os *docurealitys* como “Valientes: ellos dan la cara”, entre outros.

Entre os importados, podemos destacar, além das novelas já citadas e dos *reality shows*, também as séries como “Heroes” e “Lost” (norte americanas).

A categoria entretenimento é a predominante na emissora chilena. Os programas de variedades também estão na grade, bem como os jornalísticos, os esportivos e os festivais.

Como nas demais emissoras analisadas anteriormente, exceto Brasil, o Chile também não volta sua programação especificamente para a regionalização.

### Uruguai

Televisão e rádio surgiram no Uruguai de maneira diversa dos outros países do Cone Sul, pois foram centrados e financiados por um governo bastante







## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

próspero. (MEDINA, 2005, p. 395) Isto, no entanto, não impediu que passassem a existir fortes redes privadas de comunicação no país. Os anos de ditadura militar serviram, aliás, para fortalecer as emisoras de televisão comerciais, que apresentavam uma grade de programação totalmente voltada para o entretenimento durante este período, o que acontecia através da exibição de produções estrangeiras. (MEDINA, 2005, p. 396)

O país sempre sofreu influência dos países vizinhos por causa de sua proximidade geográfica. Já no ano de 1976, uma emissora do Uruguai retransmitia a telenovela *O bem amado*, da Rede Globo. (ALENCAR, 2005, p. 05)

Atualmente, o Uruguai ainda se encontra em posição oposta à Argentina e ao Brasil no que se refere à produção e exportação de programação televisiva. Por se tratar de um país de limites geográficos reduzidos e por possuir uma população muito pequena, o setor de televisão é homogêneo e pequeno. São registrados apenas três grupos de caráter privado: grupo Romay, grupo Fontainade-Feo e grupo Scheck.

Segundo Capparelli, somente através da televisão a cabo foi possível resolver um problema enfrentado no Uruguai por décadas: o sul do país era invadido por sinais de televisão argentinos, enquanto o norte recebia os sinais

brasileiros:

A televisão por cabo resolveu em parte esses problemas. Os sinais de Montevideu conseguiram chegar com boa qualidade em todo o país, diminuindo a audiência de canais estrangeiros, especialmente os de língua portuguesa na fronteira. Pode parecer paradoxal saber que a infra-estrutura da televisão por cabo internacionalizada ajudou a unificar o mercado interno e, de certa forma, também a dar visibilidade às pautas políticas uruguaias. (1999, p. 07)

Javier Fernández Medina explica que, hoje em dia, os programas de entretenimento estrangeiros continuam invadindo as grades de programação das principais emisoras uruguaias, marcadas por um “excesso de violência, indecência e erotismo, e de uma carência de programação cultural” (2005, p. 416. Tradução nossa). No entanto, segundo Nora Mazzotti et al, os programas provenientes dos países vizinhos são preferidos àqueles provenientes dos Estados Unidos.

Numa análise que contempla as grades de programação das emisoras TNU e Canal 10, observa-se a presença de programação importada e de programação regional em diferentes níveis e com participação de gêneros diversos. Na TNU, registra-se a veiculação de programas enlatados, especialmente aqueles importados pela britânica BBC. No entanto, a emissora uruguaia apresenta programas produzidos regionalmente, de caráter comunitário. Entre os gêneros mais presentes na grade de programação da





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

TNU, destacam-se aqueles da categoria informativa, com programas que abordam temáticas que como a agricultura, a economia e a interpretação de notícias. Por outro lado, o Canal 10 registra um maior índice de programas de entretenimento, com destaque para as telenovelas e seriados importados. Verifica-se que ambas emissoras registram um alto índice de importação, ainda que a TNU possua uma programação regional mais ampla do que o Canal 10.

### *Paraguai*

Paraguai encontra-se no mesmo patamar da Bolívia e do Uruguai em termos de produção e de exportação televisiva. Assim como na Bolívia, sua população assistiu a chegada da televisão acontecer tardiamente, entre os anos de 1965 e 1968. Dadas as dificuldades econômicas do país, o sistema televisivo demorou muito a se expandir e, até os dias de hoje, é pequeno e pouco desenvolvido. Um dos agravantes é o fato de que a pequena população do país fala dois idiomas: 37% falam apenas o guarani e 50% falam o castelhano e também o guarani. Somado a isto, a penetração da televisão é considerada baixa no país, já que apenas 57% da população têm acesso a este meio. (MEDINA, 2005)

O cenário atual é marcado pela participação de empresas estrangeiras nas empresas de comunicação do país,

pelo surgimento de novos canais e pela consolidação do serviço de TV a cabo. Apesar destas mudanças, o país ainda não produz programação televisiva voltada para os dois segmentos da população, conforme aponta Medina (2005, p. 433).

Fatores como este servem apenas para ilustrar a deficiência do sistema televisivo paraguaio nos dias de hoje. Apesar de se observar o crescimento da programação nacional dos outros países do Cone Sul nos últimos anos, o Paraguai continua apresentando altos índices de importação televisiva. Segundo Medina, compram-se especialmente programas de entretenimento, como as telenovelas e *talk-shows* peruanos, as telenovelas argentinas e brasileiras e os filmes norte-americanos. A escassa programação nacional também é destinada ao entretenimento, muitas vezes intercalada por telenovelas latino-americanas (2005, p. 435).

Numa análise atual da grade de programação da emissora Telefuturo, observa-se o predomínio de programas importados – especialmente as telenovelas, desenhos animados, filmes e seriados mexicanos – que preenchem a programação vespertina. Entre os programas produzidos nacionalmente, destacam-se noticiários – exibidos pela manhã, ao meio-dia e em dois períodos da noite e um programa de variedades. A programação de final de semana é marcada pela





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

presença de filmes, seriados e desenhos animados importados, sendo por vezes intercalada por poucos programas de variedades, de humor ou de notícias produzidos pela própria emissora. Entre os programas nacionais, destacam-se cinco da categoria informação, três do gênero esportivo, três da categoria entretenimento e dois do gênero humorístico.

### Considerações Finais

Através dos dados apresentados, é possível inferir que a programação televisiva no Cone Sul apresenta semelhanças, apesar das diversas histórias das principais emissoras. Entre as semelhanças registradas, destacam-se a presença da grade de programação horizontal, o alto índice de importação de produtos norteamericanos e a predominância de gêneros da categoria entretenimento.

Nota-se que, em alguns países, a demanda por conteúdo local reconfiguram a programação, que hoje se divide entre o nacional, o regional e o local, tentando atender a todos os segmentos. Em alguns países, emissoras nacionais procuram atender à diversidade da audiência, enquanto suas afiliadas investem na regionalização de conteúdos.

O aperfeiçoamento das mídias foi fundamental para a produção e disseminação em grande escala de informações e produtos culturais de consumo fosse

compartilhada por indivíduos e sociedades distintas. Entretanto, a troca entre os países da macrorregião analisada ainda é desigual, baseada na comercialização de alguns gêneros – especialmente a telenovela.



### Referências bibliográficas

- ALENCAR, Mauro. *A telenovela como paradigma ficcional da América Latina* in: *XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em CD-ROM.
- ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Summus, 2004.
- ASSUNÇÃO, Felipe Portes Rizzo. *O processo de internacionalização de uma empresa brasileira: o caso da Rede Globo*. Dissertação de mestrado. Coppead, Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.
- BAZI, Rogério E.R. *Dilemas e perspectivas da televisão regional* in: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina. *Mídia e região na era digital: diversidade cultural convergência midiática*. São Paulo: Editora Arte e Ciência, 2007. p.77-87.
- CAPARELLI, Sérgio. RAMOS, Murilo César. SANTOS, Suzy dos. *A nova televisão no Brasil e na Argentina* in: CAPARELLI, Sérgio et al. *Enfim, sós: a nova televisão no Cone Sul*. Porto Alegre: L&PM, 1999.
- COSTA, Ana Paula Silva Ladeira. *Fluxo*





## Tecnologia e estruturas de Produção Cultural na América Latina

*internacional de ficção: a telenovela brasileira na Bolívia*. Dissertação de mestrado. São Bernardo do Campo: Umesp, 2008.

GARZA, Javier Martínez. *La oferta de televisión en América Latina: hacia un análisis de flujos* in: *Zer. Revista de estudios de comunicación*, vol. 10, nº 19, 2005, pp. 145-172. Disponível em: [http://cinco.mty.itesm.mx/zer19\\_11.pdf](http://cinco.mty.itesm.mx/zer19_11.pdf). Acessado em 2 de agosto de 2008.

JUSTINIANO COIMBRA, Eduardo Remy. *Las telenovelas: su influencia educativa y formativa sobre los alumnos de la carrera de la comunicación social de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno*. (Graduação em Ciências da Comunicação). Santa Cruz de la Sierra: Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, 2004.

LA PASTINA, Antonio. Recepção de telenovelas e o cisma entre produção nacional, distribuição global e consumo local in: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MAZZIOTTI, N. et. al. *Tendencias en la circulación de programas televisivos en Mercosur* in: *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, v. 1, nº 14, 2005.

MEDINA, Francisco Javier Fernández. *Perspectivas de desarrollo de un espacio audiovisual en los países del Cono Sur de América Latina: elementos para un análisis y diagnóstico de la televisión*. Tese de doutorado. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona, 2004.

*MIDIA DADOS BRASIL*. Edição 2009. Disponível em: <http://www.gm.org.br>. Acesso em 10 de março de 2010.

ROSÁRIO, Eliane Regina Munhoz. *As afiliadas da Rede Globo de Televisão no Território Brasileiro* in: *Revista Eletrônica Ate-liê Geográfico*. V. 2, nº 4 agosto de 2008, pp.119-137.

RIVANEDEIRA PRADA, Raúl; TIRADO CUENCA, Nazaro. *La televisión en Bolivia*. La Paz: Editorial Quipus, 1986.

STRAUBHAAR, Joseph D. *As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências* in: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). *Telenovela: Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

TONDATO, Marcia Perencin. *Um estudo das telenovelas brasileiras exportadas: uma narrativa aceita em países com características sociais e culturais diversas das brasileiras*. Dissertação de mestrado. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 1998.

TORRICOVILLANUEVA, Erick; HERRERA MILLER, Karina; PINTO SARDÓN, Esperanza. *Trinta anos de televisão na Bolívia* in: REIMÃO, Sandra. (org.). *Televisão na América Latina: 7 estudos*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2000.

### Notas

<sup>1</sup> Seguiu-se classificação de gêneros e formatos televisivos proposta por José Carlos Aronchi de Souza (2004).

<sup>2</sup> <http://www.13.cl>





**Sessão de Comunicações Coordenadas 04**

**Tecnologia e estruturas de Produção Cultural  
na América Latina**

---



**EXTRAPRENSA**

**EDIÇÃO ESPECIAL**

**820**



**Sessão de Comunicações Coordenadas 04**

**Tecnologia e estruturas de Produção Cultural  
na América Latina**

---



**EXTRAPRENSA**

**EDIÇÃO ESPECIAL**

**821**



**Sessão de Comunicações Coordenadas 04**

**Tecnologia e estruturas de Produção Cultural  
na América Latina**

---



**EXTRAPRENSA**

**EDIÇÃO ESPECIAL**

**822**