



## **Emissoras de Tevê do Brasil e da Argentina: um estudo preliminar sobre os canais televisivos presentes na fronteira<sup>1</sup>**

Flavi Ferreira Lisboa Filho<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Maria, RS

### **Resumo**

Este estudo tem o propósito de analisar como se dá a produção e a cobertura televisiva nos espaços fronteiriços do Brasil (mais especificamente no RS) com a Argentina. Partimos do pressuposto de que a produção televisiva é pautada por inúmeros recursos técnicos e estéticos, que são perpassados por aspectos culturais, econômicos, sociais e tecnológicos. Este processo investigativo caracteriza-se como qualitativo, pelo estudo da produção dos sentidos e dos conteúdos da programação televisiva. Por outro lado, é também quantitativo. Até o momento, podemos perceber que todos os canais possuem uma parte da programação produzida localmente, mas, a grande maioria, dos espaços televisivos é ocupada por programas nacionais ou produtos audiovisuais importados pelos grupos de comunicação, que controlam as redes televisivas tanto no Brasil quanto na Argentina.

**Palavras-chave:** Televisão; Argentina; Brasil; Programação televisiva; Fronteira

### **Introdução**

Segundo CONASS (2010), o Brasil possui uma extensa zona de fronteira, cerca de 15.719 quilômetros contornam 10 países da América do Sul e 11 estados do Brasil. O estado sul-brasileiro do Rio Grande do Sul constitui 10% deste território fronteiriço, abarcando 10 cidades gaúchas que fazem fronteira com cidades da Argentina e do Uruguai. Neste sentido, os resultados deste estudo possibilitam que seja possível pensar/refletir na/sobre a questão fronteiriça no que se refere à tevê e à identidade para as outras fronteiras do país.

Este território de fronteira constitui uma gama de diversidade física e cultural, segundo Wilson e Donnan apud Silveira e Adamkzuc (2004) a noção de fronteira distingue três elementos não constitutivos: a linha limítrofe, a qual permite separar e unir os estados-nação; as estruturas físicas do estado que visam demarcar e proteger tal linha de fronteira, composta de pessoas e estruturas enraizadas profundamente no território nacional; e as zonas territoriais, cujas variadas dimensões alargam a partir e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no III Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação (linha: Mídias e Processos Audiovisuais). Professor Adjunto do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Pesquisador do GP Comunicação Televisual e do GP Comunicação, Identidades e Fronteira. (flavi-lisboa@hotmail.com)



através de fronteiras, dentro das quais as pessoas negociam uma variedade de comportamentos e significados associados a sua pertença a nações e estados.

A ocupação do espaço geográfico de fronteira teve nas mensagens simbólicas de orientação nacionalista, por exemplo, uma marca significativa para a ordem audiovisual da atualidade. A cultura do gauchismo pode dar testemunhos valiosos sobre como uma nação pode ser pensada na diversidade cultural e histórica, exercitando inclusive práticas lingüísticas peculiares (...). (SILVEIRA e ADAMKZUC, 2004, p. 17)

Nesse contexto, esta pesquisa se propõe a analisar como se dá a produção e a cobertura televisiva nos espaços fronteiriços do Brasil (mais especificamente no Rio Grande do Sul) com a Argentina, levando em consideração as marcas nacionais/regionais presentes na programação das emissoras de tevê selecionadas para o estudo e a construção de sua própria identidade. Contudo, estamos na fase preliminar, mapeando e identificando os canais televisivos e a organização de sua programação.

Esta investigação justifica-se pelo fato de a televisão, no caso do Brasil, estabelecer uma relação quase que de onipresença nos lares brasileiros, chamando a atenção para o seu estudo, pois, segundo IBGE apud Lisboa Filho (2009a, p.105) “(...) A televisão existia em 90,3% dos domicílios e o rádio, em 87,8%”, esta condição permite ao meio informar e persuadir boa parte da população através de uma variedade de gêneros e formatos televisivos. No caso do Brasil e da Argentina, a tevê adquire relevância, considerando as dimensões continentais desses países ela torna-se um dos principais meios de integração nacional e de reconhecimento para os cidadãos.

Em termos gerais, podemos dizer que a produção televisiva é pautada por inúmeros recursos técnicos e estéticos, que são perpassados por aspectos culturais, econômicos, sociais e tecnológicos. Neste sentido, as questões de linguagem empregadas no discurso da tevê e os aspectos anteriormente citados, demonstram a importância de realizar estudos como este.

Assoma-se também o fato de a malha de comunicação<sup>3</sup> televisiva, que permeia os territórios fronteiriços, constituir-se em uma rica fonte de pesquisa para estudos de comunicação, pois a necessidade de demarcação e legitimação de um espaço nacional implica em práticas sociais e culturais específicas que marcam a diferença.

---

<sup>3</sup> Este termo foi adaptado do artigo “Indústrias Culturais e faixa de fronteira no Brasil Meridional” de autoria de Ada Cristina Silveira e Lindamir Adamczuk, cujo significado refere-se ao conjunto de veículos de comunicação instalados ou que transmitem seu sinal neste espaço fronteiriço. (SILVEIRA e ADAMCZUK, 2004).



Toma-se por premissa que, a pesquisa a cerca da produção televisiva e suas imbricações no que diz respeito às apropriações de marcas identitárias em suas produções refletem a organização do próprio fazer televisivo nesses espaços de fronteira.

Como propósito central pretende-se analisar a produção de tevê existente, especialmente nas fronteiras, entre o Brasil (mais especificamente do Rio Grande do Sul) e a Argentina, com a finalidade de elaborar um mapa da programação televisual, considerando os gêneros, os formatos e as marcas identitárias, que caracterizam as emissoras. Para tanto, este esforço inicial deverá ser acrescido de um detalhamento da programação das tevês identificadas na pesquisa; da identificação das marcas nacionais/regionais presentes na programação das emissoras selecionadas no estudo; e da verificação das semelhanças/diferenças entre as programações das emissoras, que abrangem especialmente a zona de fronteira, do Brasil com a Argentina.

## **Fundamentação Teórica**

### Sobre Televisão

Salles (1988, p.18), falando sobre a televisão, com relação ao Brasil, diz: “Em menos de quatro décadas, o vídeo transformou a face do país, modificou os hábitos diários do povo, revolucionou a política, impôs profundas alterações na cultura, estabeleceu parâmetros de comportamento, afetou a fala e inovou a língua dos brasileiros.” A partir dessa citação, é importante esclarecer que se considera que os programas caminham por essas vias apontadas por Salles (1988), muito provavelmente sem provocar individualmente essa ‘revolução’, mas sendo um dos elementos de construção dessa rede de transformações e legitimações que afetam a sociedade contemporânea. Alvarado *apud* Souza (2004, p.23) acrescenta: “(...) ver televisão contribui para o modo como os indivíduos estruturam e organizam seu dia, com respeito às suas atividades cotidianas e ao tempo, à hora de dormir ou de trabalhar.”

Para Martín-Barbero (1987, p. 49), a produção televisiva,

(...) não responde unicamente a exigências do sistema industrial e a estratégias comerciais senão também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver. Estamos afirmando que a televisão não *funciona* senão na medida em que assume – e ao assumir legitima – demandas que vêm dos grupos receptores.



Em outras palavras, embora a tevê seja uma concessão pública no caso brasileiro, ela obedece a uma lógica econômica, mas nasce de uma demanda exterior ao meio. Para Sarlo (1997, p.82), a televisão transpõe algumas fronteiras entre idade e sexo, assegura uma forma de pertencimento e seus clichês se incorporam à língua cotidiana. Talvez, porque “Preso ao espelho dos níveis de audiência, a televisão não pode senão propor uma cultura de espelho, onde todos possam reconhecer-se.” Portanto, as demandas exteriores também contribuem na produção dos conteúdos televisivos.

Martín-Barbero e Rey (2004, p.40) trazem a indispensabilidade de conhecer os aspectos sociais e culturais externos à tevê, pois nela eles são refletidos para depois serem refratados na sociedade, como podemos perceber a partir da seguinte fala:

(...) é impossível saber o que a televisão faz com as pessoas, se desconhecemos as demandas sociais e culturais que as pessoas fazem à televisão. Demandas que põem em jogo o contínuo desfazer-se e refazer-se das identidades coletivas e os modos como elas se alimentam de, e se projetam sobre, as representações da vida social oferecida pela televisão.

Os processos do fazer televisivo também se constroem sobre outras lógicas que legitimam os produtos televisivos fazendo-os serem aceitos e caírem no gosto popular. Para isso, é necessário que o produto televisivo se configure a partir de uma série de estratégias de diversas ordens, sejam elas culturais, mercadológicas, educativas, industriais, tecnológicas, entre outras. Devemos considerar como especificidade desse meio a produção em larga escala, necessária para preencher a grade de programação que, na maioria dos canais, é de 24 horas. Na tevê fechada, os programas se repetem em dias e horários alternados. Na tevê aberta, essa estratégia não é bem aceita e a esteira de produção precisa funcionar de forma acelerada.

Nesse sentido, Machado (2001, p.86) diz que:

Para muitos, a televisão, muito mais do que os meios anteriores, funciona segundo um modelo industrial e adota como estratégia produtiva as mesmas prerrogativas da produção em série que já vigoram em outras esferas industriais (...) A necessidade de alimentar com material audiovisual uma programação ininterrupta teria exigido da televisão a adoção de modelos de produção em larga escala, onde a serialização e a repetição infinita do mesmo protótipo constituem a regra.

A produção televisiva, contudo, tem crescido e se aprimorado tecnologicamente. É possível – e até necessário – questionar os conteúdos e as propostas do meio, mas em



função de suas características ela tem mostrado programas interessantes do ponto de vista técnico e estético. Um exemplo são as telenovelas brasileiras exportadas para várias partes do mundo. Por outro lado, não podemos deixar de apontar um conjunto de produtos que não levam em conta as possibilidades técnicas avançadas da tevê, pelo contrário, pautam-se pelo descompromisso com a qualidade técnica e fazem disso a marca do programa.

### Sobre Fronteira e Gêneros Televisivos

Apesar das regiões de fronteira serem tratadas, via de regra, como locais de isolamento e de baixo desenvolvimento socioeconômico, é importante também destacar que esses locais configuram-se em faixas não-homogêneas, apresentando em sua linha espaços diferenciados em aspectos históricos, culturais, étnicos, econômicos, tecnológicos e sociais com fluxos transfronteiriços<sup>4</sup>. Todos esses aspectos tornam essa região um espaço de convergência ao mesmo tempo em que acentua as diferenças.

Parte-se do pressuposto que algumas dessas semelhanças ou convergências podem estar marcadas no discurso televisivo adotado pelas emissoras de tevê que transmitem seu sinal nos locais de fronteira, foco deste estudo. Neste sentido, levando em consideração as proporções que a tevê alcançou na contemporaneidade, pressupõe-se que ela reflita estes aspectos, segundo Duarte (2004, p.11) “a televisão vem significando para o homem comum contemporâneo a incrível e, muitas vezes, única possibilidade de participação de um tempo histórico, de acesso às mais diversas experiências de realidade, informação, comunicação”. Contudo, convertem o mundo em discurso televisivo, ela acaba por realizar escolhas que deixam escapar fragmentos de realidade.

Ainda, segundo Duarte (2009, p.19), as mídias, no caso deste estudo a televisão, transfigura-se em um “mercado de oferta de discursos à sociedade, pois os processos comunicativos midiáticos materializam-se em textos” e todos eles reproduzem significação e sentidos, utilizando-se da linguagem. Para a referida autora, essa linguagem determina o discurso da cultura, que se faz presente acima de tudo, “impondo forçosamente aos candidatos a uma estrutura” (DUARTE, 2004, p.28).

---

<sup>4</sup> Segundo Olívia Ruiz (2010, online) “o termo transfonteiriço, alude a processos que ultrapassam os limites do território nacional; ele refere-se a indivíduos e ações que são extranacionais. Assim, engloba, aquelas pessoas que vivem em um lado da linha nacional e trabalham no outro. O transfonteiriço, portanto, diferencia-se do nacional, que se restringe ao território de um país e abarca tudo o que pode ocorrer em qualquer localidade de uma república, como são as atividades do governo local, por exemplo”.



No que se refere à organização desta linguagem, pode-se dizer que ela se dá através dos gêneros e formatos. Desta forma, torna-se oportuno o esclarecimento destes conceitos, já que os produtos televisuais se estruturam em formatos específicos que se filiam a determinados gêneros.

Os gêneros, segundo Duarte (2004, p.67), consistem “em uma macro-articulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos televisivos que partilham umas poucas categorias comuns”. Para a autora supracitada, os gêneros televisivos organizam-se em “planos de realidade” e “regime de crença”.

Os planos de realidade classificam-se em três: meta-realidade, supra-realidade e para-realidade. O primeiro diz respeito ao tipo de realidade discursiva transmitida pela tevê. Tem como referência o mundo exterior e natural (documentários, telejornais, reportagens, etc). O segundo refere-se a construção de uma realidade que não se submete ao confronto com o real, apropriando-se da verossimilhança (novela, minisséries, seriados etc). Já o terceiro diz respeito a um novo tipo de realidade veiculada pela televisão, no qual os acontecimentos provocados e controlados pela própria televisão é que estabelecem suas regras de operação (*reality shows* e *talk shows*).

O regime de crença, segundo Duarte (2004), trata do compromisso que o programa assume com a realidade. Assim, seu discurso será de verossimilhança ou veridicção ou multivisibilização, que não deixa de ser o embaralhamento entre os primeiros. De acordo com estas escolhas, os subgêneros e os formatos irão associar-se de forma pura ou combinada e definir os *modus* de funcionamento e organização dos programas.

Para Lisboa Filho (2009a, p. 196):

Podemos entender o gênero, como estratégia comunicacional, ou seja, algo capaz de comunicar ao espectador uma idéia, uma promessa ou um conceito, de que ele, a partir de sua experiência midiática, torna-se capaz de compreender o que trata o produto no qual está em contato e negocia, geralmente, para cumprir as exigências de leitura do processo estabelecido.

Desta forma, a luz destes conceitos propõe-se o estudo dos gêneros e formatos presentes nas programações das emissoras fronteiriças. Não obstante, as marcas da cultura nacional/regional carecem de atenção especial. Segundo Lisboa Filho (2009a), elas podem ser entendidas a partir da análise dos formatos televisuais de certos



programas<sup>5</sup> que trazem elementos como: a indumentária, o linguajar, as canções, as lendas e as histórias do estado, para denotar sentidos e marcar um espaço de fala, ao mesmo tempo em que acentua uma identidade cultural midiaticizada.

### **Percurso Metodológico**

Este estudo configura-se como pesquisa exploratória, pois, segundo Bonin (2006, p. 35) ela “implica um movimento de aproximação à concretude do objeto empírico (fenômeno concreto a ser investigado) buscando perceber seus contornos, suas especificidades, suas singularidades”.

A proposta de realização desta pesquisa inicia com o esclarecimento de conceitos acerca de “fronteira e zona de fronteira”, “gênero televisual” e “identidade”. Cabe destacar que o entendimento destes conceitos é fundamental para o avanço deste trabalho. Contudo, a ampliação e a discussão sobre estes temas serão ampliadas no decorrer do processo investigativo.

A pesquisa empírica deste projeto inicia obedecendo as fases indicadas a seguir.

#### 1ª Fase:

- mapeamento dos países/cidades fronteiriços ao RS/Brasil;
- levantamento da cobertura televisiva nos espaços de fronteira;
- verificação de quais/quantas cidades possuem emissoras local;
- definição/escolha das emissoras que compõem o estudo e
- investigação da programação televisiva nas emissoras selecionadas para o estudo.

#### 2ª Fase:

- categorização dos gêneros televisivos;
- seleção dos programas a serem analisados;
- gravação e decupagem dos programas selecionados;
- descrição dos formatos destes programas e
- análise textual dos programas escolhidos.

#### 3ª Fase:

- identificação das marcas identitárias da programação de cada país e

---

<sup>5</sup> O programa que Lisboa Filho (2009b) faz referência em seu artigo é o Galpão Crioulo da RBS TV, que na opinião do autor, “auxilia a construir uma cultura regional e também audiovisual da população gaúcha, em conjunto com os outros programas que compõem o fluxo televisual regional (...) permitindo-se, entretanto, atualizações dessa construção cultural.”



- verificação das convergências entre as marcas identitárias identificadas.

Na primeira fase desta pesquisa pretende-se a partir de um levantamento de quais cidades/províncias são fronteiriças e quais emissoras e filiais esses países possuem nas regiões selecionadas para a investigação, elaborar um mapa da programação para a escolha dos programas. Esta fase adota procedimentos próprios da pesquisa quantitativa, como mapeamento da grade de programação, busca de dados relativos ao Censo dos países/cidades deste estudo, seja por meio de jornais, revistas ou sites que tenham as informações elencadas. É importante mencionar que esta fase dá subsídios para a posterior.

Na segunda fase buscar-se-á analisar o conteúdo da produção televisiva nos espaços de fronteira, classificando os gêneros e contabilizando suas incidências. A partir daí será possível escolher os programas que integram o *corpus* da análise. Posteriormente serão descritas as características técnicas e estéticas do formato adotado por estes programas. Para a análise dos mesmos serão utilizados conhecimentos próprios da análise textual, segundo os autores Casetti e Chio (1999), que será descrita a seguir.

A análise textual contribui para a elaboração de um esquema de leitura. Neste projeto interessa, em uma primeira instância, analisar de maneira global as marcas de nacionalidade/regionalidade, gêneros e formatos dos programas televisivos. Contudo, torna-se necessário um olhar fragmentado acerca de determinadas categorias (figurino, cenários, atores, etc). Para tanto, será elaborado um roteiro próprio para a leitura/interpretação dos textos televisivos selecionados, com base na análise textual (Casetti e Chio, 1999) e na semiótica discursiva (Duarte, 2004).

Ainda na terceira fase, realizar-se-á uma análise mais ampla dos atravessamentos e sentidos identitários presentes nos textos televisivos selecionados. Assim como, a verificação das convergências técnico-culturais dos programas brasileiros, argentinos e uruguaios.

A pesquisa caracteriza-se como qualitativa, pelo estudo da produção dos sentidos e dos conteúdos da programação televisiva. Por outro lado, é também quantitativo pelos procedimentos adotados na primeira fase desta investigação. Atualmente, o processo investigativo está na transição da fase 1 para a fase 2. Espera-se



que seja possível apresentar avanços consideráveis até meados de setembro do corrente ano.

### **Resultados: sobre os canais de televisão**

#### No Rio Grande do Sul: RBS TV

Com base em dados disponibilizados pelo IBOPE (2008, on-line), traçou-se uma projeção nacional da audiência dos cinco programas com maior pontuação nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro das emissoras: Bandeirantes, Globo, Record e Rede TV. O resultado aponta em disparado para a Globo com 32,4%; seguida da Record com 13,7%; do SBT com 10,3%, da Bandeirantes com 5%; e da Rede TV com 4,1%. Motivo que justifica a opção pela RBS TV neste estudo. Contudo, cabe destacar que as emissoras de tevê aberta RBS TV, TV COM, Record RS, Pampa e SBT produzem e transmitem diariamente, com exceção de domingo e, em alguns casos, de sábado, os telejornais regionais.

Na TV COM<sup>6</sup> são cinco telejornais, na RBS TV<sup>7</sup> e na Record<sup>8</sup> são três, um em cada turno. A Pampa<sup>9</sup> e o SBT<sup>10</sup> apresentam um programa de telejornalismo, sendo transmitidos ao meio dia. Além dos telejornais, são apresentados e produzidos pelo grupo RBS programas regionais de variedades.

A RBS surge em 1962, com o nome de TV Gaúcha, em Porto Alegre. Em 1967 tornou-se afiliada da rede Globo e em 1979 passou a chamar-se RBS TV e, mais tarde, em 2007, Grupo RBS. O grupo, além de atuar no segmento televisivo, atua nos meios impressos, virtuais e radiofônicos também, sendo o terceiro maior conglomerado do Brasil segundo Hinerasky *apud* Lisboa Filho (2009, p.15).

Atualmente, a RBS TV, no ramo televisivo, possui dezoito emissoras de TV aberta, em várias cidades do Rio Grande do Sul<sup>11</sup> e algumas de Santa Catarina<sup>12</sup> (com grade de programação diferente), duas emissoras comunitárias (TV COM de Porto Alegre, com canal aberto, e a TV Com de Florianópolis, com canal fechado, assim como em todas as outras cidades) e uma focada no agronegócio (Canal Rural, comprado

---

<sup>6</sup> Bom Dia Rio Grande; Jornal do Almoço, RBS Esporte, Jornal TV COM e Jornal da Meia Noite.

<sup>7</sup> Bom Dia Rio Grande; Jornal do Almoço e RBS Notícias.

<sup>8</sup> Rio Grande no Ar, Balanço Geral e Rio Grande Record.

<sup>9</sup> Pampa Meio Dia.

<sup>10</sup> SBT Rio Grande.

<sup>11</sup> Bagé, Caxias do Sul, Cruz Alta, Erechim, Passo Fundo, Pelotas, Rio Grande, Santa Cruz do Sul, Santa Maria, Santa Rosa e Uruguaiana.

<sup>12</sup> Blumenau, Chapecó, Criciúma, Joaçaba e Joinville.



em 1998). Todas as emissoras atingem um público total de 17 milhões de espectadores e a diversificação dos meios de atuação, que compreendem mais uma rede extensa de jornais impressos e de canais radiofônicos e sítios virtuais, abrange mais ainda o público e, segundo Castro (2010 p. 8), “com isso, permitiu o cruzamento de três grandes dimensões no espaço contemporâneo: o consumo, a economia e a comunicação, em interação sistêmica, responsáveis pelo fortalecimento de sua marca” e liderança em audiência. Segundo dados retirados do sítio da própria empresa<sup>13</sup>, a RBS TV é líder nos segmentos de esporte, jornalismo e novela, mantendo-se bem à frente da segunda colocada em todas as regiões do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina.

Como a RBS é afiliada da Rede Globo, possui certas normas na programação. Uma delas é preencher a grade com 85% de programação da rede nacional. Os outros 15% podem ser ocupados com programação produzida regionalmente. Tanto no estado do Rio Grande do Sul como no estado de Santa Catarina, grande parte desses 15% é colocada sob forma de produção de telejornais e programas de esporte. No Rio Grande do Sul, entretanto, a produção de materiais ficcionais, documentários ou outros programas de variedades e de produção regional destaca-se. Há um núcleo responsável por cuidar especialmente dos segmentos de ficção (séries, curtas, entre outros) e documentário, o *Núcleo de Especiais*. A equipe que trabalha nele vem buscando uma forma de identificação dos gaúchos com o conteúdo (e conseqüente fidelização do público), dentro do percentual em que não circula pela emissora a programação homogeneizada essencialmente nacional e internacional.

O Núcleo de Especiais da RBS TV existe há dez anos e atua na produção de programas seriados em poucos episódios ou de exibição única que envolvam histórias reais ou ficcionais focadas no estado do Rio Grande do Sul. O *Núcleo de Especiais* é dirigido por Roberto Perin e envolve produções próprias, em parceria com produtoras ou produções compradas. A produção sempre é ambientada com aspectos históricos ou culturais regionais. Além disso, a “iniciativa de criação do Núcleo é única no país, e confere ao Rio Grande do Sul a posição de estado pioneiro em produção ficcional e documental, de conteúdo local” (CASTRO, 2010 p. 9).

---

<sup>13</sup> Os perfis de audiência podem ser acessados em  
<<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/comercialrbstv/conteudo,655,7654,Perfil-da-Audiencia-RS.html>>  
e <<http://www.clicrbs.com.br/especial/rs/comercialrbstv/conteudo,655,7655,Perfil-da-Audiencia-SC.html>>



### Na Província de Corrientes: Canal 13 e Canal 5

O **Canal 13**, dito independente, aparenta ter uma espécie de vínculo com o grupo Telefe, conforme se nota na programação. Contudo, não é afiliado, conforme informações do site do grupo Telefe. Na programação dos dias de semana do canal 13 há os seguintes programas do grupo Telefe: *Infocampo* (às 6h), *AM* (às 10h), *Telefe Notícias* (às 13h), *Zapping* (às 14h), *Os Simpsons* (às 18h30), *Telefe Notícias* (às 20h30), *Diario de Medianoche* (00h00). Aos sábados, há os programas *Os Simpsons* (às 14h), *Cine Del Sabado* (às 17h). Aos domingos, *100% Lucha* (às 11h), *Cine Del Domingo* (às 13h), *Os Simpsons* (às 16h). Pode-se dizer que são 18 horas de programação local por semana em, aproximadamente, 120 horas de programação semanal

O **Canal 5 Goya**, também independente, disponibiliza informações no site <http://www.goyatevedigital.com/>, onde há vídeos e programas produzidos pela emissora. O canal 5 não é vinculado nem ao grupo Telefe nem ao grupo Clarín e parece ser totalmente local (inclusive na programação, com exceção de filmes). A parte de contato, através do sítio, não está funcionando. Mas, pode-se verificar que a grade de programação não reproduz os programas nem do Grupo Telefe, nem do Grupo Telear. No site observado, o canal se intitula como “o primeiro canal livre e gratuito da Argentina”.

### Na Província de Misiones: Canal 12 e Canal 6

O **Canal 12 Posadas** constitui-se em um canal público estatal. Embora em alguns locais haja a informação de que na programação há produtos do canal 13, de Buenos Aires e pertencente ao grupo Artear (do Clarín). Contudo, o Canal 12 Posadas está descrito como um canal independente da Artear. Através do site <http://www.tv12misiones.com.ar/> verificamos que há 81 horas de programação local por semana produzidas por agências ou produtoras independentes locais ou pelo próprio canal, de, aproximadamente, 154 horas de programação semanal. Sem muitas informações, o site é “pobre” e há pouco sobre o canal.

Há também o **Canal 6**, dirigido pelo jornalista Korge Kurrle, que também dirige a *radiomisiones*, o jornal impresso *seis páginas* e o site [www.noticiasdel6.com](http://www.noticiasdel6.com) (onde se pode assistir à televisão, ouvir ao rádio e acessar a versão impressa do jornal). Contudo, as informações obtidas ainda são limitadas ao gestor.



### Na Província de Tucumán<sup>14</sup>: Canal 8 e Canal 10

Os canais locais na província de Tucumán são dois: **Canal 8** e **Canal 10**. Um é de natureza privada e outro é de caráter público (porém recentemente se abriu ao capital privado). Ambos possuem programas produzidos localmente, entretanto são preenchidos majoritariamente por programas da região da capital do país, Buenos Aires.

O **Canal 8**<sup>15</sup> existe desde 1983. É vinculado ao conglomerado argentino Telefe. Na produção local possui cinco programas: *Sembrando Federal*, com temas relacionados ao campo; *División Noticias*, programa de notícias misto, que é como uma versão local do jornal televisivo de Buenos Aires do grupo Telefe; *A Las 7*, programa jornalístico da capital de Tucumán com notícias, entrevistas e informações gerais; *Elegidos*, programa musical com videoclipes e artistas ao vivo; *El Club de Los Recuerdos*, outro programa musical, mas focado em apresentação de vídeos e melodias dos anos 1950, 1960 e 1970. Apesar desses programas locais, a maior parte da grade do **Canal 8** é preenchida com os programas nacionais do grupo Telefe.

Como programas essencialmente locais, são destacáveis o *Sembrando Federal*, que tem grandes semelhanças com os programas gaúchos relacionados ao campo, e o *A Las 7*, programa de notícias majoritariamente pautado em questões locais e atravessado de imagens da província de Tucumán. Inclusive os jornalistas têm como pano de fundo certos pontos turísticos da capital, em determinados momentos do programa, assemelhando-se aos telejornais da RBS TV.

De acordo com levantamento de Patricio Dobal (2011)<sup>16</sup>, de Santa Fe, o **Canal 8** tem 18,3 horas de programação local semanal em, aproximadamente, 119 horas semanais. A província que mais teria produção local seria Córdoba, com 138 horas semanais, seguida de Buenos Aires, com 103 horas.

O **Canal 10** pertence à Universidade Nacional de Tucumán, mas atualmente tem parte do conteúdo gerenciado por empresa privada. Como tem participação de capital estatal majoritário, é vinculado ao Governo de Tucumán. Há pouco mais de um ano rompeu com o Grupo Clarín, que preenchia cerca de 80% da programação do canal.

---

<sup>14</sup> Embora a Província de Tucumán não faça fronteira com o Brasil, os dados coletados auxiliam no entendimento de como se constitui e organiza a tevê na Argentina.

<sup>15</sup> No link [http://www.youtube.com/watch?v=kGQLOSV\\_dF4](http://www.youtube.com/watch?v=kGQLOSV_dF4) podem ser observadas cenas rápidas da programação do canal 8. As cenas iniciais lembram muito os programas de caráter nativista do Rio Grande do Sul.

<sup>16</sup> <http://www.slideshare.net/patriciodobal/la-programacin-local-en-la-tv-del-interior>



Hoje, as programações nacionais vêm da TV Pública Argentina, que sofre oposição feroz do Grupo Clarín, e do C5N, Canal 5 de Notícias.

Os programas locais de maior destaque do **Canal 10** são: *TV Prensa*, programa jornalístico; o *Cacharpaya*, programa de resgate às raízes folclóricas do norte argentino e *Los Primeros*, similar ao *A Las 7* do canal 8. Além disso, já produziram uma série de boa repercussão nos anos 1980 e outra série chamada *Tucumanos*, que não repercutiu tanto. O canal cobre quase toda a província de Tucumán, além de boa parte das outras províncias do centro-norte e norte da Argentina.

O **Canal 10** também veicula o programa *Republica de Tucuman*<sup>17</sup>. Esse programa tem um formato humorístico e é muito comentado entre a população local. Ele tem como cenário as ruas de San Miguel de Tucumán e aborda somente assuntos da tradição da região (sotaque, vestimentas, culinária...) nortenha da Argentina, sempre de forma cômica e bem humorada.

Assim como o **Canal 8**, o **Canal 10** preenche a maior parte da grade com programas nacionais. Séries americanas (EUA) e telenovelas brasileiras também estão na programação. De acordo com Dobal (2011), o **Canal 10** tem 31 horas de programação local semanal, num total de 154 horas semanais.

## Considerações

No Brasil foi possível verificar que existem cinco emissoras principais que atingem a zona de fronteira. A programação destas é composta basicamente por telejornais e programas de entretenimento. Contudo, a emissora de maior destaque é a RBS TV, afiliada à Rede Globo, por isto o foco deste estudo recai sobre a emissora no caso brasileiro. Os programas voltados para o Rio Grande do Sul, que falam da região e do estado, são os telejornais. Mas, podem ser incluídos os seguintes programas de entretenimento: *Patrola*, *Galpão Crioulo*, *Vida e Saúde*, entre outros, que são programas voltados para conteúdos próprios da cultura gaúcha.

Na Argentina, verificou-se a presença de quatro emissoras nacionais, que através de afiliadas ou canais representantes, transmitem seu sinal para as províncias fronteiriças ao Rio Grande do Sul. A programação nacional destas é composta basicamente por programas de entretenimento e noticiários.

---

<sup>17</sup> Os episódios das últimas temporadas do *Republica de Tucuman* podem ser acessados em: <http://republicadetucuman.com/>



Nesta fase da pesquisa podemos perceber que todos os canais possuem uma parte da programação produzida localmente, mas, a grande maioria, dos espaços televisivos é ocupada por programas nacionais ou produtos audiovisuais importados pelos grandes grupos de comunicação, que controlam as redes televisivas. Fato que nos faz pensar sobre termos um modelo latino-americano de televisão, em oposição ao sistema nacional, que compra parte de seus produtos de países como Estados Unidos ou do continente europeu para veicular em suas emissoras afiliadas/filiadas. Além do produzir um modelo nacional standard, que possa ser transmitido para todos os estados e províncias sem marcas evidentes de regionalismo.

## Referências

BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. *In*: MALDONADO, Alberto Efendy *et al.* **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006.

CASSETTI, Francesco; CHIO, Frederico di. **Análisis de la televisión**: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Paidós: Barcelona, 1999.

CASTRO, Maria Lília. **Nos bastidores do entretenimento**: a ação promocional. Disponível em <[http://compos.com.puc-rio.br/media/gt11\\_maria\\_lilia\\_dias.pdf](http://compos.com.puc-rio.br/media/gt11_maria_lilia_dias.pdf)>. Acesso em 11 jul. 2011.

CONASS. **Progestores/Publicações**. Disponível em: <<http://www.conass.org.br/>>. Acesso em: 22 nov. 2010.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão**: ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2004.

HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 22 de dez. 2008.

IBOPE. Disponível em: <[http://www.almanaqueibopec.com.br/asp/busca\\_resultado.asp](http://www.almanaqueibopec.com.br/asp/busca_resultado.asp)>. Acesso em: 22 de dez. 2008.

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira. **Mídia regional**: gauchidade e formato televisual no Galpão Crioulo, RS. 2009. 232f. Tese (Doutorado em ciências da comunicação)-Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo. 2009a.

\_\_\_\_\_. A Gauchidade Midiática Televisual: enunciações de sentidos no Galpão Crioulo. *In*: FELIPPI, Ângela; NECCHI, Vitor (Orgs). **Mídia e Identidade Gaúcha**. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2009b.

MACHADO, Arlindo. **A televisão**: levada a sério. 2. ed. São Paulo: EdSenac São Paulo, 2001.



MARTÍN-BARBERO, Jesus. La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana. **Diálogos de la Comunicación**. S.n., 1987.

\_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1987 (1997).

\_\_\_\_\_; REY, Germán. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.

RUIZ, Olivia. **O ir e vir: as relações fronteiriças (México e EUA)**. Disponível em: <<http://www.oohodahistoria.ufba.br/03ruiz.html>>. Acesso em: 22 nov. 2010.

SALLES, Mauro. O Brasil e a televisão. In: MACEDO, Claudia; FALCÃO, Angela; ALMEIDA, Candido José Mendes de (orgs.). **TV ao vivo: depoimentos**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1997.

SILVEIRA, Ada Cristina Machado da; ADAMCZUK, Lindamir Ester. Indústrias culturais e faixa de fronteira no Brasil Meridional. **Revista de Geografia da UFC**. Fortaleza: UFC, 2004.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.