

La televisión digital en Brasil

POR LEONARDO DI MARINO



TV Digital, Economía Política e Democracia

Valério Cruz Brittos (Org.)

São Leopoldo: Editora Unisinos, 2010, 294 p.

ISBN: 978-85-7431-135-7

El libro, editado en Brasil y recopilado por el investigador brasileño Valério Cruz Brittos, cuenta con la participación de grandes nombres del pensamiento de la comunicación en África y América Latina y reúne un conjunto de textos presentados en el IV Seminario de Investigación CEPOS, que tuvo lugar en la Universidad do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), en el cual estuvieron presentes entre otros José Marques de Melo, Sergio Mattos y César Bolaño.

La obra está dividida en tres partes para que el lector pueda comprender mejor las distintas temáticas que conforman el trabajo.

La televisión digital como laboratorio

En la primera parte del libro titulada 'Televisión y digitalización', Valério Cruz Brittos y Jeison Karnal da Silva presentan un artículo donde reflexionan sobre la importancia de la televisión digital configurada democráticamente por la comunicación, utilizando ejemplos de ideas abordadas en dos periódicos del Sur de Brasil.



A continuación, Sergio Mattos realiza un trabajo interesante y novedoso sobre la distribución de contenidos para teléfonos móviles y otros receptores móviles. Para este autor, la figura de los móviles es fundamental para la popularización del sistema digital, en un país en el cual la televisión digital alcanza un bajo índice de penetración en comparación con las ondas hertzianas analógicas.

Este capítulo cuenta también con un artículo sobre la regulación de las comunicaciones en Brasil, en donde César Bolaño junto con Rodrigo Braz debaten el tema de la regulación, utilizando como ejemplo el caso de la televisión por cable y preguntándose si su regulación sería conservadora o liberal.

El segundo capítulo denominado 'Economía política y sociedad' abre con un artículo del presidente de INTERCOM, José Marques de Melo, en el cual hace un recorrido histórico del pensamiento de Armand Mattelart en el marco de la comunicación brasileña, analizando en qué medida contribuyó a la misma e identificando el impacto de sus ideas en las universidades brasileñas.

Por su parte, Luiz A. Albornoz presenta una investigación enfocada en la cultura y comunicación de la cooperación española y latinoamericana durante el periodo de 1997-2007. Toma como ejemplo el caso brasileño por sus particularidades al compararlo con el resto de los países latinoamericanos, lingüística y culturalmente más próximos a España. Cierran este capítulo Ana Maria Oliveira Rosa y Rafaela Chagas Barbosa con una presentación de las discusiones de la economía política en el área de la comunicación brasileña. Exploran ampliamente este concepto en la determinación de la comunicación como bien público que se ve privatizado, y en la estructura y gestión de los sectores privados de la comunicación.

La articulación entre Estado y mercado

El último capítulo 'Media y democratización' cuenta con un artículo muy interesante en el cual João Miguel aborda la ausencia del Estado y la (des)organización de la sociedad civil y el *merchandising* social en la televisión de Mozambique. Este estudio novedoso en el mundo académico debate el papel del Estado, de la sociedad civil y de los medios en el contexto mozambiqueño actual, ilustrando el artículo con el ejemplo de la Televisión SOICO.

El último texto del libro analiza las zonas oscuras de la contra-información, ejemplificando cómo la revista brasileña *Época* informó sobre la subasta del Sistema Telebrás en el año 1999. Sus autores, Bruno Lima Rocha Beaklini y Rafael Cavalcanti Barreto, concluyen que el modelo privado nace en medio de una dudosa competencia y desata un conflicto en el seno de la élite brasileña para controlar el Sistema Telebrás.