

Director  
Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica  
César Herrera

Publicaciones  
Raúl Salvador R.

Editor  
Pablo Escandón M.  
pescandon@ciespal.net

Diseño y diagramación  
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones  
Isaias Sánchez  
isanchez@ciespal.net

#### CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente  
Édgar Samaniego  
Universidad Central del Ecuador

Embajador Alejandro Suárez  
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio  
e Integración

Dolores Santistevan de Baca  
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.  
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar  
Representante de la Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.  
Representante de la Comisión Nacional de UNESCO para los  
países andinos

Vicente Ordóñez  
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.  
Representante de la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García  
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar  
Director general del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL

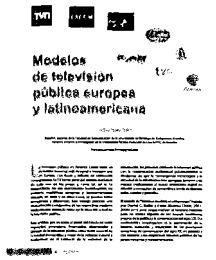
Miembro de la Red Iberoamericana  
de Revistas de Comunicación y Cultura  
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en  
Ciencias Sociales y Humanidades  
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión  
Editorial QUIPUS - CIESPAL

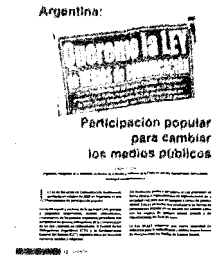
Todos los derechos reservados.  
Prohibida la reproducción total o parcial del contenido,  
sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos  
firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores  
y no expresan la opinión del CIESPAL.

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177  
Fax (593-2) 250-2487  
web: <http://www.ciespal.net>  
weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>  
Apartado Postal 17-01-584  
Quito - Ecuador  
Registro M.I.T., S.PI.027  
ISSN 13901079



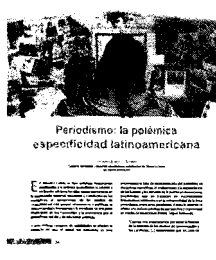
Modelos  
de televisión  
pública europea y  
latinoamericana  
Francisco  
Campos-Freire

Pág. 4



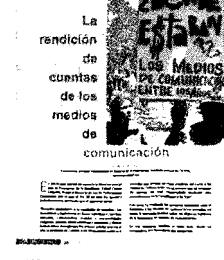
Argentina:  
Participación  
popular  
para cambiar  
los medios  
públicos  
Néstor Piccone

Pág. 12



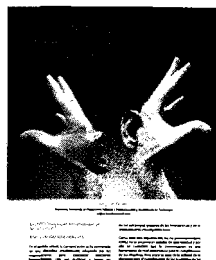
Periodismo:  
la polémica  
especificidad  
latinoamericana  
Alejandro  
Querejeta Barceló

Pág. 34



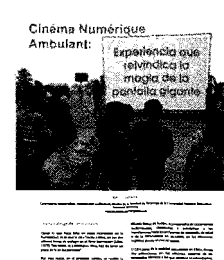
La rendición de  
cuentas  
de los medios  
de comunicación  
Romel Jurado  
Vargas

Pág. 38



Desarrollo de la  
Comunicación  
Institucional en el  
Tercer Sector  
Erika Judith  
Barzola

Pág. 53



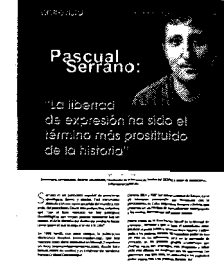
Cinéma  
Numérique  
Ambulant:  
Experiencia que  
reivindica la magia  
de la pantalla  
gigante  
Marcos Velásquez

Pág. 56



TIC TAG TIC TAC:  
Estratégias de  
mobilização social  
na internet  
Patrícia M. Pérsigo

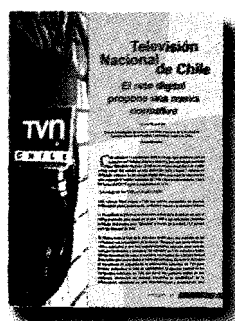
Pág. 74



Entrevista a  
Pascual Serrano  
José Villamarín  
Carrascal

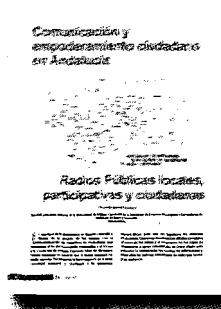
Pág. 79

# Tabla de contenidos



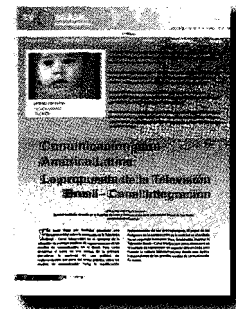
Televisión Nacional de Chile.  
El reto digital propone una nueva normativa  
Valerio Fuenzalida

Pág. 17



Comunicación y empoderamiento ciudadano en Andalucía. Radios Públicas locales, participativas y ciudadanas  
Manuel Chaparro Escudero

Pág. 24



Comunicación para América Latina: La propuesta de la Televisión Brasil Canal Integración  
Maximiliano Martín Vicente

Pág. 28



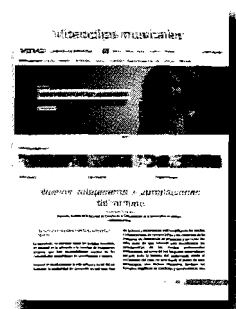
Desarrollo de contenidos para dispositivos móviles  
Guillermo Verbakel Claudio Pérez

Pág. 41



Imagen y elementos no verbales en informaciones políticas televisivas  
M. Reyes Domínguez Lázaro

Pág. 45



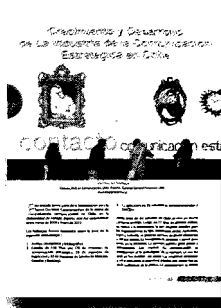
Videoclips musicales. Nuevos subgéneros y apropiaciones del formato  
Ana Seseño Valdellós

Pág. 49



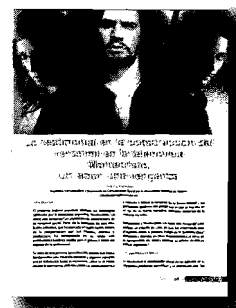
A construção da notícia no rádio contemporâneo: O papel do gatekeeper no jornalismo radiofônico em ambiente de convergência  
Debora Cristina López

Pág. 59



Crecimiento y desarrollo de la industria de la comunicación estratégica en Chile  
Raúl Herrera Echenique

Pág. 63



Lo testimonial en la construcción de lo verosímil en la telenovela Montecristo. Un amor, una venganza  
María Clara Musante

Pág. 69

Actividades del CIESPAL.....	83
Bibliografía.....	86
Normas de publicación.....	90



- ▶ SEÑAL EN VIVO
- ▶ [Por otras emisoras](#)
- ▶ [Vía Satélite](#)

*TV Brasil - Canal Integración, el primer canal público internacional de Brasil. Una ventana para la pluralidad a partir de miradas brasileñas y sudamericanas. Diversidad, esa es nuestra identidad.*

**Un canal para la integración.** TV Brasil - Canal Integración propone estimular el intercambio cultural entre los países de América del Sur y trabajar para atender a la ciudadanía sudamericana en su derecho a la información.

**Un canal de diversidades.** TV Brasil - Canal Integración ofrece una programación diaria compuesta por producciones brasileñas y sudamericanas que retrata la diversidad cultural de América del Sur.

**Un canal que se construye en plural.** TV Brasil - Canal Integración coordina e impulsa día a día una dinámica red de cooperación e intercambio con actores sudamericanos del audiovisual para llevar a la pantalla la diversidad de acentos de América del Sur.

## Comunicación para América Latina:

# La propuesta de la Televisión Brasil - Canal Integración

**Maximiliano Martín Vicente**

Español-brasileño, docente de la Facultad de Artes y Comunicación de la Universidad Estatal de Sao Paulo.  
maxvicente@uol.com.br

Este texto tiene por finalidad presentar una discusión inicial sobre la propuesta de la Televisión Brasil - Canal Integración en el contexto de la adopción de políticas públicas de reglamentación de los medios de comunicación en el Brasil. Para tanto dividimos el texto en tres partes. En la primera discutimos la ausencia de una política de reglamentación, por parte del sector público, sobre los medios de comunicación hasta la modificación

recientemente de ese procedimiento. El papel de las imágenes en la construcción de la realidad es abordado en un segundo momento para, finalmente, mostrar la Televisión Brasil - Canal Integración como alternativa en el sentido de representar un espacio diferenciado para mostrar la cultura latinoamericana desde una óptica independiente de los grandes medios de comunicación de masas.

## La televisión brasileña y la intervención estatal

El origen de la televisión brasileña ocurre en la década del 50, momento en el cual también se constituyen sus características fundamentales, principalmente, la vinculación con el carácter comercial y de entretenimiento. Su trayectoria difirió poco de las peculiaridades originales, lo que nos permite afirmar que, en ese medio de comunicación prevaleció el modelo comercial con la finalidad de lucro. Producto de esa concepción emana una política de competitividad entre los diversos canales existentes que hoy operan, prácticamente, sin límites ni obligaciones en lo que se refiere a una preocupación mínima en velar por el contenido o por la calidad de la información transmitida en su programación.

Como resultado inmediato de ese modelo, en el Brasil se caminó, desde el inicio, en el sentido de la aprobación de concesiones para explotación de canales de Televisión al sector privado, sin establecer ninguna política estratégica estatal en relación al uso de la televisión, con el objetivo de fortalecer un sistema público de comunicación. La efectiva preocupación del Estado en la injerencia y administración del área comunicacional ocurrió en los años 70 del siglo pasado, momento en que se crea la Radiobrás para operar las emisoras de radio y televisión del gobierno federal que actuaban de manera descoordinada y autónoma. Subyacente a esa intervención se pensaba en la posibilidad, vislumbrada por los gobernantes, de hacer del sistema federal una herramienta más para combatir las altas tasas de analfabetismo imperantes en el país.

Sin pretender agotar la trayectoria de los esfuerzos realizados para reglamentar la consolidación de una televisión de calidad y de implementar políticas para democratizar los medios, se puede dar un salto temporal y afirmar que solo con la transformación de la Radiobrás, en 2007, en la Empresa Brasil de Comunicación (EBC) se operó una efectiva separación entre las emisoras comerciales y las estatales o educativas. Se debe destacar que la creación de esa nueva empresa resultó de la acción de un movimiento que envolvió amplios sectores de la sociedad civil, como académicos, comunicadores, cineastas, periodistas, dirigentes de emisoras de radio y televisión no comerciales, así como grupos y entidades dedicados a analizar el papel de la comunicación en la sociedad y su relación con la democracia. Sin embargo, ese movimiento debe ser visto con mucha cautela, pues la intervención estatal no significó la colocación de obstáculos o límites a la presencia de las redes comerciales en el país, ni mucho menos la formulación de una política clara relacionada con las emisoras públicas.

Los gobernantes responsables de la creación de Radiobrás tenían en mente instituir lo que hoy se entiende por comunicación gubernamental, por lo tanto no pública, o sea, un sistema para legitimar sus actos y definir su presencia en el territorio nacional. De esa manera no dudaron en apelar a la esfera de las redes privadas, como es el caso de la Red Globo, para hacer llegar a la mayoría de los hogares brasileños una programación "ajustada" con la estructura autoritaria vigente en el país. De alguna manera puede afirmarse que, en ese caso concreto, la televisión privada era el portavoz oficial del poder público.

El abandono gubernamental de la comunicación pública generó un secuencia difícil de ser interrumpida cuando se piensa actualmente en el valor de la televisión pública. En un ambiente dominado por la competencia y la necesidad de ser eficientes a la hora de gastar el dinero público se ve muy mal, desde la perspectiva de tener un resultado eficaz, que el Estado destine parte de su presupuesto para mantener una red pública que muestra índices de audiencia muy bajos.

La razón de esas afirmaciones se fundamenta en la larga lucha establecida y mantenida en la sociedad civil para intervenir en la gerencia del sistema de comunicación. Una de las entidades más activas en ese embate es el Forum Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC), creado en 1991 como movimiento social, se transformó en entidad en 1995; congrega a instituciones de la sociedad civil especializadas en examinar los problemas de la comunicación en el país.

En 2007, esa organización realizó uno de los movimientos más significativos en la tentativa de apelar a los representantes gubernamentales para que intervengan en la reglamentación del sistema público de comunicaciones y en la creación de la televisión pública. Así, ese año, se realizó el I Forum de las Televisiónes Públicas; allí se decidió crear la Red de Televisión Pública. Tal medida envolvía un análisis de la regulación de la radiodifusión en el país lo que, en última instancia, llevaba a revisar el Código Brasileño de Telecomunicaciones, vigente desde 1962. Para efectuar la actualización de ese Código, el FNDC realizó la Conferencia Nacional de Comunicación para tratar únicamente ese tema.

Esto reactivó los debates y generó una mayor presencia e intervención del Estado en la gerencia del sistema de comunicaciones, aliado a la incorporación de dirigentes en las emisoras estatales, quienes eran partidarios de tener un sistema público bien definido.

Resultado de estas discusiones fue la creación de la Empresa Brasil de Comunicación (EBC) en 2007, que tuvo

su existencia definida por medio de la publicación de la Medida Provisoria 398, después convertida por el Congreso en la Ley 11652/2008. Así surgía una instancia pública encargada de unificar y gestionar las emisoras federales instituyendo el Sistema Público de Comunicación, dotado de su respectivo presupuesto para no depender de la iniciativa privada.

Nació, así, un complejo comunicacional público compuesto por una Televisión Pública, ocho emisoras de radio, una agencia de noticias gestionada por la sociedad mediante un Consejo Tutor representativo y autónomo. Sus usuarios tienen, también, un canal directo para expresar sus críticas, opiniones y reclamaciones. Se destaca el cambio operado en el concepto de espectador propuesto por la EBC: de consumidor, tal como fue concebido por el sistema abierto, pasó a ser ciudadano, por tener la posibilidad de acceder a una información, en tesis, más plural e independiente de los intereses y preocupaciones políticas o partidarias.

Justamente esa cuestión es la que nos interesa: cómo puede ser entendida una información que considere al receptor como sujeto activo, capaz de interferir en la vida pública de manera más consciente y crítica, producto de una información independiente. Es necesario realizar una profundización con esa cuestión, que permitirá tejer consideraciones sobre la relación comunicación, sociedad y democracia.

### **Una relación necesaria: comunicación, sociedad y democracia**

En la contemporaneidad un evento gana visibilidad en la medida en que tiene presencia mediática en la sociedad. Específicamente, al tratarse de la televisión, no podemos ignorar la fuerza que las imágenes ejercen en las sociedades latinoamericanas, donde el acceso a otras fuentes de información resulta casi imposible para la mayoría de la población.

La televisión edita el mundo y, principalmente, establece en agenda los temas a tratarse. Por tener ese papel relevante, se puede afirmar que la televisión entra en un proceso permanente de producción de significado, de construcción de la realidad en todas sus manifestaciones, sean culturales, económicas o políticas. Debord (1997), al referirse al alcance que las imágenes adquieren en la contemporaneidad, habló de una sociedad del espectáculo. Para él, la preeminencia de la televisión se encuentra en el poder que las imágenes tienen al transformar la realidad en una representación, lo que genera una dinámica de reconstrucción social en la cual las personas dejan de vivir lo vivido para vivir su representación.

Baudrillard (2004) refuerza lo anterior y sostiene que, en un mundo donde se perdieron las grandes narrativas usadas para elucidar los acontecimientos, las explicaciones se quedaron reducidas al instantáneo, al aquí y ahora, lo que es aprovechado por la televisión para agregar componentes determinantes en la interpretación dada como realidad. El autor recuerda que debemos pensar que la fuerza de la televisión se encuentra en el hecho de que nos muestra los acontecimientos como si fueran instantáneos, justamente, porque es en función de ella que vivimos y no más en función de la realidad.

Reforzando las interpretaciones de Debord y Baudrillard, Ramonet (2007) apunta algunos factores que habrían corroborado en la descaracterización de la información, lo que nos llevaría a ver los hechos de manera fragmentada, con la pérdida de una visión crítica del conjunto, imposible de ser reconstituida dentro de una gran narrativa.

El primer factor está relacionado con la idea de información, que debería entenderse como la descripción precisa y documentada del hecho a ser publicado. Para Ramonet (2007) el advenimiento de la televisión, y su supremacía como medio de comunicación, implicó un duro golpe en aquella concepción antigua de información. Como en la actualidad se puede asistir en vivo y en tiempo real prácticamente a todo lo que ocurre, la reflexión y las explicaciones más detalladas pasaron a un segundo lugar o simplemente se abandonaron. Para estar informado, es necesario ver el acontecimiento, no entender su significado.

Otro elemento importante sería la sumisión del tiempo presente a la imagen. Efectivamente, al momento de seleccionar los hechos para que sean publicados por los medios de comunicación, imperan los que poseen imágenes y, consecuentemente, el resto de las noticias se queda en un segundo lugar cuando no son ignoradas. La televisión, en un mundo de clara predominancia visual, estaría dictando las reglas al periodismo impreso. Las noticias que no aparecen en la televisión pierden su importancia, aunque algunas sean más relevantes que aquellas vistas y aceptadas por el público como verdaderas. De esta forma, la imagen determina la información.

La manera como la información es presentada es otro elemento desencadenador de la superficialidad de la información. Se informa lo que puede ser comunicado en vivo, en tiempo real. Con eso, el espacio anteriormente destinado a la exposición de opiniones y análisis en el periódico impreso cedió lugar a las imágenes y a las noticias resumidas.

El cuarto factor presentado por Ramonet (2007) se relaciona con la veracidad de la información. En la actualidad, un hecho es verdadero, no porque se apliquen criterios objetivos, rigurosos o porque las fuentes hayan sido debidamente verificadas. La veracidad se impone por la repetición constante y permanente de datos que en muchas ocasiones no fueron confirmados. La suma de esos factores hace que prevalezcan la repetición, la imitación, el plagio y la programación casi igualitaria de los medios de comunicación.

Ramonet denomina esa situación de censura "democrática", o sea, el poder del sistema de manipular los medios suministrándoles las mismas versiones e imágenes. Aparentemente se acepta el sistema democrático como el más válido y representativo, pero la capacidad de la crítica se queda diluida dentro de los límites "verdaderos" establecidos por ese sistema.

Sin embargo, la manera como se muestran las noticias para la sociedad y su rol socializador no deben ser menospreciados. En el caso brasileño, el modo como se pensó y se consolidó el sistema de concesiones de las emisoras de comunicación refleja el claro distanciamiento entre la iniciativa privada y la sociedad civil. El Estado tendría la responsabilidad de mediar esa relación con el objetivo de evitar distorsiones o desequilibrios a la hora de pensarse la construcción simbólica de la sociedad proporcionada por los medios de comunicación.

Pero no podemos ignorar que el Estado es un espacio de disputa entre la esfera pública y la esfera mercantil. En ese sentido, Pierre Bourdieu (2004) decía que siempre hay dos brazos dentro del Estado: uno, en general minoritario, que defiende intereses públicos y otro, que suele ser mayoritario, que defiende los intereses mercantiles. De esa manera, este autor veía en la sociedad el *locus* de disputas entre la esfera pública y la esfera mercantil. Así, democratizar, en el sentido propuesto por Bourdieu, equivaldría a desmercantilizar las relaciones establecidas en la sociedad para establecer una lógica inversa a la dominada por el individualismo y por el comercio.

En el caso de la América Latina, resulta difícil no demandar del Estado una efectiva participación para garantizar la supervivencia de la pluralidad de culturas y, consecuentemente, de distintas concepciones políticas existentes en el seno de esas sociedades. La Televisión Brasil – Canal Integración se inserta justamente en el contexto de pensarse, crear y mantener un espacio público destinado a expresar la diversidad y pluralidad social, política y cultural latinoamericana.

## La Televisión Brasil – Canal Integración

La primera mención a una televisión internacional brasileña fue realizada en 2003 por el entonces senador y actual ministro Comunicaciones, Hélio Costa. Su propuesta tenía el objetivo final de promover la imagen positiva de Brasil frente a los extranjeros. De Televisión Brasil Internacional, nombre propuesto por el entonces senador, se pasó a la Televisión Brasil – Canal Integración, pensada y dirigida para el público suramericano con el objetivo de promover la integración regional y la participación ciudadana. Las transformaciones del proyecto del senador coinciden con los cambios en la política externa brasileña, preocupada por valorar las relaciones con los países vecinos.

Así, durante el año 2005, el equipo de la Televisión Brasil, entonces formada por tres personas, se dedicó a hacer viable la implantación del proyecto con misiones internacionales, organizadas por el Ministerio de Relaciones Exteriores en búsqueda de respaldo en los países vecinos. Se dieron incontables reuniones con representantes de ministerios, canales de televisión públicos y privados, productores independientes, fundaciones culturales y cinematecas de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, Venezuela y en diversos estados brasileños. Las reuniones trajeron como resultado la consolidación de asociaciones con 46 entidades suramericanas para el intercambio de contenidos y también de profesionales, además de apoyo técnico y logístico.

La primera transmisión de la Televisión Brasil fue experimental, con la cobertura del 5º Forum Social Mundial, en la ciudad de Porto Alegre, en enero de 2005. La elección del evento para las transmisiones indicaba las bases de la línea editorial del canal, que destacaba la actuación del ciudadano, la construcción de una identidad suramericana, el fortalecimiento de la integración regional y las relaciones internacionales entre los países de la región, las políticas públicas y los Derechos Humanos. Hasta su efectiva consolidación, en 2007, otras experiencias acabaron mostrando la relevancia de esa nueva emisora como puede ser cotejada en los tipos de programación.

En el Brasil, las personas pueden acceder a la programación del Canal Integración por la Televisión Nacional y NBR; Televisión Comunitaria de Brasilia, Canal 8 por cable, en Brasilia; Televisión Senado y Televisión Justicia, en todo el país; Televisión Comunitaria de Belo Horizonte, en el Canal 13 por cable, en *Minas Gerais*; por la operadora de cable *Amazon Sat*; Canal Futura, en todo el país; *Red Sesc- Senac de Televisión*; TVE Bahia, para este Estado y TVE Brasil.

En América del Sur, la programación está disponible a

través de las televisiones Canal 7, en Argentina; Canal 13, en Colombia; Ecuavisa, en el Ecuador; Teleducación y Telefuturo, en Paraguay; Tuvo Ciudad, en Uruguay; Telemiga, en Colombia; Televisión Nacional del Pavo, en el Pavo; Telesur, para otros 17 países en la región. Actualmente cerca de 160 operadoras de cable de América del Sur, América Central y América del Norte están autorizadas para retransmitir la señal del canal internacional brasileño.

Seleccionamos la manera como se elabora la franja de programación para evaluar cómo se (re)construyen las noticias relacionadas al continente en el Canal Integración, que no tiene ningún contrato con las grandes agencias de noticias internacionales. Privilegia el material suministrado por la Comunidad Suramericana de Naciones y por las emisoras que componen su red. No trabajar con las agencias de noticias tradicionales también es posible por el hecho de que el canal no tiene un programa diario de noticias. Sus dos telediarios, América del Sur Hoy y Noticias de Brasil, tienen ediciones semanales.

El Canal Integración funciona como una agencia de noticias para las emisoras asociadas, principalmente en la cobertura de eventos ocurridos en el Brasil y de interés para toda la región. En ese caso, se organizan coberturas especiales, que presentan una alternativa para las televisiones asociadas. El equipo periodístico del canal, cuando se realizaba este estudio, tenía siete reporteros y editores, cuatro editores de imagen y dos camarógrafos.

Su rutina consiste en asistir a los telediarios de las emisoras asociadas y seleccionar imágenes y asuntos de acuerdo con la línea editorial de la Televisión Brasil - Canal Integración. Las noticias son escogidas según temas y no de acuerdo con las divisiones tradicionales como economía, política y así por delante. Esos temas giran en torno a políticas públicas, relaciones internacionales, participación ciudadana y cultura. Nuestras observaciones nos permiten afirmar que esas serían las líneas maestras para la producción de los telediarios.

El informativo América del Sur Hoy busca informar a los telespectadores brasileños sobre los hechos destacados de la semana en los demás países de la región, para aproximar a los pueblos suramericanos. El programa, con formato de una revista electrónica, se estrenó en febrero de 2006. Dura, aproximadamente, 30 minutos, divididos en tres bloques. Los temas abordados giran en torno a la ciudadanía, cultura, políticas públicas y relaciones internacionales. Las noticias llevadas al aire, entre diez y doce vts por edición, tienen dos fuentes: mitad de ellas originarias de telediarios de emisoras asociadas y la otra

mitad producida enteramente por el equipo de la Televisión Brasil.

La contextualización es uno de los puntos claves no solo para este telediario, sino para todas las producciones periodísticas de la emisora. Diferente del concepto más habitual, cuando el reportaje recupera la historia de un asunto ya presente en la memoria de los telespectadores, contextualizar en ese caso representa un asunto totalmente nuevo, con actores y procesos sociales desconocidos por el espectador.

Usar la imagen de otras emisoras da origen a notas simples, con una duración que varía entre 30 segundos y dos minutos, son más comunes las notas de un minuto, que conforman una de las partes de América del Sur Hoy.

En la segunda parte, el telediario presenta reportajes producidos totalmente por el equipo de la Televisión Internacional, que destacan hechos relacionados con la integración latinoamericana, como encuentros regionales, cúpulas de autoridades o relaciones diplomáticas. Además, trata temas como Derechos Humanos, trabajo infantil, entre otros; siempre insertos en el ámbito suramericano.

Estos reportajes sociales que afectan a toda la región están, generalmente, en el tercer bloque, junto a las materias culturales. Son más largos, tienen en promedio tres minutos de duración, y suelen traer el parecer de organismos internacionales especializados en el asunto.


El Informe Brasil surgió por la demanda de las emisoras asociadas que sentían falta de información independiente sobre el Brasil. El informativo es, por lo tanto, hacia los telespectadores de América del Sur y tiene una duración entre 25 y 30 minutos, en castellano; presenta de 12 a 14 reportajes, con un promedio de dos producciones de la Televisión Brasil; las demás son reediciones de emisoras brasileñas que componen la red de Televisión Brasil.

Ese programa presenta características diferenciadas en relación a América del Sur Hoy. Todos los vts son en formato de reportaje, las materias que llegan de las colegas pasan por modificaciones menores. Básicamente el trabajo se reduce a la retirada de detalles secundarios, muy relacionados al público brasileño y que acaban interfiriendo en la comprensión del hecho principal. La mayor preocupación en la construcción del Informe Brasil está en mostrar el acontecimiento de forma directa y simple, y profundizarlo en la contextualización.

## Conclusión

La neutralidad e imparcialidad no existen en la comunicación. Queda claro que el Canal Integración representa una ruptura de un modelo comercial y se somete a la lógica de los intereses públicos, en el sentido de crear un escenario propicio para sostener una política preocupada con la comunidad latinoamericana.

La opción por esa línea editorial se consolida en la medida en que gana estructura y presupuesto específico, además de remitirse a fuentes y orígenes de las noticias que están fuera de los procedimientos tradicionales: las grandes agencias. De alguna manera, las consideraciones de autores como Debord, Braudillard

y Ramonet no caben en esta emisora, pues su lógica de actuación se fundamenta en un espacio concreto y con una problemática específica, propia de una sociedad marcada por las desigualdades. Pero su accesibilidad aún deja que desear por quedarse restringida a áreas específicas. Lo mismo podríamos decir de los niveles de audiencia que en las últimas investigaciones apuntaban a un poco más del 1%. Sin embargo, lo que está en juego no son solo esos elementos y sí la existencia de una red portadora de un espacio abierto para producciones e interpretaciones capaces de revertir la situación descrita y condenada por los autores citados. Así, el Canal Integración representa una opción que aún debe ser explorada para tenerse una definición clara en relación a su naturaleza (canal público) y finalidad (pluralidad y multiculturalidad). 

## Bibliografía:

- Baudrillard, Jean. *Da Sedução*. Campinas: Papirus. 2004.
- Bordieu, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense. 2004.
- Canclini, Néstor G. *Culturas híbridas*. México: Grijalbo. 1990.
- Dines, Alberto. Seqüestraram o Conselho de Comunicação Social. Disponível em: <http://www.observatorio-daimprensa.com.br/artigos.asp?cod=477JDB001>, acesso em 2 de jan. de 2009.
- Debord, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto Edit. 1997.
- Herz, Daniel. O Conselho de Comunicação Social. Nova etapa de uma luta antiga. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/ipub050620022.htm>, acesso em 2 de jan. de 2009.
- Jambiro, Othon & Straubhaar, Joseph. *Informação e Comunicação*. Bahia: Editora da UFBA. 2004.
- Lima, Venício. *Mídia – Crise Política e Poder no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. 2004.
- Pinsky, Jaime. *Práticas da cidadania*. São Paulo: Contexto. 2003.
- \_\_\_\_\_. 20 anos de constituição: a comunicação tem algo para comemorar? Disponível em: <http://www.contee.org.br/noticias/artigos/art177.asp>, acesso em 2 de jan. de 2009.
- Ramonet, Ignacio. *A tirania da comunicação*. Petrópolis: Vozes. 2007.

### Ensayo fotográfico Fotosíntesis



¡Campeones!  
David Guzmán