



## **Políticas Públicas para o Intercâmbio Audiovisual na América Latina<sup>1</sup>**

Gibran da Rocha Bento<sup>2</sup>

Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro  
ECO/UFRJ

### **Resumo**

Este texto pretende entender o atual estado do audiovisual na América Latina, mapeando os principais projetos de intercâmbio em televisão e cinema já existentes no continente. O intuito é analisar as atividades dos organismos internacionais, dos acordos bilaterais e multilaterais e dos incentivos estatais no fomento ao desenvolvimento do audiovisual na região. Destaque para o setor televisivo e os projetos de TV pública da teleSUR, TV Brasil Canal Integración e Televisión América latina (TAL). Abordamos ainda a idéia do uso de políticas públicas amplas e efetivas para o audiovisual como forma de diminuir as assimetrias do processo de globalização da cultura.

### **Palavras-chave**

audiovisual; intercâmbio; políticas públicas.

Desde meados da década de 90, vemos o surgimento de um movimento na América Latina em defesa da diversidade e pluralidade na produção e exibição de obras audiovisuais. Esse movimento tenta promover a abertura das fronteiras nos países do continente para um maior intercâmbio cultural entre as diferentes nações. A idéia central é tentar reverter, ao menos em parte, o amplo domínio das produções norte-americanas no mercado de cinema e televisão dos países latino-americanos. Para tanto, tenta-se aproveitar a estrutura dos ainda recentes blocos comerciais instalados no continente, tais como o Mercosul e o Pacto Andino, para o estabelecimento de acordos multilaterais e órgãos regionais de promoção do desenvolvimento audiovisual na região. A premissa comum daqueles que combatem nessa frente se baseia na idéia de que os meios de comunicação são ferramentas primordiais para as políticas de identidade, que por sua vez irão assegurar a construção e manutenção de um espaço público forte e representativo.

---

<sup>1</sup> Texto apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação do XXX Congresso do Intercom. Núcleo de Pesquisa Políticas e Estratégias de Comunicação.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social pela Facom/UFJF. Mestre em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. [gibranrocha@yahoo.com.br](mailto:gibranrocha@yahoo.com.br).



Esse movimento que vem crescendo na América Latina teve sua origem na Europa, nas discussões estabelecidas na OMC em virtude do que foi denominado pelos franceses como “exceção cultural”. A exceção cultural seria uma forma de legitimar a intervenção regulatória e financeira dos poderes públicos com o fim de corrigir distorções internacionais da economia de mercado no campo da cultura e da comunicação<sup>3</sup>. Colocada em prática, a “exceção cultural” consistia na aplicação de medidas de apoio à criação e produção local de filmes e, posteriormente, de programas de televisão.

A política de “exceção cultural” demonstra a fraqueza do mercado, que por si próprio não consegue gerar recursos para o desenvolvimento apropriado das diversas culturas locais e regionais. A sua função primordial vai além do instinto de preservar o que há de peculiar em uma dada cultura; trata-se de garantir que a identidade de uma determinada nação seja construída a partir das experiências vivenciadas local e regionalmente, e não apenas por experiências globalizadas.

As principais experiências européias para melhorar sua produção audiovisual e integrar o continente culturalmente surgiram já a partir do final da década de 80. Desde 1988, o programa *Eurimages* constituiu um fundo de apoio à realização de filmes europeus em co-produção, que determina um mínimo de três países participantes.

Em 1990, estréia o programa MEDIA, que visa estimular o desenvolvimento da indústria audiovisual européia através de ajudas financeiras aos distribuidores, com o fim de facilitar a circulação das obras nacionais em toda a comunidade, assim como garantir a exibição dessas obras em outros continentes. Entre as atividades do programa estava a ajuda com tradução, dublagem, edição, sub-edição, cópias, publicidade, além de ajuda na relação com as salas de cinema e com as redes de televisão para difusão. O programa MEDIA já realizou três etapas de sua atuação: MEDIA I, entre 1991 e 1995; MEDIA II, entre 1996 e 2000; e MEDIA III, de 2001 a 2005). As atividades do programa MEDIA visam sistematizar e agrupar uma produção audiovisual européia, que, de forma isolada e sem a intervenção de organismos públicos internacionais, ficava com suas fraquezas expostas frente ao mercado dominado pelo sistema quase industrial de produção audiovisual dos Estados Unidos. Os esforços europeus para o fortalecimento de sua produção audiovisual não incluem apenas as ajudas técnicas e

---

<sup>3</sup> MEIGS, pg. 3.



financeiras de organismos públicos internacionais, mas também de acordos e parcerias bi-laterais e multilaterais isolados entre os diversos países da região.

A diretiva “Televisão sem fronteiras”, criação europeia da década de 80, foi renovada em 1997 e posteriormente em 2002, sedimentando as propostas de intercâmbio audiovisual também no âmbito da televisão.

Em janeiro de 1994 entrou em vigor o Tratado de Livre Comércio da América do Norte (TLCAN), que vincula México, Canadá e Estados Unidos em um bloco comercial que tem ao redor de 384 milhões de habitantes. O Canadá se negou a incluir as indústrias culturais nas negociações do Tratado, como já havia ocorrido ao negociar seu acordo bilateral anterior com os EUA. Ainda que o governo mexicano não tenha se preocupado com a entrada ou não das indústrias culturais nas negociações, estas ficaram de fora do TLC de maneira explícita, justamente pela influência do governo canadense. No entanto, no caso específico do setor audiovisual mexicano, o processo de liberalização, privatização e abertura de mercados que já ocorriam anteriormente, acabaram por se intensificar após a assinatura do acordo, com a adoção de novas tecnologias de distribuição de sinais. Ainda assim, o México é o segundo maior exportador de programas de televisão aos países da América Latina, atrás apenas dos EUA. Porém, assim como no caso de países como Brasil e Venezuela, esses produtos exportados para outros países do continente são quase sempre novelas produzidas por um grande conglomerado de comunicação. Ou seja, muita concentração e nenhuma diversidade.

As indústrias culturais não devem ser deixadas apenas nas mãos do mercado. Isto também não significa retroceder aos esquemas intervencionistas do passado, mas que o Estado, como representante legítimo da população, possa regular e orientar o mercado em prol do interesse comum de uma nação. A oferta e a demanda são forças cegas que efetivamente exercem pressões estruturais sobre os ciclos de produção, distribuição e consumo de bens culturais. Segundo Canclini

“Hasta ahora lo poco que ha habido de horizonte supranacional en las políticas culturales se concibe como cooperación intergubernamental. Necesitamos también políticas de regulación y de movilización de recursos a escala internacional. Esto tiene que ver con la reconstrucción de la esfera pública. Urge revitalizar lo público dentro de cada país para dar sentido social a ámbitos y circuitos culturales afectados por los procesos de privatización, pero también es preciso reformular el papel de los organismos internacionales y otros actores públicos en medio de los acelerados acuerdos para integrar las economías latinoamericanas entre sí y con las de Norteamérica y Europa.” (CANCLINI, Para um dicionário herético de estudios culturales)



Existem demonstrações claras de que certas políticas de apoio ao setor audiovisual ajudam no desenvolvimento das mesmas. As produções cinematográficas de países como Brasil e Argentina só foram capazes de renascer a partir da criação de leis de incentivo.

### **Política Audiovisual**

Durante o ano de 2005, representantes dos órgãos nacionais de cinema e do audiovisual dos países do Mercosul e associados discutiram sobre a natureza do cinema no continente. Entre outros temas, foram destaque na discussão os debates acerca do papel dos Estados e da iniciativa privada e o conceito europeu de exceção cultural para proteger a cultura diante da expansão e homogeneização dos mercados. Surgiram várias propostas de integração para o setor audiovisual, visando a construção de um mercado regional.

Três propostas se destacaram. A Cota de Tela Regional seria uma medida que buscaria proteger e fomentar o desenvolvimento das indústrias locais através de mecanismos que promovam a exibição nas salas cinematográficas do Mercosul de filmes da região; a Livre Circulação de cópias e filmes em produção buscaria a homogeneização das legislações referentes à taxação da exibição dos filmes nos diferentes países da região; um terceiro ponto seria a Certificação de Nacionalidade de Produtos Cinematográficos do Mercosul, que seria um instrumento de identificação oficial dos filmes nacionais e os bens pertencentes à cadeia produtiva da indústria do cinema no Mercosul, para reforçar a integração audiovisual da região e fortalecer a indústria do setor.

Existem acordos já em funcionamento que favorecem o processo de construção de uma indústria cinematográfica no contexto do Mercosul e, até mesmo da América Latina, como, por exemplo, o Convenio de Integração Cinematográfica para América Latina ou os acordos bilaterais, entre os quais se destaca os que existem entre Argentina e Brasil, Argentina e Uruguai ou Chile e Venezuela.

Observa-se em toda a América Latina um crescimento do número de salas, no entanto, sempre localizadas nas regiões mais desenvolvidas e nos municípios de maior concentração urbana. Esse é um dos grandes paradoxos existentes nas políticas de integração relacionadas ao cinema: a busca pela diversidade de conteúdos e formatos na



produção cinematográfica não corresponde a uma busca também pela diversidade na exibição e na formação de públicos expectador.

Em relação ao cinema latino e a sua representatividade no mercado internacional, existe a proposta de avançar acordos com a União Européia para desenvolver um Projeto Estratégico de Cooperação. O programa IBERMEDIA já abriu uma linha de ajudas para promover os filmes da região em outros mercados, como o europeu ou o asiático. O IBERMEDIA é um programa de fomento da indústria audiovisual ibero-americana que promove um impulso à distribuição, promoção, formação, co-produção e desenvolvimento de projetos. Sua finalidade é ampliar a circulação de obras audiovisuais ibero-americanas em seu próprio mercado e no mercado internacional, mediante ajudas que visam ampliar sua competitividade e rentabilidade.

O programa IBERMEDIA foi aprovado na VI Conferência Ibero-americana dos Chefes de Estado e de Governo, realizada no Chile em 2006. Os antecedentes deste programa remontam ao ano de 1989, quando 13 países membros da Conferência de Autoridades Cinematográficas da Ibero-América (CACI) assinaram o Convênio de Integração Cinematográfica Ibero-americana. Este convênio estabelecia que as partes considerariam a possibilidade de criar um fundo financeiro multilateral de fomento à atividade cinematográfica.

O IBERMEDIA se articula através das seguintes ações: formação contínua de profissionais, desenvolvimento de co-produções, apoio à distribuição e exibição do cinema ibero-americano e apoio a ações de investigação aplicada. Seus beneficiários são: empresários, profissionais e instituições acadêmicas vinculados à indústria cinematográfica ibero-americana. O programa se mantém mediante as cotas doadas pelos países membros e pelo reembolso dos projetos. As convocatórias vêm se desenvolvendo com regularidade e grande participação. Como exemplo, no ano de 2005, setenta e três projetos foram aprovados. Outros instrumentos que formam parte da política audiovisual ibero-americana são: o Acordo Ibero-americano de Co-produção Cinematográfica, que amplia o acordo assinado anteriormente entre os países latino-americanos e estabelece um marco comum para as co-produções ibero-americanas; e a criação do DOCTV, um programa de fomento à produção e teledifusão do documentário ibero-americano, que ajuda na produção e divulgação de documentários em redes de televisão.



Além desses projetos, vale citar a criação da Rede IDEA de Cooperação Cinematográfica. A IDEA é uma rede formada por especialistas, instituições e cineastas que cooperam no campo da geração de idéias e discussões de projetos. Ainda no campo da teoria e do conhecimento da indústria audiovisual, foi criado o Observatório Ibero-americano de Televisão (OBITEL).

### **teleSUR, TV Brasil e TAL**

Com base na Venezuela, a teleSUR nasce do desejo de contar com um veículo de comunicação que permita a todos os habitantes da América do Sul difundir seus próprios valores, divulgar sua própria imagem, debater suas próprias idéias e transmitir seus próprios conteúdos, livre e equitativamente. Pretende fazer frente ao discurso sustentado pelas grandes corporações e representar os princípios fundamentais do que seria um “autêntico meio de comunicação”: veracidade, justiça, respeito e solidariedade.

Constituída como uma sociedade multi-estatal e composta por uma rede de colaboradores provenientes de todo o continente, teleSUR exibe vinte e quatro horas de programação, transmitida via satélite desde Caracas, na Venezuela. Na sua grade exibe noticiários, revistas, informes, análises jornalísticas, crônicas, entrevistas e reportagens. Possui correspondentes permanentes em Bogotá, Brasília, Buenos Aires, Caracas, Cidade do México, Havana, Porto Príncipe, La Paz, Washington e uma rede de colaboradores em toda a região.

A TeleSUR vai ao encontro de um público amplo e heterogêneo, marcado por tradições e costumes similares, porém separados pela distância geográfica. Por outro lado, é um público setorizado pela brecha tecnológica do cabo (televisão por assinatura) ou da Internet, pois é só uma porcentagem reduzida da população que tem acesso a esses canais de comunicação. Em sua proposta, a teleSUR esbanja otimismo:

Devido ao fato de a imagem midiática que hoje se difunde na região não ser representativa de sua realidade... Posto que não existe na atualidade um meio de comunicação com disposição e recursos para criar pontes entre os povos e nações latino-americanas... A integração já é um compromisso inadiável com nossa história... Seremos a alternativa audiovisual que ajude no fomento da identidade latino-americana.<sup>4</sup>

A teleSUR é, segundo seus criadores, uma resposta à necessidade de integrar os povos da América Latina e servir de resistência ao fluxo de informação vindo do Norte,

---

<sup>4</sup> Em <http://www.telesurtv.net> . Tradução minha.



na tentativa de produzir uma comunicação independente. No entanto, o êxito ou fracasso da teleSUR parece ter seu ponto de definição na verdadeira independência com que esta empresa leve a sua política de comunicação.

Com dinheiro proveniente do Estado, esta iniciativa tem o objetivo de conseguir-se desprender dos projetos governamentais e políticos, superando assim a bem conhecida história dos canais financiados pelos Poderes executivos, onde os conteúdos são controlados desde uma alta esfera e respondem aos objetivos do governante do momento. Esta é a tendência que deve desaparecer para o triunfo de uma verdadeira mídia de serviço público.

Os críticos do governo de Hugo Chavez apontam que a nova tribuna não está aberta nem à dissidência nem ao pluralismo, o que pode ser entendido como uma arma de cunho político. O erro da teleSUR estaria em afirmar que a difusão da realidade pode estar nas mãos dos Estados Nacionais, sem reparar no fato de que são os governos desses países que estariam direcionando esta ordem para seus próprios interesses. Desta forma, a proposta de uma televisão regional como veículo para a integração buscaria, na verdade, servir como instrumento ideológico para a exportação da Revolução Venezuelana.

Outros países proprietários da teleSUR, Argentina (20%), Cuba (19%) e Uruguai (10%), aceitaram que o desafio proposto era criar um veículo de informação que fosse independente das mídias comerciais, porém também apostaram no fato de que a difusão de um projeto político possa servir como vínculo entre as nações da América Latina. Os governos dos países membros do consórcio respondem a uma simpatia pelo projeto venezuelano, que tem claramente sua base no setor político que representam em seus respectivos países.

Os governos do Uruguai e da Argentina enfrentaram sérias críticas, internas e externas, sobre a intenção de incorporação e apoio à teleSUR. O aporte financeiro do Uruguai em ações do canal, formalizada pelo presidente de centro-esquerda Tabaré Vázquez, virou centro das atenções logo que a oposição neste país denunciou que a compra nunca foi aprovada pelo Congresso Uruguaio. Do mesmo modo, o presidente argentino Nestor Kirchner (também de centro-esquerda) tem sido objeto de uma corrente de opinião contrária à participação da Argentina na teleSUR, ao que se somou um escândalo nacional que gerou um decreto que renovou as licenças de rádio e televisão a empresas de comunicação privadas por mais dez anos.



Por outro lado, o Brasil, outro aliado político da Venezuela, ficou temeroso em incorporar-se a tão ambicioso projeto multi-estatal, especialmente devido a seus próprios planos para a área de comunicação. A TV Brasil Canal Integración, como se chama o novo canal de televisão inaugurado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva, aponta para a conquista da audiência da América do sul com propósitos muito parecidos aos do teleSUR.

A TV Brasil é um canal público internacional do Estado brasileiro. Surge do interesse conjunto dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário de criar serviços televisivos destinados ao exterior. Seu lema diz: “uma janela à pluralidade a partir de olhares brasileiros e sul-americanos. Diversidade, essa é a nossa identidade.” A missão da TV Brasil é estimular o intercâmbio de informações jornalísticas, culturais e institucionais entre os países da América do Sul e contribuir assim para o fortalecimento do processo de integração na região. A TV Brasil é dirigida por um Comitê Gestor, no qual participam representantes do Senado Federal, Câmara dos Deputados, Supremo Tribunal Federal, Subsecretaria de Comunicação Institucional da Secretaria Geral da Presidência da República, Ministério das Relações Exteriores e RADIOBRÁS.

Em 27 de setembro de 2004, o presidente Lula assinou o decreto que cria o Comitê Gestor para prestar serviços televisivos ao exterior. De 26 a 31 de janeiro de 2005, ocorre a primeira transmissão experimental da TV Brasil, com a Cobertura Especial do V Fórum Social Mundial, em Porto Alegre. Sete meses depois, a TV Brasil entra ao ar em caráter definitivo com a Cobertura Especial da I Reunião de Chefes de Estados da Comunidade Sul-americana de Nações.

Desde sua criação, a TV Brasil estimula a celebração de acordos de cooperação bilaterais e promove a busca de acervos audiovisuais representativos de diversos países sul-americanos e estados brasileiros. O diálogo direto com atores do setor audiovisual da América do Sul e de outros países tem permitido construir uma rede de cooperação e intercâmbio com emissoras públicas e privadas de televisão, organizações relacionadas à produção audiovisual, universidade e produtores independentes.

Em 2005 foram realizadas cerca de 70 reuniões com instituições da América do Sul, além das reuniões com instituições brasileiras que geraram mais ou menos 40 acordos de cooperação em todo o continente, com a previsão de troca de conteúdo. Hoje já existe programação de vários países nos acervos da TV Brasil, que transmite vinte e quatro horas por dia, com programas em espanhol e português. Essa programação é





retransmitida por operadoras de cabo da América do Sul. Eugênio Bucci, diretor da Radiobrás, explica o que a TV Brasil entende por “integração regional”:

Falamos em América do Sul e América Central, porque América Latina não é um conceito geográfico. Existe uma América Latina dentro dos Estados Unidos, por exemplo. E usar essa terminologia abre uma imprecisão que para o nosso foco de comunicação seria inadequado. Precisamos fortalecer o processo de integração das culturas da América do Sul e nós tivemos uma grande adesão de operadoras de cabo da América Central e estamos falando também para a América Central. Então, esta terminologia tem a ver com a precisão geográfica da nossa proposta.<sup>5</sup>

Ainda segundo Bucci, uma das coisas que faltam para a TV Brasil é conquistar audiência, mas para isso será necessário melhorar a programação e ajustar-se ao telespectador, que, pela falta de maior experiência dos produtores, ainda é um desconhecido. O trabalho agora é de consolidação. Além das operadoras a cabo que retransmitem programas da TV Brasil, várias TVs abertas transmitem alguns programas em alguns horários. Esse novo caminho de compartilhamento de conteúdo, de resultado ainda incerto. No entanto, segundo Bucci, o objetivo não é ter um canal campeão de audiência, mas fortalecer o processo de integração. Para ele, em médio e longo prazo surgirá na América do Sul um espaço público comum, que poderá então ser chamado de fato um espaço público internacional. Bucci fala claramente sobre as aproximações e distanciamentos existentes entre a TV Brasil e a teleSUR:

Aproximações são várias. A teleSUR exibe um programa produzido pela TV Brasil chamado *Noticias de Brasil*, que é um semanário, com notícias sobre o país, em espanhol, que passamos a transmitir especialmente para a teleSUR. Além disso, nós também exibimos esse programa em comum com a teleSUR, que foi parceira em várias transmissões que a TV Brasil fez no país, e na Venezuela existem vários associados da TV Brasil. Mas há diferenças em relação à teleSUR, que é um canal mais jornalístico, voltado a produzir uma visão alternativa da cena sulamericana, em relação aos meios de comunicação dominantes. A TV Brasil tem jornalismo também, mas é uma TV com a vocação da integração muito mais voltada para a cena cultural. Nós temos uma vocação para colocar no ar coisas diferentes, inclusive de diferentes orientações ideológicas. Temos uma entrevista do Vargas Llosa, por exemplo, que faz muito sucesso, e é um pensador bem pouco alinhado com uma visão de esquerda no continente. Nosso foco é mostrar a diversidade cultural, não é fazer uma visão alternativa frente aos veículos tidos como dominantes. Nesse sentido os dois projetos são complementares, porque são diferentes. Eu enxergo uma integração na comunicação do continente em que convivam TV Brasil, teleSUR e outras. Sendo complementares são projetos que já têm trabalhos em comum. O nosso é mais cultural, o deles é de um jornalismo engajado.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Entrevista com Eugênio Bucci – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico Com Ciência. Em [www.comciencia.br](http://www.comciencia.br).

<sup>6</sup> Idem.



Também com o desejo de criar vínculos entre os países do continente, a TAL – Televisión América Latina, destaca-se com uma proposta de TV pública que não é mantida pelo Estado. A Televisão América Latina (TAL) é uma entidade sem fins lucrativos qualificada pelo Ministério da Justiça do Brasil, desde 16 de dezembro de 2003, como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP). Constitui-se como uma rede latino-americana de comunicação, criada a partir de um banco comum de conteúdos e ações cooperativas entre canais de televisão e instituições educativas e culturais de todos os países e comunidades da América Latina. Transmitida via satélite e internet, a TAL é distribuída por operadoras de TV a cabo, DTH, MMDS e IPTV e, em alguns países, também por sinal aberto. O objetivo maior da TAL é promover a integração cultural, social e econômica da região através da troca de informações entre os países e os povos da América Latina.

Mais do que a simples transmissão de informações, a TAL pretende estimular a participação ativa dos mais amplos grupos e comunidades, por meio da mobilização e da sensibilização para os temas da identidade e da integração. Todo o acervo de programação – composto por documentários e programas culturais - é exibido sempre em sua versão original, na íntegra, com legendas em português ou espanhol. Qualquer associado pode retransmitir livremente os conteúdos exibidos pelo canal. A TAL constitui uma fonte permanente de intercâmbio de conteúdos ao disponibilizar sua programação para a rede de canais associados.

Todos os canais ou entidades que integram a TAL têm direitos iguais e fazem parte de uma rede horizontal. O canal busca a convergência dos setores público e privado, do terceiro setor e das organizações internacionais. Pretende ser um projeto democrático e não comercial, sem hegemonias, sem dominações, que apresenta um inédito formato cooperativo e multilateral.

A TAL é viabilizada a partir de patrocínios e parcerias com entidades públicas e privadas, sem publicidade convencional. O formato de mini-documentários patrocinados, de até dois minutos de duração foi criado para complementar a programação da TAL com assuntos que unem interesse público e ações, produtos e serviços, dos patrocinadores que apóiam o canal.

Do total de valores líquidos captados em cada país, o equivalente a 70% forma um fundo de produção nacional, que deverá cobrir os gastos de pessoal, infra-estrutura, remessa e produções de cada respectivo país. Os 30% remanescentes são destinados



para manutenção técnica e operacional do canal, bem como, para o desenvolvimento de novos projetos nos países com menos recursos. Para viabilizar financeiramente novas produções e projetos especiais, o canal oferece séries de mini-documentários, que são veiculadas durante a programação, com a assinatura de empresas públicas, privadas e organizações que tenham interesse em divulgar sua imagem corporativa no mercado latino-americano.

A TAL veicula, especialmente, documentários e programas culturais e educativos sobre a América Latina. O eixo da programação exibida no canal obedece a critérios que favorecem e incentivam a integração entre os povos latino-americanos. Todos os assuntos são tratados pelo canal com isenção ideológica e partidária, assumindo o compromisso de respeitar as diferentes visões sobre cada tema. A emissora apresenta seis horas de programação por dia, com quatro repetições, 24 horas no ar.

A TAL é formada por uma rede de associados em 21 países da América Latina e Ibéria. Em setembro de 2003, a rede começou a formar-se através da assinatura do acordo de cooperação entre a TAL e canais de televisão, instituições educativas e culturais e produtores independentes em cada um dos países da região. Hoje a rede conta com mais de 150 associados diretos, representando um total superior a 500 canais.

## **Conclusão**

A primeira constatação que podemos fazer é a ausência de um conceito que englobe satisfatoriamente todos os países envolvidos no processo de regionalização das obras audiovisuais no continente americano. Um intercâmbio “latino-americano” seria satisfatório em termos lingüísticos, mas, politicamente, poderia acarretar na inclusão de setores latinos dentro dos EUA ligados fortemente à estrutura mexicana de produção audiovisual. Já o “ibero-americano” possibilita a inclusão de Espanha e Portugal, parceiros comerciais importantes e com ligação histórica com a América Latina, porém amplia em demasia o espectro geográfico.

Em termos de produção televisiva, o foco primordial das políticas regionais tem sido o desenvolvimento de um intercâmbio na América do Sul e no Caribe. As diferenças ideológicas entre as iniciativas da TV Brasil e da TV SUR colocam um grande ponto de interrogação sobre o que pode vir a acontecer com as propostas integração regional. À primeira vista, a teleSUR se encaminha para um campo de batalha ideológica, enquanto a TV Brasil, assim como a TAL, parecem chegar com



propostas menos pretensiosas e mais substanciais ao focarem na cultura como ponto primordial.

Em relação à produção cinematográfica, a influência dos fundos de co-produção com a Espanha e, em menor grau, Portugal, é o que existe de maior relevância. Entre países da América do Sul, por enquanto, apenas tímidos acordos. Também aqui, uma encruzilhada nasce, a partir do momento em que os filmes estrangeiros produzidos em países do tratado ibero-americano tomam espaço de produções espanholas, colocando em choque o regional e o local.

O exemplo do resultado apenas limitado das políticas europeias de intercâmbio, principalmente no âmbito televisivo, coloca um novo questionamento aos defensores de políticas públicas e regulações para o setor audiovisual: para um resultado mais efetivo, não serão também necessárias estratégias para a formação de novos espectadores? Talvez seja fundamental promover uma participação crescente da cidadania nas decisões sobre o tema a todos os níveis. Isso passa por um conjunto de ações que vão desde a educação para a recepção crítica dos meios de comunicação até a participação nos organismos de desenho de políticas e na gestão dos meios de comunicação públicos.

### **Referências bibliográficas**

ANCINE. **Protocolo Brasil-Argentina para fomento à distribuição de filmes de longa metragem.** Em <http://www.ancine.gov.br> .

ANCINE. **Reunião Especializada do Cinema e Audiovisual do Mercosul propõe maior integração.** Em <http://www.ancine.gov.br> .

BARBERO, Jesús Martín. **La globalización en clave cultural:** uma mirada latinoamericana. Colóquio Internacional *Globalisme et Pluralisme*, realizado em Montreal entre 22 e 27 de abril de 2002. Em <http://www.infoamerica.org> .

BARBERO, Jesús Martín. **Television:** entre lo local y lo global. Textos de las I Jornadas sobre Televisión (diciembre, 1999). Instituto de Cultura y tecnología de la Universidad Carlos III de Madrid. Em <http://www.infoamerica.org> .

BECERRA, Martín e MASTRINI, Guillermo. **La concentración de las industrias de la comunicación en América Latina:** el reto de una integración económica continental. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Dossiê Especial Cultura e Pensamento, Vol. I - Espaço e Identidades, nov. 2006. Em [www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br) .



BOLAÑO, César e MORENO, José Manuel. **A indústria cinematográfica no Mercosul: economia, cultura e integração.** Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación Dossiê Especial Cultura e Pensamento, Vol. I - Espaço e Identidades, nov. 2006. Em <http://www.eptic.com.br> .

BOLAÑO, César. **Mercado y Políticas de Comunicación en Brasil y en Argentina (2000-2005) em uma perspectiva histórica.** Em <http://www.eptic.com.br>

BRITTO, Valério Cruz. **Circulação internacional e distorções comunicacionais no capitalismo global.** Em <http://www.eptic.com.br>

BUSTAMANTE, Enrique. **Industrias Culturales, Sociedad de la Información y Desarrollo: las políticas publicas en la Union Europea.** Em <http://www.eptic.com.br> .

CALDERÓN, Carlos Arcila. **Que es TeleSUR?** Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, diciembre, número 092. Em <http://www.redalyc.org> .

CANCLINI, Nestor Garcia. **Cultura y comercio: desafíos de la globalización para el espacio audiovisual latinoamericano.** Em <http://www.recam.org> .

CANCLINI, Nestor Garcia. **Para un diccionario herético de estudios culturales.** Em <http://www.infoamerica.org> .

FRAU-MEIGS, Divina. **"Excepción cultural", políticas nacionales y mundialización: factores de democratización y de promoción de lo contemporáneo.** Em <http://www.audiovisualcat.net/publicaciones/Q14franca.pdf>

GALPERIN, Hernan. **Cultural Industries in the Age of Free-Trade Agreements.** Em <http://www.recam.org> .

KAPLÚN, Gabriel. **Hacia una agenda académica y política de la comunicación en el MERCOSUR.** Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. [www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br) , Vol. VII, n. 5, May. – Ago. 2005.

RUIZ, Enrique E. Sánchez. **El empujón del cine latinoamericano y la integración audiovisual.** Em <http://www.redalyc.com> .

RUIZ, Enrique E. Sánchez. **Los medios audiovisuales mexicanos, a cinco años del tratado de libre comercio de América del Norte.** Em [www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br) .



SÁNCHEZ, David Montero e MORENO, José Manuel. **La estrategia del caracol**. Un breve recorrido por la cooperación cinematográfica de la EU con otras regiones. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación Dossiê Especial Cultura e Pensamento, Vol. I - Espaço e Identidades, nov. 2006. Em <http://www.eptic.com.br> .

Entrevista com Eugênio Bucci – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico Com Ciência. Em <http://www.comciencia.br> .