



## **Programação televisiva na Bolívia: a importância da telenovela para as principais emissoras do país<sup>1</sup>**

Ana Paula Silva Ladeira Costa<sup>2</sup>  
Universidade Federal Fluminense  
Anamaria Fadul<sup>3</sup>  
Intercom

### **Resumo**

Desde a chegada da televisão na Bolívia, em 1969, a telenovela se constitui como um dos principais gêneros televisivos exibidos nas emissoras do país. Apesar do aumento da produção televisiva local nos últimos anos, as telenovelas provenientes principalmente do Brasil, Colômbia, Venezuela e México continuam ocupando os horários nobres e adquirindo altos índices de audiência. Através da análise da grade de programação dos quatro mais importantes canais de televisão bolivianos, é possível avaliar a importância da telenovela diante dos outros gêneros. Apresentam-se, também, dados relativos à audiência televisiva na cidade de Santa Cruz de la Sierra através dos quais é possível verificar quais são as emissoras mais assistidas e estabelecer comparações entre a audiência da telenovela e de outros gêneros e formatos televisivos.

### **Palavras-chave**

Telenovela; Bolívia; Televisão; Grade de programação; Audiência;

### **Introdução**

Para se compreender a programação televisiva boliviana e a razão das principais emissoras abrirem um considerável espaço para o gênero telenovela, é necessária uma análise sobre o panorama no qual ela se configurou, quais as peculiaridades e preferências do público telespectador e as dificuldades econômicas enfrentadas por estas empresas.

O surgimento da televisão na Bolívia data de 1969, período em que o país enfrentava a ditadura militar. Interessado em silenciar as rádios mineiras que lutavam pelo direito dos trabalhadores, o governo do país implantou esta tecnologia, que já havia sido instalada na maioria dos países vizinhos. O advento da televisão na Bolívia é tão tardio, que neste período o México já exportava algumas telenovelas para outros países da América Latina. Somado a isto, as primeiras emissoras do governo possuíam equipamentos tão obsoletos, que as dificuldades técnicas dificultavam a produção de programas televisivos locais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Audiovisual, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pela UFF; Mestre em Comunicação pela Umesp, especialista e bacharel em Comunicação Social pela UFJF. Endereço eletrônico: anapaulasc@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora e Pesquisadora de Mídia Global e Regional e Presidente do Conselho Curador da Intercom. Endereço eletrônico: anafadul@uol.com.br



Por este motivo, desde o início a programação televisiva boliviana foi marcada pela transmissão de produções advindas de outros países, especialmente dos Estados Unidos e México. Naquele período, cerca de 80% da programação do primeiro canal, da Empresa Nacional de Televisión Boliviana, era preenchida por filmes norte-americanos, telenovelas e programas de variedades. (RIVANEDEIRA PRADA, TIRADO CUENCA: 1986, p. 79).

Até o ano de 1973, a televisão boliviana permaneceu nas mãos do governo e o monopólio estatal só foi rompido quando as universidades foram autorizadas também a transmitir os sinais. Neste período, estruturou-se o Sistema Integrado de Televisão Universitária, formada por oito canais em todo território nacional – em La Paz, Santa Cruz de la Sierra, Tarija, Cochabamba, Oruro, Sucre, Potosí e Trinidad. No entanto, isso não garantiu ao público telespectador uma programação independente do controle do governo. A ocupação das universidades e de seus respectivos canais pelos militares “colocou os canais universitários sob o estreito controle do Ministério do Interior e reduziu enormemente a sua relativa independência”, explica Elizabeth Fox (1989: p.203. Tradução nossa)<sup>4</sup>.

Numa programação de apenas cinco horas diárias, transmitida das 18h às 23 horas até o ano de 1975, havia o predomínio de programas estrangeiros.

Entre os programas estrangeiros desse tempo destacam-se, dentro dos gêneros jornalísticos, *Panorama Italiano*, *Panorama Francês*; nos gêneros dramáticos, a telenovela *La Caldera del Diablo*; em séries de aventuras, *Los invasores* y *Rin Tin-Tin*; nos gêneros de mistério, *Sombras Tenebrosas* o *la Hora de Hitchcock*; no gênero policial, *Los Intocables*, *El Santo*, *Misión Imposible* e *Ironside*; no gênero de ciência e ficção, *Viaje a los Estrellas* e, no gênero humorístico, *Los tres Chiflados* e *La Familia Monster*. Como se percebe, todos esses programas - os mais importantes de então - eram de procedência norte-americana. Nos gêneros musicais distinguiam-se as produções argentinas; nos educativos, os cursos de inglês, francês e alemão e, finalmente, no gênero infantil, *El pájaro Loco*, *Mister Magoo*, *Dick Tracy* e *Plaza Sésamo*. (TORRICO VILLANUEVA, HERRERA MILLER, PINTO SARDÓN, 2000, p. 44)

---

<sup>4</sup> Texto original: “La subsiguiente ocupación de las universidades y la designación de rectores militares por parte de García Meza situó los canales universitarios bajo el estrecho control del Ministerio del Interior y redujo enormemente su relativa independencia.”



Com relação aos programas produzidos no país, havia uma grande variedade de gêneros, com exceção das telenovelas:

Com relação aos programas de produção nacional, apesar de sua baixa porcentagem em relação aos importados, tinha-se produções de grande parte dos gêneros e formatos televisivos, menos os dramáticos. Os recursos humanos responsáveis por essa produção pertenciam ao quadro permanente do canal 7, provinham do teatro, da pintura, da música popular e folclórica, da radiodifusão, e em algum caso particular, eram jornalistas com estudos no estrangeiro. (TORRICO VILLANUEVA, HERRERA MILLER, PINTO SARDÓN, 2000, p.45)

A década de 1980 foi marcada pela proliferação de canais privados, que começaram a transmitir ilegalmente seus sinais, reclamando liberdade de expressão e o fim do monopólio governamental. Num período de aproximadamente seis anos, surgiram cerca de 70 canais, o que também não garantiu um considerável aumento de produções televisivas nacionais. Em uma pesquisa realizada pelo Ipal, Instituto de Pesquisa para a América Latina, no ano de 1988, na programação estrangeira exibida nos canais bolivianos, os gêneros mais transmitidos eram filmes, seriados e teledramas. Observou-se que 74% da grade de programação seria de procedência estrangeira e que, desta porcentagem, 27,5% seria ocupada por filmes, 26,1% por teledramas e também 26,1% por seriados (MEDINA: 2004, p.391).

Nas duas últimas décadas, a mídia boliviana assistiu ao aumento do número de jornais, rádios e à consolidação das principais emissoras televisivas comerciais do país. Erick Torrico Villanueva, Karina Herrera Miller e Esperanza Pinto Sardón (2000: p. 51), contudo, ainda não reconhecem muitas mudanças na programação das emissoras bolivianas nesta nova fase.

A relação entre proliferação de canais de televisão e produção nacional não tem trazido consigo - como já foi dito - um balanço positivo para esta última; pelo contrário, a multiplicação acelerada da quantidade de empresas de televisão tem favorecido quase exclusivamente o comércio importador de produtos televisivos da Argentina e Venezuela, do Peru, Brasil, México e, lógico, dos Estados Unidos. (TORRICO VILLANUEVA; MILLER, PINTO SARDÓN, 2000, p.52-53).

São praticamente quatro canais de sucesso no país, que seguem importando a maior parte da programação exibida. Estes canais são de propriedade de quatro grandes grupos, que possuem investimentos em vários tipos de negócios, que vão desde jornais e emissoras de rádios até supermercados, empresas de telefonia, cervejarias e bancos financeiros.



Apesar desta diversidade dada pela presença de um canal estatal, de canais universitários, canais privados e outros confessionais, o sistema televisivo boliviano começa, durante a década de 1990, um caminho em direção ao oligopólio e à configuração de redes controladas por uns poucos atores que concentram uma alta porcentagem da oferta televisiva e, ao mesmo tempo, repartem grande parte dos investimentos em publicidade. (MEDINA, 2004, p.389. Tradução nossa)<sup>5</sup>

Observa-se, portanto, que a mudança dos principais atores no panorama televisivo boliviano não garantiu transformações consideráveis na programação ou na produção televisiva boliviana. Os gêneros consolidados já na década de 1970 como telenovelas, filmes e seriados estrangeiros ainda ocupam os principais horários e garantem os mais altos índices de audiência para as emissoras:

A categoria telenovela que é a que ocupa maior *rating* de audiência nacional, corresponde sempre a produções estrangeiras, especialmente de origem mexicana e brasileira. [...] A programação de fim de semana prescinde das telenovelas. No lugar destas, porém, satura a oferta de seriados e filmes de procedência norte-americana. (TORRICO VILLANUEVA, MILLER, SARDÓN, 2000, p.54)

A partir deste cenário, pretende-se analisar as preferências dos telespectadores e as grades de programação das quatro principais emissoras televisivas do país. Desta maneira, torna-se possível traçar o espaço e a importância dada à telenovela pelas emissoras e pelo público telespectador. O período analisado foi o mês de julho de 2007 e as emissoras observadas são Unitel, Red Uno, ATB e Bolivisión, que alcançam maior projeção nacional.

### **A centralidade da Telenovela**

Entre as principais particularidades da programação televisiva boliviana, a divisão dos horários nobres é a principal delas. Consideram-se três horários nobres na Bolívia: 14h às 15h; 19h às 20h e 21h às 22h. A grade de programação das quatro emissoras analisadas é horizontal, o que garante a exibição dos mesmos programas de segunda a sexta-feira e, conseqüentemente, uma estrutura favorável à transmissão de telenovelas.

---

<sup>5</sup> Texto original: “Pese a esta diversidad dada por la presencia de un canal estatal, canales privados y otros confesionales, el sistema televisivo boliviano comienza durante la década de 1990 un camino hacia el oligopolio y la configuración de redes controladas por unos pocos actores que concentran un alto porcentaje de la oferta televisiva y, al mismo tiempo, se reparten gran parte de los ingresos por publicidad”.



No período analisado, as quatro principais emissoras totalizavam 22 telenovelas distribuídas, em todos os casos, entre os horários de maior audiência de cada uma delas. A primeira telenovela era exibida às 5h30 e a última às 21h, todas importadas de emissoras e produtoras latino-americanas, especialmente da Venezuela, Colômbia, Brasil e México. Além das telenovelas, há um predomínio de seriados e filmes estrangeiros em algumas emissoras.

Através do quadro abaixo, é possível situar a importância da telenovela diante de outros programas televisivos exibidos nos canais locais. Observa-se, por exemplo, que ATB e Red Uno exibem entre 30 e 40 horas semanais de telenovelas. Já as emissoras Bolivisión e Unitel dão maior importância à transmissão de telejornais. No entanto, todas elas exibem telenovelas durante os três horários nobres do país.

#### Quadro 01

Número de exibições de Telenovelas, Filmes, Telejornais e Séries por semana pelos canais de maior audiência (Em Números Absolutos)

Gênero de Programa	<b>A.T.B.</b>	<b>Bolivisión</b>	<b>Red Uno</b>	<b>Unitel</b>
Telenovela*:	35	15	41	20
Filme:	15	5	9	38
Telejornal:	15	20	36	30
Série:	21	11	10	22

\* Número de capítulos transmitidos

A importância que se dá à telenovela reside em dois motivos: o primeiro deles é o fato das emissoras bolivianas não possuírem capital suficiente para produzirem teledramaturgia e ampliarem a programação nacional. Somado a isto, o público telespectador já teria se habituado aos melodramas, fato demonstrado através dos índices de audiência destes programas durante o período analisado. A justificativa para a compra e exibição de telenovelas com tanta frequência pelas emissoras bolivianas parece residir justamente nestes dois aspectos. Desta forma, quase todos os canais compram telenovelas, seriados e filmes a preços relativamente baixos na certeza de obterem bons resultados.



O melodrama é um elemento unificador do gosto do espectador, fato que é aproveitado pelos executivos do *rating* para planificar estratégias e pré-vendas de espaços publicitários.[...] No caso das produções estrangeiras que são transmitidas no país, os executivos só esperam que o comportamento da audiência seja igual ou melhor que no país de origem, mas em todos os casos utilizam seus espaços a fim de motivar os espectadores a observar suas novas aquisições dramáticas. (JUSTINIANO COIMBRA, 2004, p.19. Tradução nossa)<sup>6</sup>

A produção de ficção televisiva na Bolívia é tão escassa, que nem é citada por pesquisadores. Apesar da importância das telenovelas, o país não possui tradição neste tipo de dramaturgia. Há o registro apenas da Safipro, uma produtora de ficção televisiva de Santa Cruz que produziu mini-séries exibidas nos canais nacionais, especialmente nas emissoras de televisão de Santa Cruz de la Sierra. Foram produzidas quatro tele-séries e três ciclos de contos e lendas, cada um com cerca de 10 capítulos. Em agosto de 2007, essa produtora completou 21 anos de existência e totalizou apenas estas produções citadas, todas produzidas com dificuldades técnicas, financeiras e mão-de-obra despreparada.

### **Audiência da Telenovela**

Existem poucas informações a respeito da audiência televisiva na Bolívia. Muitas emissoras trabalham intuitivamente e, esporadicamente, contratam empresas que estudam a preferência do público. Durante as entrevistas com os profissionais das emissoras em Santa Cruz, verificou-se que muitos dados existentes são superficiais e insuficientes.

Uma pesquisa de mercado realizada pela Captura Consulting, em outubro de 2007, com 400 pessoas, entretanto, apresenta importantes elementos para se compreender melhor o lugar que a telenovela ocupa na Bolívia. A amostragem foi probabilística por conglomerados, com seleção aleatória de pontos mostrais e seleção sistêmica de domicílios localizados em Santa Cruz de la Sierra. Os dados referem-se à audiência na televisão, rádio, mídia impressa, Internet, publicidades nas ruas e cinema.

---

<sup>6</sup> Texto original: “El melodrama es un elemento unificador del gusto del espectador, cuestión ésta que es aprovechada por los ejecutivos del *rating*, para planificar estrategias y preventas de espacios publicitarios. [...]En el caso de las producciones extranjeras que se transmiten en el país, los ejecutivos sólo esperan que el comportamiento de la audiencia sea igual o mejor que en el país de origen, pero en todos los casos utilizan espacios para introducir campañas promocionales con el fin de motivar a los espectadores a observar sus nuevas adquisiciones dramáticas”.



De acordo com a pesquisa, verificou-se que os noticiários obtêm os maiores índices de audiência, tanto ao meio-dia, quanto à noite. Os programas de análise política são aqueles que obtêm o segundo maior número de telespectadores durante a noite. As telenovelas, por sua vez, obtêm números satisfatórios ao meio-dia e à noite, sendo o terceiro programa mais assistido durante estes dois períodos do dia. Estes números são variáveis, considerando-se que os programas de análise política, por exemplo, não são exibidos diariamente.

Ainda assim, é possível constatar que a telenovela possui um grande número de telespectadores. O gênero é transmitido em todos os períodos do dia, obtendo uma audiência bastante distribuída por emissoras e horários diferentes. Através do Quadro 02, é possível analisar quais as preferências do público de acordo com os programas e os horários de exibição:

#### Quadro 02

##### Audiência dos Programas Televisivos

	<b>Manhã (%)</b>	<b>Meio-dia (%)</b>	<b>Tarde (%)</b>	<b>Noite (%)</b>
Esportivos	X	40,8	X	29,6
Novelas	9,2	26,8	7,7	46,2
Revistas de variedades	36	X	X	X
Noticiários	X	71,9	X	77,6
Análise Política	X	X	X	47,2
Filmes e Séries	7,7	X	11,5	31,4
Programas Femininos	19,4	X	X	X

Fonte: Captura Consulting, 2007

As informações apontam para a preferência das emissoras Unitel e Red Uno pela população da cidade, como mostra o Quadro 03. Aproximadamente 52% da amostra prefere a primeira e 35% prefere a segunda, como se pode observar no mesmo quadro. As oito emissoras subseqüentes na preferência do público totalizam apenas 13% da audiência de Santa Cruz de la Sierra. Entre elas estão a ATB e a Bolivisión, citadas como principais concorrentes da Red Uno e da Unitel em todo o país.



### Quadro 03

#### Audiência dos Canais de Televisão por Segmentos.

Canais	Total	NSE (1) (%)		Sexo (%)		Idade (%)		
		Baixa	Média	Mas.	Fem.	16 a 17	18 a 24	26 a 80
Unitel	51,9	50,9	53,2	53,1	50,5	57,6	55,4	48,4
Red Uno	35,1	37,1	32,3	32,5	38,1	28,3	30,5	38,7
ATB	5,0	5,1	5,0	4,5	5,5	3,7	4,7	5,5
PAT	2,9	1,5	4,8	3,2	2,6	4,1	2,2	3,0
Bolivisión	2,8	2,9	2,7	3,4	2,2	3,7	3,3	2,4
Universitária	1,0	0,9	1,1	1,4	0,5	1,9	1,2	0,7
Megavisión	0,5	0,7	0,2	0,6	0,4	0,4	0,2	0,7
TV Nacional	0,4	0,6	0,2	0,7	0,1	0,0	0,9	0,3
Cadena A	0,2	0,1	0,4	0,4	0,0	0,4	0,3	0,1
Sítel	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2

Fonte: Captura Consulting, 2007

(1) NSE refere-se às classes sociais

No que se refere ao hábito de assistir telenovelas, constatou-se que apenas 9,2% da população analisada assiste telenovelas pela manhã. Neste grupo de pessoas, a maioria é do sexo feminino e tem idade variando entre os 15 e os 17 anos. Observa-se também que as pessoas que fazem parte deste grupo possuem um nível sócio econômico mais baixo, como aponta o Quadro 04.

### Quadro 04

#### Penetração de Telenovelas no Período da Manhã por Segmentos.

Penetração	Total	NSE (%)		Sexo (%)		Idade (%)		
		Baixa	Média	Masc.	Fem.	15 a 17	18 a 24	25 a 60
Sim	9,2	11,9	5,4	4,9	14,0	19,1	11,8	6,2
Não	90,8	88,1	94,6	95,1	86,0	80,9	88,2	93,8

Fonte: Captura Consulting, 2007





As telenovelas mais assistidas pela manhã são da emissora Bolivisión, seguidas pela telenovela da Unitel. A audiência da telenovela exibida às 9h pela Unitel é caracterizada por um nível sócio-econômico mais alto do que aquele da audiência da Bolivisión. Neste caso, o público feminino supera em 8% o público masculino, como se pode constatar no Quadro 05.

Quadro 05

Participação de Telenovelas no Período da Manhã por Segmentos.

Participação	Total	NSE (1) (%)		Sexo (%)		Idade (%)		
		Baixa	Média	Masc.	Fem.	15 a 17	18 a 24	25 a 60
Bolivisión	51,4	53,6	44,4	50,0	51,9	55,6	53,8	46,7
Unitel	45,9	42,9	55,5	40,0	48,1	44,4	46,2	46,7
Cadena A	2,7	3,6	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	6,7

Fonte: Captura Consulting, 2007

(1) NSE refere-se às classes sociais

No primeiro horário nobre da televisão boliviana - de 12h às 15h - há um aumento no índice de audiência das telenovelas, como mostra o Quadro 06. Cerca de 27% da população entrevistada afirmou assistir telenovelas neste horário. Esta audiência é composta por um público mais jovem - 84% dos telespectadores têm idades variando entre os 15 e os 24 anos.

Quadro 06

Penetração de telenovelas no período das 12h às 15h por segmentos.

Penetração	Total	NSE (1) (%)		Sexo (%)		Idade (%)		
		Baixa	Média	Masc.	Fem.	15 a 17	18 a 24	25 a 60
Sim	26,8	30,1	22,3	19,9	34,4	49,9	35,3	18,9
Não	73,2	69,9	77,7	80,1	65,6	51,1	64,7	81,1

Fonte: Captura Consulting, 2007

(1) NSE refere-se às classes sociais



A emissora com o índice de audiência de telenovela mais alto no horário da sexta é a Unitel, cujos telespectadores somam 73% das pessoas que vêem o gênero no período de descanso. Telespectadores dos níveis sócio-econômico baixo e alto, dos sexos masculino e feminino, e de todas as faixas etárias preferem assistir telenovelas desta emissora neste horário. A Red Uno, por sua vez, tem uma audiência que atinge 17% do público de telenovelas exibidas entre 12h e 15h, como se pode observar no Quadro 07.

#### Quadro 07

Participação de Telenovelas no Período das 12h às 15h por Segmentos.

Participação	Total	NSE (1) (%)		Sexo (%)		Idade (%)		
		Baixa	Média	Masc.	Fem.	15 a 17	18 a 24	25 a 60
Unitel	73,2	66,5	82,1	79,5	69,1	66,7	79,5	71,4
Red Uno	17,0	19,2	12,8	15,9	17,6	20,8	15,4	16,3
ATB	7,1	9,6	2,6	2,3	10,3	8,3	5,1	8,2
PAT	1,8	1,4	2,6	2,3	1,5	4,2	0,0	2,0
Megavisión	0,9	1,4	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	2,0

Fonte: Captura Consulting, 2007

(1) NSE refere-se às classes sociais

Passado o período da sexta, o número de telespectadores que assistem telenovelas cai para 7,7%, como se observa no Quadro 08. A maioria da audiência é feminina, com idade entre os 15 e os 17 anos.

#### Quadro 08

Penetração de Telenovelas entre 15h e 18h por Segmentos.

Penetração	Total	NSE (1) (%)		Sexo (%)		Idade (%)		
		Baixa	Média	Masc.	Fem.	15 a 17	18 a 24	25 a 60
Sim	7,7	8,8	6,0	5,8	9,7	21,3	8,8	4,5
Não	92,3	91,2	94,0	94,2	90,3	78,7	91,2	95,5

Fonte: Captura Consulting, 2007

(1) NSE refere-se às classes sociais



Do grupo de pessoas que assiste a telenovelas no período depois da sexta, mais da metade assiste às da Unitel e aproximadamente 35% assiste às da Bolivisión. PAT e Red Uno somam 13% da audiência de telenovelas neste horário, como se pode verificar através do Quadro 09. O grupo de telespectadores da Unitel é composto, em sua maioria, por mulheres. Aproximadamente 69% do público feminino assiste às telenovelas dessa emissora no horário vespertino. O grupo masculino, por outro lado, prefere as telenovelas exibidas pela Bolivisión neste horário.

#### Quadro 09

Participação de telenovelas entre 15h e 18h por segmentos

		NSE (1)		Sexo		Idade		
Participação	Total	Baixo	Médio	Masc.	Fem.	15 a 17	18 a 24	25 a 60
Unitel	51,6	57,1	40,0	25,0	66,4	54,5	55,6	45,5
Bolivisión	35,5	28,6	50,0	66,7	15,8	27,3	44,4	36,4
PAT	9,7	9,5	10,0	0,0	15,8	18,2	0,0	9,1
Red Uno	3,2	4,8	0,0	8,3	0,0	0,0	0,0	9,1

Fonte: Captura consulting, 2007

(1) NSE refere-se às classes sociais

O maior público de telenovelas se concentra à noite, em horário nobre. Segundo a pesquisa, 46,2% da população assiste a telenovelas neste período do dia em Santa Cruz de la Sierra (Quadro 10). Observa-se que há pouca participação do grupo de nível sócio-econômico médio; apenas 37,3% destas pessoas assistem a telenovelas à noite. Nota-se também que a maioria das mulheres compõe a audiência neste horário. Quase 63% da população deste sexo vê telenovelas.

#### Quadro 10

Penetração das telenovelas noturnas por segmentos

		NSE (1) (%)		Sexo (%)		Idade (%)		
Penetração	Total	Baixo	Médio	Masc.	Fem.	15 a 17	18 a 24	14 a 60
Sim	46,2	52,7	37,3	31,1	62,9	59,6	52,9	40,7
Não	53,8	47,3	62,7	68,9	37,1	40,4	47,1	59,3

Fonte: Captura Consulting, 2007



(1) NSE refere-se às classes sociais

Entre os 46,2% da população que assiste a telenovelas à noite, 45,8% prefere a Red Uno e 44,8% prefere a Unitel, emissora que transmite às 21h as telenovelas da Rede Globo. Somando-se a audiência das emissoras ATB, PAT e Sitel, não se chega aos 10% do público telespectador do gênero neste horário. Nota-se que o público masculino tem preferência pelas telenovelas da Unitel, enquanto o feminino prefere as duas telenovelas exibidas pela Red Uno, uma produzida no México e gravada nos Estados Unidos e outra de origem colombiana.

#### Quadro 11

##### Participação das Telenovelas Noturnas por Segmentos

		NSE (1) (%)		Sexo (%)		Idade (%)		
Participação	Total	Baixo	Médio	Masc.	Fem.	15 a 17	18 a 24	25 a 60
Red Uno	45,8	48,9	39,7	38,4	50,0	46,9	52,7	42,1
Unitel	44,8	43,5	47,1	53,4	39,8	40,6	41,8	47,4
ATB	7,0	6,0	8,8	5,5	7,8	9,4	3,5	7,9
PAT	2,0	0,8	4,4	2,7	1,6	3,1	1,8	1,8
Sitel	0,5	0,8	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,9

Fonte: Captura Consulting, 2007

(1) NSE refere-se às classes sociais

#### Considerações finais

A história da televisão boliviana passa, necessariamente, pelo registro de grandes volumes de importação de produtos televisivos. Se, de um lado, as empresas teledifusoras e produtoras não possuíam tecnologias e recursos humanos suficientes para produzirem conteúdo próprio satisfatório, por outro lado, o público telespectador foi se habituando à programação estrangeira. Foi neste panorama que a telenovela encontrou espaço, desde o começo, para ocupar as grades de programação de tantas emissoras televisivas.

Apesar das transformações que o sistema televisivo boliviano sofreu nos últimos anos, entre eles o enriquecimento de algumas emissoras privadas, não aconteceram mudanças substanciais nas grades de programação.



Além disso, as circunstâncias financeiras de compra de produções audiovisuais são tão importantes, que muitas vezes definem o que será transmitido. Apesar da preferência do público telespectador por telenovelas brasileiras, estas são menos compradas pelas emissoras televisivas bolivianas do que aquelas provenientes da Colômbia, México ou Venezuela. Isto acontece exclusivamente pelo fato das telenovelas brasileiras terem um preço menos acessível do que aquelas comercializadas pelos outros países da América Latina.

Observa-se, ainda, que, entre todos os formatos de ficção televisiva importados, as telenovelas são aquelas que obtêm os maiores registros de audiência no país. Mais de 46% dos telespectadores entrevistados na pesquisa de audiência analisada apontou a preferência deste gênero diante dos filmes e séries exibidos à noite.

Também em relação à audiência televisiva, verifica-se que poucos canais concentram a população telespectadora de telenovelas em Santa Cruz de la Sierra. Estas emissoras são a Unitel, a Red Uno e a Bolivisión. De alguma forma, os resultados da pesquisa de audiência são decorrentes também do número de telenovelas exibida por cada emissora. À noite, por exemplo, a Red Uno transmite três telenovelas, enquanto a Unitel transmite apenas duas. Esta diferença na grade de programação das duas emissoras pode, em parte, explicar o fato do índice de audiência da Red Uno ser mais alto neste horário.

A importância da telenovela não é afirmada apenas através dos índices de audiência, mas também pela análise que se faz das grades de programação das principais emissoras. Apesar da variedade de programas televisivos importados, as telenovelas ocupam os melhores horários e o maior número de horas entre a maioria das grades verificadas. A primeira exibição acontece às 5h30 e a última apenas às 21h. As quatro emissoras analisadas - ATB, Bolivisión, Unitel e Red Uno - somam aproximadamente 110 capítulos de telenovela por semana, o que evidencia ainda mais a importância deste gênero para os canais bolivianos.

### **Referências bibliográficas**

COSTA, Ana Paula Silva Ladeira. **Fluxo Internacional de Ficção: a telenovela brasileira na Bolívia**. Dissertação de Mestrado. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2008

GUTIERREZ FAREL, Amaly. **Identificación, descripción y predominio de los formatos exhibidos en el primer prime time de la televisión abierta de canales cruceños durante**



**enero del 2004.** 2005 (Graduação em Ciências da Comunicação). Universidad Autónoma Gabriel René Moreno, Facultad de humanidades. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.

FOX, Elizabeth (ed.). **Medios de comunicación y política en América Latina.** La lucha por democracia. Naucalpan. México, Ediciones G. Pili, S.A. de C.V., 1989.

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

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

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

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