



II CONGRESO
INTERNACIONAL
DE TEORÍA Y
TÉCNICA DE
LOS MEDIOS
AUDIOVISUALES

TENDENCIAS DEL
periodismo
AUDIO
VISUAL EN LA **era** DEL
espectáculo

actas

Javier Marzal Felici, Andreu Casero Ripollés y Fco. Javier Gómez Tarín (editores)

Comunicação para América Latina: a proposta da TV Brasil

Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente
FAAC- UNESP – Brasil
maxvicente@uol.com.br

Este texto tem por finalidade apresentar uma discussão inicial sobre a proposta do Canal Brasil Integración no contexto da adoção de políticas públicas de regulamentação dos meios de comunicação no Brasil. Para tanto dividimos o texto em três partes. Na primeira discutimos a ausência de uma política de regulamentação, por parte do setor público sobre os meios de comunicação até a modificação recentemente desse procedimento. O papel das imagens na construção da realidade é abordado num segundo momento para, finalmente, apresentar a TV Brasil – Canal Integración como alternativa no sentido de representar um espaço diferenciado para mostrar a cultura latino americana desde uma óptica independente dos grandes meios de comunicação de massa.

1- Televisão brasileira e intervenção estatal

A origem da televisão brasileira data da década de 50, momento no qual também se constituem suas características fundamentais como o alinhamento com o caráter comercial e de entretenimento. Sua trajetória pouco diferiu das peculiaridades originais o que nos permite afirmar que, nesse meio de comunicação, prevaleceu o modelo comercial que visa principalmente a lucratividade¹. Fruto dessa concepção emana uma política de competitividade que hoje opera praticamente sem limites ou obrigações no que se refere a uma preocupação mínima em zelar pelo conteúdo ou pela qualidade da informação. Apenas o lucro interessa e se sobrepõe a qualquer outro caminho ou alternativa que eventualmente possa aparecer.

¹ Isto ocorreu também com outros meios de comunicação. Em 1932, por exemplo, o presidente Getúlio Vargas autorizou que as emissoras de rádio pudessem utilizar 10% da sua programação com anúncios.

Com resultado imediato desse modelo, no Brasil, se caminhou desde o início no sentido da aprovação de concessões para exploração dos sinais de TV ao setor privado, não implantando nenhuma política estratégica estatal em relação ao uso da televisão, com o objetivo de fortalecer um sistema público de televisão². Ao pensarmos na efetiva preocupação do Estado na ingerência e administração da área comunicacional é necessário retornar aos anos 70 do século passado, momento no qual se cria a Radiobrás para operar as emissoras de rádio e televisão do governo federal que atuavam de maneira descoordenada e autônoma³. Subjacente a essa intervenção se encontrava a possibilidade, vislumbrada pelos governantes, de tornar o sistema federal uma ferramenta a mais para combater as altas taxas de analfabetismo imperantes no país. Exemplo disso pode ser considerado o Programa Nacional de Teleducação (PRONTEL), de 1972, programa destinado a coordenar as atividades educacionais a serem veiculadas nas televisões educativas existentes naquele momento.

Sem pretender esgotar a trajetória dos esforços realizados para regulamentar a consolidação de uma televisão de qualidade e de implementar políticas para democratizar os meios pode-se dar um salto temporal e afirmar que só com a transformação da Radiobrás, em 2007, na Empresa Brasil de Comunicação (EBC) se operou uma efetiva separação entre as emissoras comerciais e as estatais ou educativas como poderá ser visto nas páginas seguintes.

Deve ser destacado que a chegada da criação dessa nova empresa resultou da ação de um movimento que envolveu amplos setores da sociedade civil, como acadêmicos, comunicadores, cineastas, jornalistas, dirigentes de emissoras de rádio e televisão não-comerciais, assim como grupos e entidades dedicados a refletir sobre o papel da comunicação na sociedade e sua relação com a democracia. Entretanto, tal movimentação deve ser vista com muita cautela, pois a intervenção estatal não

² Um dos embates mais significativos no sentido de quebrar a supremacia do setor privado ocorreu na década de sessenta quando era presidente João Goulart. No ano de 1962, por exemplo, os 52 vetos do presidente João Goulart ao projeto de Código Brasileiro de Telecomunicações foram derrubados no Congresso Nacional a partir do lobby dos radiodifusores, contrários a qualquer limitação ou regulamentação mais específica da comunicação no país.

³ A Radiobrás foi uma autarquia do governo federal do Brasil criada em 1975 para gerir de maneira centralizada todas as emissoras de rádio e televisão do Governo Federal. Em 1988 funde-se com a Empresa Brasileira de Notícias e muda sua denominação para Empresa Brasileira de Comunicação. Desde então, já foi vinculada ao Ministério da Comunicações, Ministério da Justiça e a Presidência da República. Seu funcionamento cessou em 2008 depois da aprovação pela Câmara dos Deputados e pelo Senado de sua fusão com a TV Brasil para formar a EBC (Empresa Brasil de Comunicação).

significou a colocação de entraves ou limites à presença das redes comerciais no país nem muito menos a formulação de uma política clara relacionada com as emissoras públicas.

Os governantes responsáveis pela criação da Radiobrás tinham em mente instituir o que hoje se entende por comunicação governamental, portanto não pública, ou seja, um sistema para legitimar os atos dos militares e definir sua presença no território nacional. Dessa maneira não receram em apelar para a esfera das redes privadas, como é o caso da Rede Globo, para fazer chegar à maioria dos lares brasileiros uma programação conivente com a estrutura autoritária vigente no país⁴. De alguma maneira pode se afirmar que, nesse caso concreto, a televisão privada era o porta voz do poder público.

O desdobramento do descaso com o caráter governamental da comunicação pública gerou uma seqüência difícil de ser interrompida principalmente quando se pensa na vigência da televisão pública. Num ambiente dominado pela competição e eficiência do gasto público o quadro resultante desemboca na idéia de que as emissoras públicas seriam equivalentes a falarmos a um tipo de confinamento e de um espaço de influência social mínimo, duvidoso de ser mantido com verba pública uma vez que sua penetração na sociedade, em tese, não seria massiva, portanto prejudicial para os cofres públicos. Toda vez que esta cadeia tende a ser rompida, entram em cena as mais diversas pressões para que tudo permaneça como está.

A razão dessas afirmações se fundamenta na longa luta estabelecida e mantida na sociedade civil para intervir no gerenciamento do sistema de comunicação. Uma das entidades mais ativas nesse embate é o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Criado em julho de 1991 como movimento social e transformando-se em entidade em 20 de agosto 1995, o Fórum congrega entidades da sociedade civil para enfrentar os problemas da área das comunicações no país⁵. Mas sua

⁴ Na Constituinte de 1988, as articulações do campo democrático pela instituição de uma TV Pública resultaram na aprovação do artigo 223, que prevê a complementaridade entre os sistemas estatal, público e privado. Depois de 20 anos a situação continuava com antes da Constituinte, ou seja, imperava a supremacia das televisões abertas sem que o Estado tivesse uma política clara para o setor.

⁵ A trajetória desse grupo mesmo sendo considerado um dos mais relevantes é irregular. Assim, em julho de 1994, o FNDC contava com a adesão de 44 Comitês Regionais e Comissões pró-Comitês, além de 32 entidades nacionais e 364 entidades regionais. A partir de 1997, pela conjuntura nacional e diversas outras

história começou ainda em 1984 com a criação da Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação (FNPDC). Informações colhidas no seu site indicam que a entidade congrega, atualmente, seus 12 comitês regionais instalados em nove estados da federação, e em espaços institucionais como o Conselho de Comunicação Social e o Comitê Consultivo do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD)⁶.

Em 2007, essa entidade realizou um dos movimentos mais significativos na tentativa de apelar para o poder público no sentido de intervir na regulamentação do sistema público de comunicações e na criação da televisão pública. Assim, nesse ano, acabou ocorrendo o I Fórum das TVs Públicas no qual se decidiu criar a Rede de TV Pública. Tal medida envolvia uma análise sobre a regulação da radiodifusão no país o que em última instância levava a rever o Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962. Para efetuar a atualização desse código, o FNDC pleiteou a realização de uma Conferencia Nacional de Comunicação com a finalidade de modernizar a legislação do setor das comunicações⁷.

De certa forma a reativação dos debates cobrando uma maior presença e intervenção do Estado no gerenciamento do sistema de comunicações, aliado à incorporação de dirigentes nas emissoras estatais cientes dessa necessidade resultou em 2007 na criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). A EBC teve sua existência definida por meio da publicação da Medida Provisória 398, depois convertida pelo Congresso na Lei 11 652/2008. Assim surgia uma instância pública encarregada de unificar e gerir as emissoras federais instituindo o Sistema Público de Comunicação dotado de seu respectivo orçamento para não depender da iniciativa privada⁸.

razões, o FNDC se desarticulou, voltando apenas a se mobilizar a partir de meados de 2001, quando foi acelerado no Congresso Nacional o processo de desregulamentação da mídia brasileira, com a tramitação da PEC do capital estrangeiro.

⁶ Informações obtidas no site: <http://www.fndc.org.br> Acesso em 14 de março de 2009.

⁷ Durante o Fórum Mundial Social de 2009, o presidente Lula anunciou a realização da Conferência. Coincidentemente, quando estávamos realizando a revisão final deste trabalho foi convocada, para dezembro deste ano, no Diário Oficial da União, a realização da 1ª Conferencia Nacional de Comunicação. A expectativa é de que seja debatida a modernização de todo marco regulatório do setor, principalmente o Código Brasileiro de Radiodifusão.

⁸ Os dados orçamentais divulgados para operacionalizar esse sistema, no âmbito nacional, são os seguintes, tal como pode ser verificado no site da EBC:

2008 – O orçamento da ECB para 2008 totalizava R\$ 342.070.842, sendo que R\$ 96.787.845 para Pessoal ; R\$ 110.900.056 para Custeio; e R\$ 134.382.941 para Investimentos.

2009 – O orçamento da EBC para 2009 foi proposto pelo Poder Executivo no valor global de R\$ 382 milhões, sendo R\$ 100.543.070 destinados a Pessoal, R\$ 152.378.531 a Custeio e R\$ 129.078.399 a Investimentos.

Podemos afirmar, portanto, que a EBC, pelo menos na sua origem, aparece como uma empresa pública de comunicação comprometida com o direito à informação, o pluralismo de opiniões e a expressão da diversidade social e cultural brasileira. Um complexo de comunicação composto por uma TV Pública, oito emissoras de rádio, uma agência de notícias geridas sob o controle da sociedade através de um Conselho Curador representativo e autônomo. Seus usuários têm ainda, na Ouvidoria, um canal direto para suas críticas, opiniões e reclamações. Deve ser destacada a mudança operada no conceito de espectador proposto pela EBC. De consumidor, tal como concebido pelo sistema aberto, passou a ser cidadão por ter a possibilidade de acessar uma informação, em tese, mais plural e isenta de interesses ou preocupações políticas ou partidárias.

Justamente essa questão é a que nos interessa particularmente, ou seja, como pode ser entendida uma informação que considere o receptor como sujeito ativo e passível de interferir na vida pública de maneira mais consciente e crítica fruto de uma informação independente. Dessa maneira torna-se necessário realizar um aprofundamento proposto por estudiosos preocupados com essa questão o que nos permitirá tecer considerações sobre a relação comunicação, sociedade e democracia, tema esse que veremos a seguir.

2- Uma relação necessária: comunicação, sociedade e democracia

Na contemporaneidade um evento ganha visibilidade na medida em que é veiculado num dos diversos meios de comunicação presentes na sociedade. Especificamente, por tratarmos da televisão, não podemos ignorar a força que as imagens exercem nas sociedades latino americanas onde o acesso a outras fontes de informação resulta quase impossível para a maioria da população.

Falar de televisão implica em pensar na força das imagens e nas representações simbólicas que criam quando são apropriadas pelos receptores num ambiente onde, de certa forma, tornam-se hegemônicas. Atuando privilegiadamente no cotidiano a televisão edita o mundo e, principalmente, agenda temas. Por ter esse papel relevante se

Apenas para ilustrar, em média no período delimitado, US\$1,00 correspondeu aproximadamente a R\$2,25. Informações disponíveis em: <http://www.ebc.com.br/prestacao-de-contas/orcamento/>. Acesso em 20 de março de 2009.

pode afirmar que a televisão entra num processo permanente de produção de significado, portanto de construção da realidade em todas suas manifestações, quer sejam culturais, econômicas ou políticas. Debord (1997) refletindo sobre o poder que as imagens adquirem na contemporaneidade falou da sociedade atual com a sociedade do espetáculo. Para ele a relevância da televisão se encontra no poder das imagens em transformar a realidade numa representação gerando uma dinâmica de reconstrução social na qual as pessoas deixam de viver o vivido para viver sua representação. De maneira bastante incisiva o autor salienta que o espetáculo não é um conjunto de imagens, e sim uma relação mediada por imagens.

Baudrillard (2004), reforçando o posicionamento descrito anteriormente, sustenta que, num mundo onde se perderam as grandes narrativas usadas para elucidar os acontecimentos, as explicações ficaram reduzidas ao instantâneo, ao aqui e agora, fato esse aproveitado pela televisão para agregar componentes determinantes na interpretação dada pelas pessoas ao que lhes é oferecido como realidade. Baudrillard alerta para essa característica de espectacularização que as mídias têm ao apresentar os fatos, evidenciando a grande potencialidade da TV e da Internet, em especial, por oferecer seus conteúdos a partir da idéia de imagem instantânea, ou seja, se apresentando como a testemunha do evento simultaneamente ao seu transcorrer. Baudrillard nomeia este fenômeno de hiperrealidade, uma vez que, justamente, assim como Debord (1997) é em função dela que vivemos e não mais da realidade.

Reforçando as interpretações de Debord e Baudrillard, Ramonet (2007), aponta alguns fatores que teriam corroborado na descaracterização da informação o que nos levaria a ver os fatos de maneira fragmentada perdendo com isso uma visão crítica do conjunto impossível de ser reconstituído dentro de uma grande narrativa.

O primeiro fator está relacionado com a idéia de informação. Por informação deveria entender-se a descrição precisa e documentada do fato a ser publicado. Além disso, o meio de comunicação precisa subsidiar o receptor com dados suficientes para que este compreenda seu significado mais profundo. Perguntas-chaves como: quem fez o quê, com que meios, onde, por que, e quais as conseqüências, deveriam ficar totalmente esclarecidas para o leitor. Para Ramonet (2007) o advento da televisão, e sua supremacia como meio de comunicação, implicou num duro golpe naquela concepção

antiga de informação. Como na atualidade se pode assistir ao vivo e em tempo real praticamente a tudo o que acontece, a reflexão e as explicações mais detalhadas passaram para um segundo lugar ou simplesmente se abandonaram. Para estar informado, é necessário ver o acontecimento, não entender seu significado.

Outro elemento importante seria a submissão do tempo presente à imagem. Efetivamente, na hora de selecionar os fatos para serem publicados pelos meios, imperam os que possuem imagens e, conseqüentemente, o resto das notícias fica num segundo lugar quando não são ignoradas. A televisão, num mundo de clara predominância visual, estaria ditando as regras ao jornalismo impresso. As notícias que não aparecem na TV perdem sua importância, mesmo que algumas sejam mais relevantes que àquelas vistas e aceitas pelo público como verdadeiras. Desta forma, a imagem determina a informação na atualidade.

A maneira como a informação é apresentada representa outro elemento desencadeador da superficialidade da informação. Noticia-se o que pode ser comunicado ao vivo, em tempo real. Com isso, o espaço anteriormente destinado à exposição de opiniões e análises no jornal impresso cedeu espaço para as imagens e as notícias resumidas.

O quarto fator apresentado por Ramonet (2007) diz respeito à veracidade da informação. Na atualidade, um fato é verdadeiro, não por aplicarem-se critérios objetivos, rigorosos ou porque as fontes tenham sido devidamente verificadas. A veracidade se impõe pela repetição constante e permanente de dados nem sempre confirmados. Como estamos num momento de alta competitividade, a mesma notícia veiculada pela televisão, pelo rádio e pelo jornal, torna-se verdadeira.

A soma desses fatores faz com que prevaleça a repetição, a imitação, o plágio e a formatação padronizada dos meios de comunicação. Informação e comunicação tendem a ser equivalentes, quando em outros momentos possuíam características bem diferenciadas. Ramonet denomina essa situação de “censura democrática”, ou seja, o poder do sistema de manipular os meios fornecendo-lhes as mesmas versões e imagens. Aparentemente se aceita o sistema democrático como o mais válido e representativo, mas a capacidade da crítica fica diluída dentro dos limites “verdadeiros” estabelecidos

por esse sistema. O excesso de democracia geraria a apatia, recaindo parte da culpa também no público, preso por essa rede de facilidades provenientes das novas tecnologias e da ausência da crítica.

Entretanto, a maneira como se mostram as notícias para a sociedade e o papel socializador das mesmas não deve ser menosprezado. No caso brasileiro, como mostramos nas páginas anteriores, a maneira como se pensou e se consolidou o sistema de concessões das emissoras de comunicação reflete o embate entre a iniciativa privada e a sociedade civil. O Estado teria a responsabilidade de mediar essa relação no intuito de evitar distorções ou desequilíbrios na hora de se pensar a construção simbólica da sociedade proporcionada pelos meios de comunicação.

Entretanto não podemos ignorar que o Estado é um espaço de disputa entre a esfera pública e a esfera mercantil. Nesse sentido Pierre Bourdieu (2004) dizia que sempre há dois braços dentro do Estado: um, em general minoritário, que defende interesses públicos e outro, que costuma ser majoritário, que defende os interesses mercantis. Dessa maneira esse autor identificava a essência das disputas na sociedade, ou seja, o enfrentamento, nem sempre visível, entre a esfera pública e a esfera mercantil. Assim, democratizar, no sentido proposto por Bourdieu, equivaleria a desmercantilizar as relações estabelecidas na sociedade para estabelecer uma lógica inversa à dominada pelo individualismo e pelo comércio. Se atentarmos para as colocações de Bourdieu fica claro que a reversão da predominância mercantil no âmbito estatal não é uma questão simples por envolver embates e interesses claramente contraditórios.

No caso latino americano algumas particularidades tornam mais complexa essa tarefa. Os modelos clássicos – notadamente o modelo europeu- de transição para uma sociedade moderna, na América Latina seguiram uma trajetória marcada pela convivência, nem sempre pacífica, de fórmulas culturais autóctones com ensaios de modernização próprios de sociedades urbanas marcadas por relações mais individualizadas e de consumo⁹. Os veículos de comunicação de massa seriam, conforme essa visão, os instrumentos primeiros para a operação da modernização das

⁹ Por modelo europeu entendemos a sociedade resultante de processos de transformação marcados pelas revoluções burguesas e industriais responsáveis principais pela constituição da sociedade de massas. Essa trajetória não teve o mesmo percurso na América Latina o que nos permite trabalhar com a idéia de sociedades diferenciadas marcadas pelo hibridismo proposto por Canclini (1990)

sociedades latino ignorando seu passado multicultural. Por essa razão, a relevância dos meios adquire um significado especial de tal forma que se pode afirmar que o papel dos mídia joga uma função quase que decisiva na consolidação de novas formas de configuração social e de intervenção cultural na sociedade.

Ao se pensar na democratização dos meios de comunicação, no caso da América Latina, resulta difícil não demandar do Estado uma efetiva participação para garantir a sobrevivência da pluralidade de culturas e, conseqüentemente, de distintas concepções políticas existentes no seio dessas sociedades. A TV Brasil – Canal Integração se insere justamente nesse contexto de se pensar na possibilidade de criar e manter um espaço público destinado a expressar a diversidade e pluralidade social, política e cultural latino americana. A concretização dessa programação será o item que estudaremos a seguir.

3- A TV Brasil – Canal Integración

A primeira menção a uma televisão internacional brasileira realizada em 2003 pelo então senador atual ministro das comunicações Hélio Costa, tinha o objetivo final promover a imagem positiva do Brasil frente aos estrangeiros. De *TV Brasil Internacional*, nome proposto pelo então senador, passou-se a *TV Brasil – Canal Integración*, voltada para o público sul-americano e com o objetivo de promover a integração regional e a cidadania sul-americana¹⁰. As transformações nos objetivos do projeto coincidem com as mudanças na política externa brasileira preocupada em valorizar as relações com os países vizinhos.

Assim, durante o ano de 2005, a equipe da TV Brasil, então formada por três pessoas, dedicou-se a tornar viável a implantação do projeto, partindo em missões internacionais, organizadas pelo Ministério das Relações Exteriores, em busca de parceiros nos países vizinhos. Aconteceram inúmeras reuniões com representantes de ministérios, canais de televisão públicos e privados, produtores independentes, fundações culturais e cinematecas da Argentina, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Venezuela e em diversos estados brasileiros. As reuniões trouxeram como

¹⁰ Em 2004, o Presidente Luis Ignácio Lula da Silva, formalizou o Canal Brasil Integración ao nomear o comitê gestor do referido canal. No ano seguinte começariam, efetivamente, as transmissões passando, atualmente, a ser inserida no Sistema Brasil de Comunicação.

resultado a consolidação de parcerias com quarenta e seis entidades sul-americanas para intercâmbio de conteúdos e profissionais, além de apoio técnico e logístico.

A primeira transmissão da TV aconteceu, em caráter experimental, com a cobertura do 5º Fórum Social Mundial, na cidade de Porto Alegre, em janeiro de 2005. A escolha do evento para as transmissões experimentais já indicaria as bases da linha editorial do canal, destacando a atuação cidadão, construção de uma identidade sul-americana, fortalecimento da integração regional e relações internacionais entre os países da região, políticas públicas e direitos humanos. Até sua efetiva consolidação, em 2007, outras experiências acabaram mostrando a relevância dessa nova emissora como pode ser aferida nos tipos de programação.

FAIXAS DE PROGRAMAÇÃO	TIPOS DE PROGRAMAS
Arte Plural	Retrata as diferentes expressões artísticas sul-americanas, com o objetivo de mostrar o rico cenário artístico da região.
Caminhos a Descobrir	A narrativa de viajantes ou habitantes nativos em diferentes produções que revelam as paisagens, cidades e povos da América do Sul.
Contos e Fotogramas	Movimentos históricos e história da vida de importantes artistas, personalidades, e pessoas comuns da América do Sul.
Cidadania em Foco	A iniciativa e o exercício das conquistas sociais em diferentes metrópoles e comunidades sul-americanas.
Diálogos de Atualidade	Debates e entrevistas que apresentam os principais temas em discussão na atualidade, com ênfase nos assuntos de integração.
Imagens em Movimento	Exibição de filmes, documentários e animações de produtores de toda a América do Sul.
Jornalismo	Exibição de programas jornalísticos produzidos pela equipe da TV Brasil.

Fonte: TV Brasil (jan/2007)

No Brasil, as pessoas podem assistir a programação do Canal Integração pela TV Nacional e NBR, canais abertos e TV Comunitária de Brasília, canal 8 a cabo, em Brasília; TV Senado e TV Justiça, em todo o país; TV Comunitária de Belo Horizonte, no canal 13 a cabo, em Minas Gerais; pela operadora a cabo Amazon Sat; Canal Futura, em todo o país; Rede Sesc- Senat de Televisão; TVE Bahia, para este estado e TVE Brasil.

Na América do Sul, a programação está disponível através das televisões Canal 7, na Argentina; Canal 13, na Colômbia; Ecuavisa, no Equador; Teleducación e Telefuturo, no Paraguai; Teve Ciudad, no Uruguai; Telemiga, na Colômbia; Televisión Nacional del Peru, no Peru; *Telesur*, para outros 17 países na região. Além de operadores a cabo. Atualmente cerca de 160 operadoras a cabo da América do Sul, América Central e América do Norte estão autorizadas a redistribuir o sinal do canal internacional brasileiro.

Para este trabalho selecionamos a maneira como se elabora a faixa de programação Jornalismo no intuito de avaliar- como se (re)constroem as notícias relacionadas ao continente no Canal Integración.

O Canal Integración não tem assinatura das grandes agências de notícias internacionais, como a *Reuters*, CNN e AP. Privilegia o material fornecido pela Comunidade Sul-Americana de Nações e das emissoras parceiras. Não trabalhar com as agências de notícias tradicionais também é possível pelo fato do canal não ter um programa diário de notícias. Seus dois telejornais, o *América do Sul Hoje* e *Notícias do Brasil* têm edições semanais.

O Canal Integración consiste em funcionar como uma agência de notícias para as emissoras parcerias, principalmente em eventos ocorridos no Brasil e de interesse de toda a região. Nesse caso, são organizadas coberturas especiais, possibilitando que a informação chegue às televisões parceiras também de forma alternativa às tradicionais.

A equipe de jornalismo do canal tem sete repórteres e editores, quatro editores de imagem e dois cinegrafistas. Sua rotina consiste em assistir aos telejornais das emissoras parceiras e selecionar imagens e assuntos de acordo com a linha editorial da TV Brasil Canal Integración. As notícias são escolhidas segundo temas e não de acordo com divisões em editorias como economia, política e assim por diante. Esses temas, políticas públicas, relações internacionais, participação cidadã e cultura, funcionam como linhas mestras para a produção dos telejornais.

O noticiário *América do Sul Hoje* procura informar os telespectadores brasileiros sobre os fatos marcantes da semana nos demais países da região na tentativa de

aproximar os povos sul-americanos. O programa, com formato de uma revista eletrônica, estreou dia 18 de fevereiro de 2006. Tem cerca de trinta minutos de duração, divididos em três blocos e exibido em português. Os temas abordados giram em torno da cidadania, cultura, políticas públicas e relações internacionais. As notícias levadas ao ar, entre dez e doze *mts* por edição, têm duas naturezas: metade delas originárias de telejornais de emissoras parceiras e a outra metade produzida inteiramente pela equipe da TV Brasil.

A contextualização é um dos pontos chave não apenas para esse jornal, mas para todas as produções jornalísticas da emissora. Diferente do conceito de *Suíte*, quando a reportagem recupera a história de um assunto já presente na memória dos telespectadores, contextualizar nesse caso representa apresentar um assunto totalmente novo, com atores e processos sociais desconhecidos pelo telespectador.

Essas matérias, usando a imagem de outras emissoras, dão origem a notas simples e cobertas, com duração variando entre trinta segundos e dois minutos, sendo mais comuns as notas ficam em torno de um minuto de duração, compondo uma das partes do *América do Sul Hoje*.

Na segunda parte, o telejornal apresenta reportagens produzidas totalmente pela equipe da TV internacional dando destaque a fatos relacionados à integração, como encontros regionais, cúpulas de autoridades, relações diplomáticas. Além de temas como direitos humanos, trabalho infantil, entre outros, sempre tratadas no âmbito sul-americano, fazendo, por exemplo, uma comparação entre os países.

Estas reportagens amparadas em questões sociais que afetam toda a região geralmente estão no terceiro bloco, junto às matérias culturais. São mais longas, tendo em média três minutos de duração, e costumam trazer o parecer de organismos internacionais especializados naquele assunto.

O *Noticias de Brasil* surgiu pela demanda das emissoras parceiras internacionais por notícias sobre o Brasil. O noticiário é, portanto, voltado para os telespectadores da América do Sul não brasileiros. Tem duração entre vinte e cinco e trinta minutos, exibido em espanhol, apresenta de doze a catorze reportagens, sendo em média duas

delas produzidas pela TV Brasil e as demais reedições de emissoras parceiras brasileiras.

O objetivo principal do jornal é possibilitar às pessoas sul-americanas um conhecimento mais aprofundado da realidade brasileira, por meio de informações sobre os principais assuntos que mobilizaram o país naquela semana, dentro de uma perspectiva cidadã.

A seleção das notícias segue os temas política nacional, abrangendo fatos relacionados aos três poderes e também eleições, economia, numa visão mais conceitual e menos voltada para negócios, movimentos sociais, políticas públicas e relações internacionais.

Esse telejornal tem características bem diferenciadas em relação ao *América do Sul Hoje*. Todos os *vts* são em formato de reportagem, as matérias vindas de emissoras parceiras passam por modificações menores. Basicamente o trabalho fica em torno da retirada de detalhes secundários, muito relacionados ao público brasileiro e que acabam interferindo no entendimento do fato principal. A maior preocupação na construção do *Noticias de Brasil* está em mostrar o acontecimento de forma direta e simples, e aprofundá-lo na contextualização

Conclusão

A neutralidade e imparcialidade não existem na comunicação. Assim, ao chegar ao final do trabalho ficou claro que o Canal Integración representa uma ruptura de um modelo comercial e se submete á lógica dos interesses públicos no sentido de criar um cenário propicio para sustentar uma política voltada para a comunidade latino americana. A opção, como demonstramos, se consolida na medida em que ganha estrutura e orçamento específico além de se remeter a fontes e origem das notícias fora dos procedimentos tradicionais, a saber, as grandes agências. Contudo sua acessibilidade ainda deixa a desejar por ficar restrita a áreas específicas. O mesmo poderíamos dizer dos níveis de audiência que nas últimas pesquisas apontavam a pouco mais de 1%. Porém o que está em jogo não são apenas esses elementos e sim a existência de uma rede recente portadora de um espaço aberto para produções e

interpretações capazes de reverter a situação descrita pelos autores citados no item segundo. Assim o Canal Integração representa uma opção que ainda deve ser explorada para se ter uma definição clara em relação à sua natureza (canal público) e finalidade (pluralidade e multiculturalidade).

Referências

- BAUDRILLARD, Jean (2004) *Da Sedução*. Campinas: Papirus.
- BOURDIEU, Pierre (2004): *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense.
- CANCLINI, Nestor G (1990): *Culturas híbridas*. México: Grijalbo.
- DINES, Alberto. Sequêstraram o Conselho de Comunicação Social. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=477JDB001>, Acesso em 2 de jan. de 2009.
- DEBORD, Guy (1997): *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto Edit.
- 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.
- JAMBEIRO, Othon & STRAUBHAAR, Joseph. (2004): *Informação e Comunicação*. Bahia: Editora da UFBA.
- LIMA, Venício (2006): *Mídia – Crise Política e Poder no Brasil*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- PINSKY, Jaime. (2003): *Práticas da cidadania*. São Paulo: Contexto.
- _____. 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, Ignácio (2007): *A tirania da comunicação*. Petrópolis: Vozes.