

OBITEL: uma experiência de estudo da ficção televisiva em rede colaborativa internacional

Maria Immacolata Vassallo de Lopes
(Universidade de São Paulo)
immaco@usp.br

Maria Cristina Palma Mungioli
(Universidade de São Paulo)
crismungioli@usp.br

1. Introdução

A finalidade deste trabalho é apresentar algumas das atividades desenvolvidas pela rede internacional de pesquisadores OBITEL (Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva) e principalmente alguns resultados, publicados no Anuário OBITEL 2012, da pesquisa realizada por essa rede em 2011 sobre a transnacionalização da ficção televisiva no espaço ibero-americano.

Contando atualmente com investigadores de doze países da América Latina e Península Ibérica, o OBITEL, desde sua fundação, em 2005, faz monitoramento e análise anual da produção, audiência e repercussão sócio-cultural dos programas ficcionais em televisão aberta produzidos nesses países. A partir da experiência internacional, no Brasil, constituiu-se a Rede de Pesquisadores de Ficção Televisiva Obitel-Brasil que desenvolve estudos qualitativos e quantitativos baseados em dados e informações dos Anuários OBITEL para análise de questões referentes à ficção televisiva no Brasil.

A ficção televisiva é considerada hoje um enclave estratégico para a produção audiovisual ibero-americana, tanto por seu peso no mercado televisivo como por seu papel na produção e reprodução das imagens que esses povos fazem de si e através das quais se reconhecem. Nesse contexto, a telenovela foi um fator determinante na criação de uma *capacidade televisiva nacional* que se projetou não só numa extensiva produção como também numa particular apropriação do gênero, isto é, sua *nacionalização*. Por isso, o Observatório volta sua atenção para a análise do contexto ficcional latino-americano e ibero-americano, mas também da mobilização do mercado mundial da ficção televisiva, por onde passam hoje os processos de *internacionalização* da ficção televisiva.

Atualmente, afirma-se que as "culturas viajam", expressão que enfatiza a grande mobilidade, as práticas de deslocamento tanto de pessoas como de ideias. E isso remete à dinâmica da importação-exportação intercultural que afeta profundamente a construção e reconstrução das culturas no cenário atual da globalização. As narrativas televisivas ocupam um papel central nesse processo, pois cada vez mais aumentam os fluxos de importação-exportação de teleficção entre os países. Verifica-se principalmente o aumento das coproduções concebidas

sobre um sentido multi ou transnacional porque destinadas ao consumo de diferentes audiências nacionais.

Mas, o que acontece dentro desses fluxos internacionais? A ficção televisiva está destinada a desintegrar-se enquanto gênero nacional? Por que certas histórias televisivas são sucesso internacional? O que faz com que elas migrem entre os vários continentes? Qual o papel da proximidade cultural entre certos países? E entre países que não são próximos culturalmente por que há compartilhamento cultural?

Enfim, essas e outras questões compõem um universo e podem ser consideradas como verdadeiros desafios aos quais as pesquisas do OBITEL procuram responder.

2. OBITEL - Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva

Desde a concepção do OBITEL, considerou-se a centralidade da produção de ficção televisiva no âmbito ibero-americano devido ao crescente interesse de diferentes países da região de fazerem aí confluir uma série de políticas de produção, troca e criação midiática, cultural, artística e comercial diferenciada, o que poderia levar à constituição de uma zona de referência geopolítica e cultural importante. Com base nesse cenário, o OBITEL realiza não apenas o registro quantitativo da produção de programas de ficção nos países integrantes da rede, mas também a análise de tendências de programação, de recepção da TV aberta e, desde 2010, a análise da recepção transmidiática da ficção televisiva.

Buscando inserir-se nesse cenário, o monitoramento realizado pelo OBITEL recai pelo menos em cinco dimensões do seu vasto objeto de análise: produção, exibição, consumo, comercialização e o fenômeno da “transmídiação”. A incorporação desta última revela o processo constante de observação e análise das transformações não apenas no espaço tradicional de produção e recepção de televisão, mas também em novos espaços de recepção/circulação dos produtos ficcionais de televisão. Esses novos espaços constituem-se como locus privilegiado para a observação tanto das interações e consequente produção de sentidos motivados pelas ficções televisivas como também das apropriações e produções de audiências cada vez mais envolvidas na cultura da participação (Shirky, 2011) caracterizando audiência criativa (Castells, 2009).

O objetivo principal é identificar através de estudo comparativo, tanto as semelhanças quanto as especificidades, tanto as adaptações como as apropriações entre diversas narrativas televisivas nacionais produzidas e exibidas na região. Trata-se propriamente de um estudo intercultural, com base no conceito de “proximidade cultural” e que permite trabalhar pontos como: identificar as representações que os diversos países fazem de si e dos outros, através de seu principal gênero televisivo; por meio de quais indicadores culturais constroem e reconstroem cotidianamente seus recursos identitários; dar uma visão de conjunto e aprofundada sobre a força cultural e econômica que a ficção adquiriu nas televisões desses países, demonstrada, por exemplo, pelo deslocamento dos programas norte-americanos do chamado *prime time* em cada país.

Cada equipe nacional, membro do OBITEL, pertence a uma instituição, universidade ou organismo público, que dá o aval institucional ao projeto. Em 2013, a rede de pesquisa Obitel é formada pelos seguintes pesquisadores que coordenam as equipes nacionais em instituições em seus respectivos países:

1. **Universidade de São Paulo, Brasil:** Maria Immacolata Vassallo de Lopes
Co-coordenadora Geral¹
2. **Universidad de Guadalajara, México:** Guillermo Orozco
Co-coordenador Geral
3. **Universidad Católica de Chile :** Valerio Fuenzalida e Pablo Julio
4. **Universidade de Coimbra, Universidade Católica Portuguesa, Portugal:** Isabel Ferin Cunha e Catarina Duff Burnay
5. **Universidad Autónoma de Barcelona, Espanha:** Charo Lacalle
6. **New York University, Estados Unidos:** Juan Piñon
7. **Universidad Nacional de General Sarmiento, Instituto Universitario Nacional del Arte, Argentina:** Gustavo Aprea e Monica Kirchheimer
8. **Universidad Católica del Uruguay:** Rosario Sánchez
9. **Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia:** Boris Bustamante e Fernando Aranguren
10. **Universidad Central de Venezuela:** Morella Alvarado
11. **CIESPAL, Quito, Equador:** César Herrera e Alexandra Ayala
12. **Pontificia Universidad Catolica del Peru, Lima, Peru:** Giuliana Cassano Iturri e James A. Dettleff.

Para os estudos efetuados em 2012, o Observatório contou com o apoio de institutos de medição de audiência, entre eles, IBOPE (Brasil), Time-IBOPE (Chile), IBOPE (Argentina, Colômbia, Uruguai), IBOPE-Time (Equador), IBOPE-AGB (México), Media Monitor Marktest Audimetria (Portugal), Kantar Media and Barlovento Comunicaciones (Espanha), Nielsen Media Research (Estados Unidos) e AGB Nielsen Media Research (Venezuela).

As pesquisas acerca dos processos de produção, consumo e circulação de ficção televisiva combinam abordagens quantitativas e qualitativas, sendo a metodologia comum objeto de aperfeiçoamento sistemático. Essa proposta possibilita estudos comparativos inéditos sobre a produção ficcional ibero-americana baseando-se em evidências empíricas de produção de conteúdos ficcionais em diferentes plataformas, gêneros, formatos, programações que, ao circularem, revelam processos de interculturalidade no espaço ibero-americano.

Para fazer frente a esse cenário, o plano de trabalho do OBITEL contém as seguintes ações:

- a) Fazer diagnóstico e analisar tendências da produção e da oferta de ficção televisiva em cada país participante, visando identificar modelos de representação de identidades nacionais;

¹ Desde sua fundação, o OBITEL recebe, no Brasil, apoio financeiro e de bolsas de Iniciação Científica e de Auxílio Técnico do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

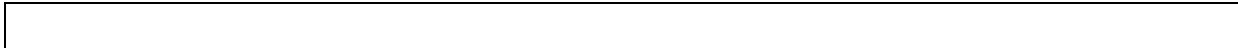
- b) Discutir a questão da interculturalidade a partir dos fluxos de produção e de recepção das ficções televisivas, visando promover a discussão da internacionalização do gênero dentro dos marcos da “proximidade” e do “compartilhamento” cultural;
- c) Avaliar o rumo das produções televisivas do ponto de vista da perspectiva intercultural promovida pelo gênero.

Entre seus principais objetivos estão:

1. *Gerar bancos de dados unificados* sobre produção e recepção de programas teleficcionais, de natureza quantitativa e qualitativa.
2. Firmar a *perspectiva teórica da interculturalidade* do gênero teleficcional para a definição de narrativas televisivas nacionais e regionais no mundo globalizado.
3. *Nutrir projetos de pesquisa* sobre a ficção televisiva, bem como produzir efeitos sobre a *produção* desse setor, além de contribuir para alavancar *políticas* para a televisão nesse segmento.
4. Publicar o *Anuário da Ficção Televisiva Ibero-americana* para distribuição em todos os países sócios do Observatório .

Os resultados são publicados no Anuário OBITEL, editado em português, inglês e espanhol e distribuído gratuitamente em meio impresso e digital ² por intermédio de parceria entre o Globo Universidade da Globo e o Centro de Estudos de Telenovela da USP (CETVN).

Figura 1 – Capas dos Anuários OBITEL – 2006 a 2012



² Disponível em: <http://OBITEL.net/>.



Enfim, pode-se dizer que o acompanhamento da série histórica publicada no Anuário OBITEL auxilia não só pesquisadores que se dedicam ao tema, mas também profissionais e agentes de políticas, uma vez que possibilita acesso ao retrato, percurso e implicações que a ficção televisiva vem revelando na Ibero-América ao longo dos anos.

3. Transnacionalização da Ficção Televisiva Ibero-Americana³

A ficção televisiva, juntamente com o gênero informativo, é o produto televisivo que historicamente tem merecido a atenção por parte de estudiosos de disciplinas díspares, com perspectivas particulares, acumulando uma bibliografia importante, objeto de publicações especializadas. Atualmente, parte dessa bibliografia se dedica ao debate do fenômeno da produção ficcional que atravessa fronteiras culturais e linguísticas. Um traço comum às mais recentes pesquisas de recepção é o descobrimento da natureza negociada de toda comunicação e da valorização da experiência e da competência produtiva dos receptores. Esta se ancora em uma operação de *apropriação*, ou seja, em ativação da competência cultural, da socialização da experiência criativa e do reconhecimento das diferenças. Enfim, daquilo que fazem os *outros* - outras classes, outras etnias, outros povos, outras gerações. Isso implica que a afirmação de uma identidade se fortalece e se recria na comunicação - encontro e conflito - com o outro.

³ Os resultados aqui apresentados remetem à Parte I “Síntese Comparativa dos Países Ibero-Americanos em 2011”, do livro *Transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos: Anuário Obitel 2012*.

No contexto dos sistemas de comunicação, o transnacional permite observar uma nova configuração em que *players* emergentes redimensionam a ideia de uma totalidade global midiática, baseada na hegemonia dos fluxos de programação provenientes dos Estados Unidos. Em particular, a existência de uma indústria de televisão robusta dentro do espaço ibero-americano é produto de um conjunto de fatores em que as preferências das audiências possuem um papel fundamental. Guiadas pelo “culturalmente próximo” (La Pastina e Straubhaar, 2005), tais preferências possibilitam reconhecer o efeito do regional no nacional ou local. O regional delineado pelas trajetórias comuns, tanto históricas, culturais, linguísticas e religiosas dos países ibero-americanos que caracterizam o mercado “geo-cultural-linguístico” (Sinclair, 2004). É sob esse enfoque que conduzimos os tópicos a seguir.

2.1 Ficção Televisiva: identidade e transnacionalização

O destaque à especificidade de uma sociedade que se exprime nas tendências da produção televisiva remete ao conceito de gênero como *categoría étnica* (Appadurai) e *matriz cultural* (Martín-Barbero). Significa conjugar dois aspectos do problema dos gêneros: o primeiro, clássico, que situa o gênero como conjunto de regras de produção discursiva, segundo o qual o melodrama segue os movimentos próprios das sociedades e dos campos culturais específicos de cada país. O segundo considera que o gênero é igualmente definido pela maneira pela qual um conjunto de regras se institucionalizam, se codificam, se tornam reconhecíveis e organizam a *competência comunicacional* de produtores e consumidores.

Definir o gênero como *categoría étnica* é avançar na percepção do vínculo social que se reafirma pela televisão o que permite seu funcionamento como dispositivo de amplificação em uma comunidade de significações, a *comunidade imaginada e narrada*.

O processo de globalização, ao mesmo tempo em que confunde o campo de competência dos territórios-nações, introduz um elemento de fragilidade nas marcas de identidade cultural construídas historicamente (Canclini, 2007). A diferença cultural, como uma identidade histórica e geograficamente constituída, é submetida à tensão pela norma da competitividade introduzida no mercado de bens culturais e pela forte tendência da conquista de público externo. Assim, a transgressão de fronteiras nacionais é também a transgressão de universos simbólicos.

Estudos sobre os sistemas televisivos que procedem à avaliação dos modos de produção por meio do cálculo de rentabilidade no mercado internacional têm demonstrado que o melhor desempenho é daquele que impõe um *saber-fazer* do qual outros se apropriam. A autoridade do *saber fazer* impõe-se como estilo e a autoridade do estilo é sua capacidade de bom desempenho, ou seja, sua superioridade nos mercados.

Aludimos, portanto, a desafios que se colocam no mercado televisivo cada vez mais hegemonizado, mas também fragmentado e segmentado em sua produção e consumo e progressivamente complexificado pelo aparecimento de novos atores sociais e novas identidades coletivas. Esse é o cenário contemporâneo da ficção televisiva, fruto da crescente

mobilidade de ideias, bens e pessoas. Nesse cenário, coexistem processos ambivalentes como a tendência a dissolver as diferenças culturais e a indiferenciação das audiências, por um lado, e por outro, a tendência à migração e à afirmação em outros territórios de um *gênero regional*, como as telenovelas latino-americanas.

2.2. Tema do Ano - Anuário OBITEL 2012: a *transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos*

Em função de sua importância e mesmo em razão de sua própria perspectiva intercultural, o OBITEL elegeu como tema do ano de 2011 a *transnacionalização da ficção televisiva nos países ibero-americanos* objetivando realizar um mapeamento das características dos fluxos transnacionais no âmbito dos 11 países participantes.

O estudo se pautou pela análise do tema nas três instâncias nas quais incide o transnacional: a indústria, os conteúdos e os fluxos e audiências. A primeira enfatizou o transnacional “atrás” da tela, em que cada país apresentou dados referentes à propriedade das emissoras de TV. A segunda perspectiva abordou o transnacional “na” tela, ressaltando, nas dez ficções com maiores audiências, o local de origem das histórias, a internacionalização do elenco e locações das produções. Por fim, foi analisado o transnacional “para além” das telas; perspectiva na qual surgem os fluxos da importação e exportação de produtos de ficção.

A transnacionalização da indústria da ficção, em especial da telenovela, propicia múltiplos nexos e negociações entre empresas do setor. Cada vez mais, é comum que países do âmbito OBITEL recorram: (1) à adaptação de conteúdos que tiveram êxito em outros países, destacando-se o papel da Argentina e da Colômbia como produtores para países hispânicos, e do Brasil, em relação a Portugal; (2) à constituição de elencos multinacionais como estratégia comercial; (3) ao estabelecimento de modelos de coprodução para realização ou adaptação de ficções; e (4) ao financiamento e criação de centros de produção fora dos países de origem.

Estudar o fenômeno da transnacionalização da ficção televisiva, baseado na primeira perspectiva acima, possibilita observar, ao mesmo tempo, o importante grau de desenvolvimento no âmbito ibero-americano, e as variantes notáveis entre os países, pois coexistem países eminentemente exportadores, como Brasil, México, Argentina, Colômbia, Espanha e Estados Unidos, com países como Portugal, Chile, Uruguai, Venezuela e Equador, voltados praticamente a seus mercados internos. Parte dos processos de transnacionalização observados no âmbito OBITEL são resumidos a seguir.

No **Chile**, a ficção dirige-se essencialmente ao mercado interno, não só em termos de produção, mas também de recursos humanos, já que praticamente todos os que participam de sua indústria de ficção (produtores, escritores, artistas etc.) são chilenos. O mesmo fenômeno ocorre no **Equador**, no **Uruguai** e na **Venezuela**, onde inexiste propriamente um processo de transnacionalização. Entre esses países, destaca-se o caso da Venezuela, outrora grande exportadora de ficção e que hoje surge como grande importadora. São países que se caracterizam como importadores de conteúdos televisivos, fato que leva algumas de suas redes e produtoras a fazerem alianças de distribuição, pois sua produção nacional não preenche as grades de programação. Nesse cenário, as grandes indústrias encontram nesses

países um mercado para distribuição de seus produtos, como fazem em especial a mexicana Televisa com Equador e Venezuela, e a brasileira Globo com Uruguai.

Um caso especial é **Portugal**, que, apesar de ter mais de 30 anos na produção e exportação de séries e telenovelas, não conseguiu constituir-se como indústria exportadora, possuindo um modelo de negócios dirigido ao mercado interno. Um dos limites apontados é a língua portuguesa, que, diferentemente do espanhol ou inglês, tem um mercado geo-linguístico mais limitado. A indústria portuguesa tem procurado adentrar outros mercados, como África ou Europa do Leste. Contudo, esses fluxos são assimétricos e descontínuos. Características perfeitamente aplicáveis dentro do âmbito OBITEL, uma vez que países como Brasil e México conseguiram criar estratégias de transnacionalização que, pelo menos no âmbito ibero-americano, conseguiram enfrentar o domínio global dos Estados Unidos no mercado da ficção.

O **Brasil** começou o processo de transnacionalização nos inícios dos anos 1970. Desde então, a Globo assumiu a posição de importante exportadora de ficção televisiva, condição conquistada pela alta qualidade técnica e narrativa de suas ficções, quesito a diferencia, por exemplo, do modelo mexicano, que apresenta conteúdo mais clássico e conservador e que, nos últimos anos, tem poupado recursos na produção de ficção.

O atual estágio do processo de transnacionalização da ficção televisiva brasileira é resultado de uma trajetória histórica que se sustentou na criação e no fortalecimento de um robusto mercado interno. Contudo, a principal característica da ficção brasileira, do ponto de vista comercial, é aliar aspectos de inovação temática e narrativa à dimensão cultural, uma vez que não se renuncia a características que fizeram da *novela* um gênero nacional, de fato. Pelo contrário, enfatiza-as e matiza-as, visando adaptá-las aos variados gostos nacionais e internacionais. As estratégias de internacionalização atuais da Globo caracterizam-se por coproduções com Portugal (SIC), com os Estados Unidos (Telemundo) e com o México (TV Azteca), destinadas, respectivamente, à distribuição nos mercados internacionais de línguas portuguesa e hispânica. Dentro desse modelo têm tido êxitos *remakes* de sucessos nacionais, como *O Clone*, *Dancin' Days* e *Fina Estampa*.

O **México**, nos últimos tempos, visando competir pelos mercados externos tem sacrificado tanto a qualidade de suas ficções quanto o sentido de proximidade que historicamente mantinha com suas audiências. Essa urgência pelo “externo” tem raízes na vizinhança com os Estados Unidos, uma vez que, além de compartilharem fronteira geográfica, o elemento que potencializa a transnacionalização da ficção mexicana é a população hispânica daquele País. Esta, diferentemente de outros grupos, mantém-se fiel ao consumo de produtos culturais em sua língua materna. Assim, o crescimento da população hispânica, tanto em número quanto em poder aquisitivo, não passa despercebido nem para as empresas estrangeiras, nem para os produtores de ambos os lados da fronteira e nem para as agências de publicidade estadunidense.

Os **Estados Unidos** constituem um caso muito interessante de estudo acerca da complexa e assimétrica relação que provocam os fluxos de pessoas, capitais, tecnologias, mídias e ideias

no espaço ibero-americano. A indústria teleficcional estadunidense funciona como um nó sociocultural-midiático articulando muito particularmente a latinidade. Historicamente, a entrada dos Estados Unidos na indústria teleficcional dirigida ao público latino iniciou-se nos anos 1960, quando Televisa (México) produzia e exportava conteúdo para esse mercado. Esse modelo sofreu mudança com a criação das primeiras empresas norte-americanas de televisão dedicadas a latinos nos Estados Unidos, entre elas Univisión e Telemundo. Desde 1987, Televisa e Univisión mantêm acordo, válido até 2025, segundo o qual a Televisa deve fornecer conteúdos exclusivos destinados ao público hispânico da Univisión. Esta, por sua vez, remunera a Televisa conforme a audiência atingida no mercado estadunidense. Trata-se de um claro exemplo de como ocorrem processos de transnacionalização entre um país com indústria forte e outro com indústria emergente. Acrescente-se que as redes latinas dos Estados Unidos passaram a produzir ficções próprias, algumas com tanto sucesso quanto as provenientes de países latino-americanos. Evidentemente, essa configuração plural de um modelo transnacional televisivo de sucesso deve-se fundamentalmente ao fato de que hoje a população latina nos Estados Unidos ultrapassa 50 milhões de pessoas (16,7% da população), constituindo-se como grupo demográfico de maior crescimento no País.

A **Espanha** vem desenhando, desde 2000, um modelo de comercialização que em 2011 registrou aumento de 46,7% nas vendas para o exterior. Esse segmento já representa aproximadamente 25% do faturamento das produtoras, com maior concentração de vendas na América Latina. Nesse cenário, buscando potencializar as exportações, a maior produtora espanhola de ficção, a Globomedia, uniu-se, em 2011, a Newen Network, principal rede exportadora de formatos televisivos da Europa. O objetivo é transformar a ficção televisiva espanhola em referencial de consumo também no continente europeu concorrendo com outras indústrias, como a mexicana e a brasileira, que há tempos exportam para essa região, principalmente para a Europa do Leste. A Espanha também tem explorado novos caminhos, acionando diversas estratégias de produção como, por exemplo, a externa, a coprodução e a colaboração em projeto internacional em troca do direito de transmissão. O modelo mais exitoso até agora foi o de coprodução de séries como *La Reina del Sur* e *Amar en Tiempos Revueltos*. Destaque-se que esta última foi uma coprodução entre o canal La 1 e Telefonica, operadora de telecomunicações, que adquiriu os direitos de vendas para o exterior e para os canais pagos e, em troca, investe na rede espanhola três milhões de euros por ano. Essa quantia, vital para a continuidade de investimento em produção de ficção, representa um modelo pouco explorado em países do âmbito OBITEL.

Embora exista uma clara concentração do capital nacional nas indústrias de ficção, é cada vez mais comum que os países apresentem *estratégias diferenciadas de coprodução ou de cofinanciamento de séries e telenovelas com outros países*. A tendência mais clara nesse sentido é observada em países como Chile, Venezuela, Uruguai, Equador e Portugal, que começam a explorar modelos de coprodução como estratégia para fortalecer seus mercados e indústrias. Não obstante, esse mesmo fenômeno também vem adquirindo relevância entre os países produtores, como Brasil, México, Argentina, Colômbia, Estados Unidos e Espanha, que têm adotado diferentes estratégias de coproduzir e vender seus produtos não apenas entre si, mas também para outros países (não OBITEL). Nesse contexto, assinala-se o que ocorre na

Argentina e na Colômbia que, nos últimos anos, vêm se tornando criadores de formatos para o mercado ibero-americano. Suas telenovelas e séries são replicadas (adaptadas) na maioria dos países OBITEL, com exceção do Brasil que conta com uma indústria forte e autônoma.

Na **Argentina**, a transnacionalização não é medida pela presença de capitais estrangeiros na produção de suas ficções, mas pela venda de formatos, roteiros e estoque de produção. Um dos pilares desse sucesso é a comercialização direta de seus conteúdos feita pelos dois canais com mais peso e visibilidade (Telefé e El Trece), obtendo maior rentabilidade.

A **Colômbia** apresenta vertiginoso processo de transnacionalização com a conjunção de estratégias próprias de comercialização e acordos com empresas internacionais, de modo muito similar ao modelo espanhol. Isso levou à comercialização de ficções para toda a Ibero-América e também à realização de coproduções com uma das maiores indústrias de entretenimento, a Walt Disney (telenovela *La Baby Sister*). Outro ponto forte desse modelo é a transformação de telenovelas em franquias, gerando receitas consideráveis pela cessão de direitos. Entre as telenovelas-franquia estão: *Betty, la Fea*, *Café con Aroma de Mujer*, *En los Tacones de Eva* e *La Hija del Mariachi*.

Em síntese, a transnacionalização da ficção televisiva entre as indústrias nacionais dos países OBITEL apresenta graus distintos de intensidade e diversidade de estratégias. Países como Equador, Venezuela e Uruguai têm baixa capacidade como indústria, uma vez que mais de 50% das dez ficções mais vistas no país são compostos por produtos estrangeiros. De outro lado está o Brasil, onde a Globo possui modelo que adota uma nítida distinção entre mercado interno e transnacional. Suas coproduções com Telemundo, TV Azteca e Portugal apresentam estratégias diversas além da característica comum de serem distribuídas exclusivamente no mercado internacional.

Em relação aos *Top Ten* 2011, o **Chile** conseguiu despontar como indústria ao compor as dez maiores audiências com produtos locais. Os **Estados Unidos** mantiveram grande dependência em relação às produções do México, porém, ao mesmo tempo, aparecem na coprodução de conteúdos. Cabe destacar ainda que **México, Colômbia, Argentina e Espanha** continuam mostrando solidez em suas indústrias nacionais com menos de 20% dos dez programas mais vistos compostos por produtos estrangeiros.

Destaque-se que nos dois grandes países produtores do âmbito OBITEL, México e Brasil, não existem propriamente empresas distribuidoras para exportação e, quando existem, são operadas pelas próprias organizações, como no caso das anteriormente citadas Televisa, Globo e, mais recentemente, Telemundo (de Miami) e NCR da Colômbia.

O quadro abaixo resume o fluxo de importação e exportação das 10 ficções mais vistas em 2011 nos países OBITEL.

Quadro 1. Fluxos televisivos e proximidade cultural e lingüística entre os *Top Ten* 2011

País	Países de onde se importou algum Top Ten	Países para onde se exportou algum Top Ten
Argentina	México, Colômbia, Brasil	México, Colômbia, Venezuela, Equador, Uruguai, Estados Unidos, Chile, Brasil.
Brasil	-----	México, Argentina, Colômbia, Venezuela, Equador, Uruguai, Chile
Chile	-----	-----
Colômbia	México, Estados Unidos, Chile	Argentina, Colômbia, Venezuela, Equador, Uruguai, Estados Unidos, Chile
Equador	México, Brasil, Colombia, Argentina	-----
Espanha	México, Colombia y Estados Unidos	México, Colômbia, Estados Unidos
Estados Unidos	-----	México, Equador, Venezuela
México	Argentina, Colombia, Estados Unidos	Argentina, Colômbia, Venezuela, Equador, Uruguai, Estados Unidos, Chile
Portugal	Brasil	Brasil
Uruguai	Brasil, México, Argentina	-----
Venezuela	México, Brasil, Colômbia, Argentina	-----

Parece claro, nesses fluxos de transnacionalização, que as trocas entre países ocorrem, majoritariamente em função da estreita relação entre nações que compartilham fronteiras, o que tende a alavancar trocas culturais e comerciais intensas. Nesses casos estão Estados Unidos e México; Colômbia e Venezuela; e Uruguai e Brasil. Contudo, as regiões linguísticas e “a proximidade cultural” também são marcos de relações e dinâmicas particulares entre determinados países, como são os casos de Brasil e Portugal (países lusófonos) e de todos os demais países hispânicos. Sobretudo, nota-se que a presença dos exportadores tradicionais de

ficção televisiva na área ibero-americana continua desempenhando papel importante no cenário de proximidade geo-linguística e de fluxos migratórios intensos. São as presenças de Brasil, México e, mais recentemente, Estados Unidos: o Brasil, com a Globo; o México, com a Televisa; e os Estados Unidos, com a produção de Miami e a coprodução de Hollywood (Disney, Nickelodeon, MTV, HBO).

Considerações finais

Face ao exposto, consideramos que entender transnacionalização de conteúdos, é compreender processos de cada país frente ao contexto regional/internacional e neles observar dinâmicas de diversas naturezas – econômica, social, cultural, política - que marcam suas televisões e, especificamente, as ficções televisivas. Essas dinâmicas constroem-se a partir das injunções entre o local, o regional e o global, que constituem nada mais do que a *perspectiva intercultural* adotada pelo Obitel.

Nesse sentido, a transnacionalização da ficção televisiva deve ser continuamente foco de atenção, uma vez que os processos de circulação dos produtos ficcionais se apresentam como peças-chave no contexto comunicacional contemporâneo. Contexto em que, cada vez mais, as indústrias criativas devem enfrentar uma série de transformações desencadeadas pelas novas formas de ver e consumir ficção – televisa ou não. A dinâmica dessas transformações aponta para um quadro que desafia modelos e estratégias de produção, distribuição e consumo de ficção e que demanda também do pesquisador a construção de modelos teóricos e metodológicos que façam frente à complexidade das relações entre essas instâncias. É com esse espírito que a rede OBITEL de pesquisadores da ficção televisiva tem se proposto a investigar não apenas temas tradicionais do cenário televisivo, mas principalmente temas emergentes, como os desafios da transnacionalização e da interculturalidade.

Referências

- CANCLINI, N. (2007). *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras.
- CASTELLS, M. (2009) *Communication power*. New York: Oxford University Press.
- LA PASTINA, A. C.; STRAUBHAAR, J. D. (2005). Multiple proximities between television genres and audiences: the schism between telenovela's global distribution and local consumption. *International Communication Gazette*, v. 67, n. 3, p. 271-288.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2012). *OBITEL 2012: Transnacionalização da ficção televisiva nos países Ibero-americanos*. Porto Alegre: Sulina. Disponível em: <http://obitel.net/anuario>.
- SHIRKY, C. (2011). *A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar.
- SINCLAIR, J. (2004) Geo-linguistic region as global space: the case of Latin America. In: R. Allen and A. Hill (Eds.). *The television studies reader*. London and New York: Routledge.
- STRAUBHAAR, J. (1991) Beyond media imperialism: asymmetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, 8.

Publicações do OBITEL

- LOPES, M. I. V. de; VILCHES, L. (Orgs.) (2007) *Culturas y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica. Anuário OBITEL 2007*. Barcelona: Gedisa.
- LOPES, M.I.V. de; VILCHES, L. (Orgs.) (2008). *Mercados globais, histórias nacionais. Anuário OBITEL 2008*. São Paulo: Ed. Globo.
- LOPES, M.I.V. de; VILCHES, L.(Orgs.). (2008) *Global markets, local stories. OBITEL Yearbook 2008*. São Paulo: Ed. Globo.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2009) *A ficção televisiva em países ibero-americanos: narrativas, formatos e publicidade. Anuário OBITEL 2009*. São Paulo: Ed. Globo.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2009). *La ficción televisiva en Iberoamérica: narrativas, formatos y publicidad. Anuário OBITEL 2009*. Guadalajara: Ediciones de la Noche.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2009). *Television fiction in Ibero-America: narratives, formats and advertising. OBITEL Yearbook 2009*. São Paulo: Ed. Globo.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2010). *Convergências e transmediação da ficção televisiva. Anuário OBITEL 2010*. São Paulo: Ed. Globo.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2010). *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva. Anuário OBITEL 2010*. São Paulo: Ed. Globo.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2011). *Qualidade na ficção televisiva e participação transmediática das audiências. Anuário OBITEL 2011*. São Paulo: Ed. Globo.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2011). *Calidad de la ficción televisiva y participación transmediática de las audiencias. Anuário OBITEL 2011*. São Paulo: Ed. Globo.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2011). *Quality in television fiction and audiences transmedia interactions. OBITEL Yearbook 2011*. São Paulo: Ed. Globo. Disponível em: <http://obitel.net/anuario>
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2012). *Transacionalização da ficção televisiva nos países Ibero-americanos. Anuário OBITEL 2012*. Porto Alegre: Sulina. Disponível em: <http://obitel.net/anuario>.
- LOPES, M. I. V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2012). *Transnacionalización de la ficción televisiva en los países Iberoamericanos. Anuário OBITEL 2012*. Porto Alegre: Sulina, 2012. Disponível em: <http://obitel.net/anuario>.
- LOPES, M.I.V. de; OROZCO GÓMEZ, G. (Orgs.) (2012). *Transnationalization of television fiction in the Ibero-American countries. OBITEL Yearbook 2012*. Porto Alegre: Sulina, 2012. Disponível em: <http://obitel.net/anuario>.