



Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação

ISSN: 1809-5844

intercom@usp.br

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
Brasil

Guilherme Albano, Sebastião; de Oliveira Lima, Maria Érica

Um diagnóstico anglófono da TV latino-americana

Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 38, núm. 1, enero-junio, 2015, pp. 323-326

Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69838466019>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Um diagnóstico anglófono da TV latino-americana

DOI: 10.1590/1809-58442015118

Sebastião Guilherme Albano

Maria Érica de Oliveira Lima

(Universidade Federal do Rio

Grande do Norte, Departamento
de Comunicação Social, Programa
de Pós-Graduação em Estudos
da Mídia. Natal – RN, Brasil)



SINCLAIR, John; STRAUBHAAR, Joseph. **Latin American television industries**. Londres; Nova York: British Film Institute; Palgrave Macmillan, 2013. 205p.

Ler o livro

Com o intuito de mensurar o valor do tipo de indústria de TV formada na América Latina ao longo do último século até nossos dias, John Sinclair e Joseph Straubhaar em *Latin American Television Industries* atualizam a história da Mídia regional, especialmente, mas não apenas, de países como o Brasil e o México, com a menção e a interpretação de casos como a emergência de Xuxa como figura internacional nos anos 1990 e a clara censura perpetrada pelo governo da Venezuela durante a era de Hugo Chavez (1999-2013) e cujo marco foi o momento em que o sinal da RCTV foi lhe retirado, em 2007. Por intermédio desses procedimentos, mensurados mediante descrição e análise de alguns casos, expõem sua hipótese central: é possível haver singularidade na indústria regional de televisão mesmo que esse seja um meio de comunicação globalizado desde suas origens. A principal contribuição do professor da Universidade do Texas em Austin Joseph D. Straubhaar, nesta versão de um livro antes escrito apenas pelo australiano John Sinclair, professor da Universidade

de Melbourne, é acrescentar um viés pós-colonial em vez de tão somente seguir pelo caminho da História e da Economia Política. O livro anterior, no que o atual está baseado, tinha o título de *Latin American Television. A Global View* (Oxford/Nova York: Oxford University Press, 1999, com uma reimpressão em 2002).

Nos quatro capítulos iniciais, os autores versam precisamente acerca das semelhanças entre as origens do rádio e da TV na região, quando eles dizem ter havido mais influência das empresas privadas norte-americanas NBC e CBS do que das iniciativas do governo norte-americano, especificamente do chamado *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA), encabeçado pelo magnata ilustrado Nelson Rockefeller. Eles descrevem os primórdios dos principais grupos regionais como o cubano CMQ, do mexicano Televisa e da TV Globo. Em que pese essa parte da pesquisa ser muito descritiva e os dados serem explicitados sob um prisma informativo, muito recorrente na academia dos países de língua inglesa, sobressai, porém, a visão panorâmica que tende a assinalar verdadeiros focos de interesse a ponto de sentirmos que podem inspirar novos estudos: 1) a criação da Rede Centro-Americana de TV (*Central American Television Network*, CATVN); 2) o pouco explorado investimento da ABC na Argentina e no Chile; 3) as novas regulações de meios audiovisuais no Brasil que compelem os canais a cabo a formarem sua grade de programação com conteúdo independente e nacional; 4) a criação da Telesur e da TV Brasil, e os esforços da mexicana TV Azteca na América Central; 5) o surgimento de novas leis que limitam as ações dos gigantes Grupo Cisneros, da Venezuela, e Grupo Clarín, da Argentina; 6) o fato de que a Espanha importe mais conteúdo latino-americano produzido nos Estados Unidos do que propriamente de algum país da região. A despeito de que esses sejam assuntos de vulto por si mesmos, os autores conseguem expô-los com leveza e habilidade, precisamente devido ao perfil panorâmico e ao acréscimo do referido viés pós-colonial.

O quinto e o sexto capítulos estão escritos de maneira que, ao mesmo tempo em que informam, nos oferecem alguma crítica, procedimento pouco usual no mundo latino, acostumado a

enunciados mais taxativos quando se tratam de estudos acerca da TV. Por exemplo, o fato de o *Grupo Televisa* não ter estabelecido boas relações com o *Partido Socialista Obrero Español* (PSOE) quando houve a onda de privatizações no decênio de 1980, encerra sua conclusão subtextual: daí provém a escassa participação de conteúdo do grupo na grade da televisão ibérica. De outro lado, a TV Globo sempre manteve diálogo com Salazar e seus sucessores durante a ditadura (1926 - 1974) e depois, quando Portugal decidiu privatizar o setor. Hoje, tanto *Globo* como *Record* têm significativa participação no mercado de Mídia português. As seções em que eles analisam a participação da TV Globo nos países lusófonos da África (especialmente Moçambique e Angola) também têm corolários agudos: as guerras contra as colônias não trouxeram bons resultados para a indústria de TV portuguesa no continente, pois lá preferem o conteúdo brasileiro, ao qual há um sentimento mais amigável e próximo. Ainda nesses últimos capítulos, há bons argumentos quando estabelecem os desafios que as indústrias de TV latino-americanas terão com a consolidação da agenda global para o setor. As telenovelas (uma das especialidades de Joseph D. Straubhaar) e a versatilidade cultural são os valores vernáculos da TV latino-americana aos que eles creditam a força das empresas locais para continuar crescendo mundo afora. Com efeito, nesses fatores descansa a singularidade regional.

‘Desler’ o livro?

O livro equilibra boa informação documental com um estilo aprazível e objetivo, muito embora de permeio, a sustentar tudo, estejam avaliações corriqueiras na academia norte-americana que valeriam ser repensadas. Encontramos alguns exemplares dos sutis paradoxos que essa visão promove aos diagnósticos. Primeiro, quando descrevem as ações da NBC e da CBS separando-as das estratégias do *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs*, eles realmente se esquecem do papel crucial que as empresas desempenham na política exterior dos Estados Unidos, o que relativiza, sem cancelar, a distância entre as esferas pública e

privada. Outra ideia bem arraigada concerne a que o Estado nos países da América Latina é forte porque parece ter grande ingerência na vida de seus cidadãos. Essa certeza desencoraja a análise mais afincada do fato de que esses pretensos Estados fortes – que desde o início reconheceram a necessidade de se imprimir um estatuto legal à indústria de TV que a mantivesse sob o controle do interesse público – na verdade entregaram desde sempre a empresários com propósitos comerciais a condução desse meio. O livro não se detém nessa contradição, tampouco é seu objetivo. Também não almeja recordar que à diferença de um Estado sim muito forte e presente como o norte-americano, que apoia e controla a indústria de TV desde a criação de leis até a supervisão de seu cumprimento, permitindo inclusive que a iniciativa privada se encarregue de uma boa fatia do bolo, nosso republicanismo funciona com regras implícitas e estruturas ausentes. É mesmo difícil admitir que os Estados latino-americanos não conseguiram ainda encontrar o jeito de lidar com uma tal distinção, com frequência tratando matéria pública como assunto privado.

Sebastião Guilherme Albano (autor da resenha)

Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da UFRN, Natal-RN. E-mail: sgac@ufrnet.br

Maria Érica de Oliveira Lima (autora da resenha)

Professora do Departamento de Comunicação Social do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM) da UFRN, Natal-RN. Presidente da Rede de Pesquisadores em Folkcomunicação. E-mail: merical@uol.com.br