

COMUNICAÇÃO INTERNACIONAL

Comunicação internacional é a estrutura que nos permite ter uma visão do mundo; aquilo que ocorre através de fronteiras internacionais (a partir do anos 60, porque anteriormente, era apenas entre governos. Passou a ser pessoa-a-pessoa com o surgimento da internet). É feita uma investigação dividida entre duas perspectivas:

- Económica: análise da produção e distribuição de produtos informativos e culturais;
- Política: análise das práticas de exercício de poder dos atores envolvidos na produção e associados à distribuição.

Hawid Mowlana: pai da comunicação internacional. Acredita que existem 4 perspectivas genéricas para definir a disciplina:

- Idealista humana (promover a paz, cooperação entre nações, comunicação como forma de conhecer/entender);
- Propaganda (sobretudo política, confrontações ideológicas);
- Expressão de poder económico (promoção do desenvolvimento económico dos países - elemento de modernização);
- Expressão de poder político (quem tem uma voz melhor representada, tem mais poder político);

Anos 70: fluxos informativos desequilibrados; sistemas mediáticos de países autoritários; comparação de sistemas e estruturas; atenção à cultura; reflexão sobre identidades (o que significa ser português?); desenvolvimento de uma consciência comum.

Anos 80: a disciplina passa a incluir a discussão sobre o processo de **Globalização** (nem toda a gente participa, mas toda a gente sente o impacto). Segundo Manuel Castells, a nova economia (que surge ao mesmo tempo que a internet) passa a ser informacional, global e em rede.

“**Aldeia Global**” (McLuhan, 1962): alcance global da economia capitalista e fluxos financeiros; divisão internacional do trabalho; turismo internacional/migrações; fluxos culturais, de entretenimento e informativos.

Media: agentes de globalização, mas também reforço de culturas locais e ligação às diásporas (comunidades emigrantes). Permitem uma formação de questões globais (ambiente, direitos humanos, desenvolvimento científico). Surgem impactos políticos como aceleração de

interdependência global, inclusão de questões globais nas agendas políticas, abertura das arenas públicas a outras vozes, mobilização e sensibilização de opinião pública. Conteúdos formatados de forma a poder viajar num espaço mais alargado que o nacional. Exemplo: RTP vs RTP Internacional.

Media - Cultura - Identidade: novos espaços de interação sócio-cultural, identidade transnacional/ desterritorialização, tendências contrárias.

Produção mediática/ receção:

- Distribuição global;
- Adaptação local (ex: traduções);
- Novas possibilidades de divulgação;
- Apropriação variável;
- Contextos essenciais;
- Padrões de lazer vs crenças e valores;

Impactos políticos:

- Aceleração da interdependência mundial;
- Inclusão de questões globais nas agendas políticas;
- Abertura das arenas públicas a outras vozes;
- Mobilização e sensibilização da opinião pública;

Mundialização e globalização da comunicação: do telégrafo à internet

Início das relações a nível diplomático entre países

Telégrafo (1837): dissociação da informação e do seu transporte físico; transmissão instantânea.

União telegráfica internacional (1865): impôs regras e limites à transmissão da informação; padronização do modo de utilização do telégrafo; funções administrativas, militares e económicas.

Expansão política: cabos submarinos (ligação entre países).

Século XIX: dois terços da transmissão era britânica. O desenvolvimento deste meio de comunicação era feito segundo os interesses britânicos.

Nova discussão: media como fator de desenvolvimento vs media como indução de dependência e novas formas de colonialismo.

Nova economia: privatização das telecomunicações a nível global; liberalização do mercado das telecomunicações (ou seja, o mercado admite concorrência); entrada em força das empresas privadas nas telecomunicações;

Fases dos media globais:

1. Internacionalização (2ª metade do século XIX);
2. Globalização (anos 60 do século XX; satélites);
3. Transnacionalização (século XX, ideia de que passamos a ter consumo de produtos internacionais);

Os governos têm um papel fundamental, pois financiam ou impedem a concorrência.

Do telégrafo ao comboio: 1884 - meridiano de Greenwich permite um estabelecimento de um fuso horário, uma divisão oriente/ocidente, uma facilidade de trocas (informação, produtos, etc.).

Rádio (1906): transmissão da informação sem fios, utilização de voz, domínio por parte das potências.

Impacto dos media:

Permitiram a criação das agências noticiosas (consequente oligopólio em função dos interesses políticos - franceses, alemães e ingleses - algo que termina com a I Guerra Mundial). Com estas agências, a informação chega até à população rapidamente, quer seja através do rádio, quer seja através da televisão.

Em 1920, assiste-se a um domínio do cinema por parte dos EUA e a uma evolução do poder da imagem (fins políticos, propaganda).

Após a II Guerra Mundial, surge uma nova tecnologia com as transmissões por **satélite** (1957) e uma geografia sócio-política da comunicação mundial.

Nos anos 90, os eventos passam a ter uma audiência global devido ao surgimento da **televisão** (“janela para o mundo”), como é o caso da transmissão da viagem à lua.

Internet

- Meio de comunicação, interação e organização social;
- Nasce como uma plataforma livre de comunicação entre pares;
- Inaugura um novo paradigma;
- Surgiu com intuito militar, mas nunca chegou a cumprir esse propósito. Uma das suas funções era guardar conteúdos em caso de ataques nucleares;

- As disparidades de acesso têm vindo a diminuir;
- Tecnologia contribuiu para o desenvolvimento de economias locais;
- Produtores como utilizadores;

Porém, a geografia da internet mostra que continuam a haver desigualdades: acesso vs literacia e participação. Para tirar partido da internet é necessário ter massa crítica e, por isso, os centros acabam por beneficiar mais do que os locais subdesenvolvidos.

A internet está a criar uma camada que priva o nosso acesso a ela. Cresce a vigilância e a mercantilização dos consumidores.

Imperialismo cultural: modelo de organização e de poder que visa a homogeneização da cultura de uma sociedade. As indústrias culturais mais poderosas acabam por se sobrepor às restantes (Norte dominante - principalmente os EUA - constitui uma ameaça a um Sul subjugado). É uma consequência dos desequilíbrios dos fluxos de informação. Tecnologia e comunicação são os fatores chave para a autonomia. Uma visão otimista da globalização afirma que os media respondem, em geral, à procura. Contudo, isto não invalida as **críticas ao modelo**:

- visão dicotómica do mundo, prejudicial à autonomia cultural e desenvolvimento de cada país;
- noção mecanicista de influência cultural, uma vez que promove mais as relações de dependência do que de crescimento económico;
- não considera a força e os fatores que operam a nível nacional e local, quer a favor quer contra o imperialismo cultural dos países do Norte. É necessário analisar fenómenos de resistência cultural, como o que aconteceu com a tentativa falhada de um Big Brother árabe.

Internacionalização dos Media: as inovações tecnológicas permitiram uma internacionalização da comunicação de massas (crescimento global dos media). Como os EUA dominam os meios culturais, o conteúdo transnacional é, maioritariamente, um reflexo do seu modo de vida (quanto mais rico for o país, maior é a probabilidade de alcançar o controlo dos media). As notícias foram o primeiro produto a ser mercantilizado. Associadas às novas tecnologias tem-se a guerra, comércio, imperialismo cultural e expansão industrial. Surgem, deste modo, as primeiras **agências noticiosas**: Associated Press, Reuters, AFP, TASS. A Europa tornou-se o maior produtor e consumidor de notícias estrangeiras.

Não existe divisória entre conteúdo global dos media e o conteúdo nacional; o material é, na sua maioria, importado e adaptado aos gostos domésticos. O foco desta internacionalização mediática

não é a política ou a economia, mas sim o nível de audiências. A concorrência torna-se cada vez mais agressiva.

Razões que levam as empresas a explorar o internacional: saturação de tenderias no espaço nacional, legislação antimonopolista, liberalização do mercado europeu.

As Organizações

Agências noticiosas, canais 24/7 e as novas plataformas

Agências noticiosas: são as primeiras organizações de media mundiais/globais e das primeiras corporações transnacionais. Vendem informações aos outros meios de comunicação e possuem correspondentes em pontos estratégicos, principalmente no mundo ocidental. Até aos anos 60, foram pouco estudadas porque trabalhavam nos bastidores; eram vistas como media poderosos e influenciadores (porque eram invisíveis), media como veículos do Estado-Nação e como exemplo do modernidade. Após os anos 60, começaram a receber maior destaque devido ao imperialismo cultural.

Encontram-se muito ligadas ao capitalismo (é esta a sua arma). Dispunham de informações que influenciavam o mercado e também dados relativos às colónias, essenciais para as metrópoles.

- Informação a retalho: informação vendida não ao utilizador, mas a outros meios de comunicação (jornais, governos ou empresas);
- Filosofia de imparcialidade: informação em bruto;
- Tipo de propriedade: Reuters era privada, Associated Press era uma corporativa de jornais, France Press era uma corporativa com uma parte estatal.
- Informação capitalista (AFP, AP, Associated Press, UPI) vs Informação socialista (TASS)

Cenário atual: nos anos 90, as agências noticiosas entram no serviço de vídeo e imagem; a Europa domina o sistema mundial com perda de influência da UPI; internacional vs nacional; canais globais interpelam o conceito e a própria internet (informação a retalho ou ao consumidor) passa a ser um novo fenómeno, uma vez que a informação está em todo o lado a toda a hora.

Categorizarão:

- Concorrência - do cartel à luta pelo mercado;
- Os clientes mais importantes são os mercados domésticos (US e Europa Ocidental);

- Tecnologia - na vanguarda da inovação do cabo ao satélite (organizações complexas e multimidiáticas).

Problemática da cobertura: o fluxo de notícias é político. A cobertura está dependente da presença de correspondentes e, por isso, os países em vias de desenvolvimento dependem fortemente das agências internacionais. A maior parte da cobertura pertence aos países ocidentais, mas os países orientais falam de outros pontos/ângulos. As fontes americanas acabam por ser as mais citadas (poder, influência). Não há uma cobertura constante do regional. Agências ocidentais mais equilibradas na cobertura.

Canais mundiais 24/7: BBC, CNN, Fox News

- o aparecimento da CNN (1980) alargou os horizontes o conceito de Estado-Nação. Impôs-se definitivamente em 1991 com a cobertura em direto da Guerra do Golfo.
- houve uma desterritorialização/globalização/esfera pública global;
- divisão entre o doméstico e o estrangeiro esbatida;
- contrafluxos emergentes (ex: Al Jazeera, conhecida por retratar os factos de uma forma muito realista e crua);

Problemas desta cobertura: muito focada no “live”, evita questões estruturais e leva ao aumento do jornalismo interpretativo.

Redes sociais: desafios e ameaça às normas e padrões jornalísticos (autoridade e monopólio); levanta problemas quanto à verificação das informações obtidas; acelera o ritmo noticioso, uma vez que a audiência quer notícias a pronto.

Teoria Normativa dos Media

Normas para os media: direitos, obrigações, responsabilidades, interesse público. Estas teorias vêm estabelecer uma relação entre os media e a sociedade, como que um reflexo da atualidade. Desmitifica o conceito “imprensa livre”.

Teorias da imprensa/ do jornalismo

Teoria autoritária:

- Imprensa subordinada ao poder político;
- Media não devem perturbar a autoridade estabelecida nem defender os valores políticos morais dominantes;

- Autorização prévia e censura preventiva justificam-se;
- Atividade jornalística fortemente vigiada e o desvio às normas é considerado crime;

Teoria do Comunismo Soviético/ marxista-leninista:

- Media devem ser controlados pela classe operária e estar ao seu serviço;
- Media devem apoiar os movimentos comunistas;
- Media devem desempenhar funções sociais positivas, tais como educação, motivação e mobilização das massas;
- Os media devem transmitir uma visão completa e objetiva do mundo segundo os princípios comunistas;
- Sociedade tem direito de recorrer à censura para prevenir publicações anticomunistas.

Teoria Liberal:

- Qualquer pessoa ou grupo deve poder publicar o que quiser sem restrições (livre circulação de informação);
- Todos têm o direito de livre exame das questões públicas e de livre opinião sobre ela;
- Mercado de informação deve ser livre (livre concorrência);
- Liberdade de imprensa é a garantia da racionalidade e da discussão esclarecida;

Críticas: ignora o abuso de poder dos detentores de monopólios; a liberdade de imprensa possui um carácter muito negativo; não se aplica muito bem a meios que não o jornalismo; informação vaga sobre quem beneficia do direito à liberdade;

Teoria da Responsabilidade Social:

- Os media têm obrigações/responsabilidades para com a comunidade;
- Notícias devem ser objetivas, precisas, verdadeiras, leais e relevantes;
- Media devem ser livres mas auto-regulados, de modo a respeitar a veracidade, rigor, objetividade e equilíbrio;
- Media devem seguir códigos de ética e de conduta profissional (responsabilidade social acima da liberdade dos media);
- Governo pode intervir para salvaguardar o interesse público;
- Os media devem evitar publicar tudo aquilo que possa conduzir ao crime, à violência ou desordem social, ou que possa ser ofensivo para minorias étnicas ou religiosas;

- Os medias devem ser pluralistas, refletindo a diversidade das sociedades e concedendo acesso aos diferentes pontos de vista e ao direito de resposta;

Em Portugal, a regulação dos media é feita através da legislação, Entidade Reguladora para a Comunidade Social, Provadores e os códigos de ética.

Limitações apresentadas a estes modelos:

- O livro foi publicado no período da Guerra Fria, logo a ideia exportada de liberalismo e livre iniciativa é um espelho da ideologia americana (pouco equilíbrio);
- São ignorados os abusos de poder por parte dos monopólios;
- O conceito de liberdade de imprensa apresenta um carácter muito negativo;
- As teorias não se aplicam muito bem a meios que não o jornalismo/imprensa;
- Vaga ideia sobre quem beneficia do direito à liberdade;
- Os modelos não sabem lidar com as inovações tecnológicas;
- O livro aborda aquilo que os media deveriam ser e não aquilo que realmente não, logo não há uma reflexão da realidade (apenas uma construção teórica);

Teoria do Desenvolvimento:

- Media devem estar ao serviço do desenvolvimento nacional, difundindo informação que contribua para a promoção da economia, educação da população, melhoria das práticas sanitárias e de saúde, e da participação política;
- Media devem contribuir para reforçar a identidade cultural nacional;
- Liberdade dos media condicionada pela responsabilidade face à nação;
- Estado deve ser o gestor da comunicação social;
- Censura e outras formas de controlo dos media são justificadas;

Teoria do Audiovisual Público:

- Sistema financiado por fundos públicos e independente face ao governo;
- Deve responder a necessidades comunicacionais da sociedade e dos cidadãos (universalidade, diversidade na programação, atenção às minorias, cultura nacional e linguagem);
- Deve servir as necessidades do sistema político;
- Deve ter preocupações específicas com qualidade;
- Fraquezas: duelo entre independência e objetivos a serem cumpridos; ligação entre o que o público deve ver e o que quer ver.

Modelo Mediterrâneo ou Pluralista Polarizado: (França, Grécia, Itália, Portugal e Espanha)

- Imprensa orientada para a elite;
- Circulação pequena;
- Centralizado dos media electrónicos;
- Liberdade de imprensa e desenvolvimento de indústrias dos media comerciais foram tardes;
- Jornais são marginais em termos económicos e necessitam de subsídios;
- Instrumentalização por parte do governo;
- Profissionalização do jornalismo pouco desenvolvido;
- O Estado é proprietário, regulador e financiador.

Modelo Corporativista Democrático (Áustria, Bélgica, Dinamarca, Finlândia, Alemanha, Holanda, Noruega, Suécia, Suíça):

- Desenvolvimento precoce da liberdade de imprensa e da indústria dos jornais;
- Circulação elevada de jornais;
- Jornais partidarizados e media ligados a grupos sociais organizados;
- Elevado profissionalismo jornalístico;
- Rádio e televisão seguem o modelo parlamentar, mas a autonomia é elevada;

Modelo Norte-Atlântico ou Liberal:

- Liberdade de imprensa precoce;
- Domínio dos jornais comerciais;
- Baixo paralelismo político;
- Domínio do pluralismo interno (exceção dos britânicos);
- Profissionalização do jornalismo;
- Autonomia política condicionada pelos interesses comerciais (mais do que pelos estatais);
- Jornalismo orientado para a informação;
- Papel limitado do Estado;
- Rádio e televisão autónomas e organizados;

Os media e a política externa

Forma como os media influenciam e/ou são influenciados pelo poder político: a diplomacia, historicamente considerada como uma atividade de elite ou de gabinete, passa a ser questionada

devido à intensa cobertura de eventos, crises e guerras (os media são muito influentes nestes casos, uma vez que promovem um aumento de consciência). O relacionamento entre governos e media começa a ser alvo de escrutínio público e estudos académicos. Os mass media tornaram-se uma força significativa a modelar o nosso futuro cultural e político (muito daquilo que sabemos é através dos media - fonte de informação). Os governos desenvolveram e usaram um aparelho para estimular e influenciar os produtos dos media. Quando o assunto não é algo comum, os media são mais influentes. Media enquanto fonte de informação vs enquanto meio de propaganda.

CNN Effect: as notícias (muitas em tempo real) influenciavam os governos como habilidade de cobertura televisiva para levar e motivar intervenções do Ocidente durante crises humanitárias. Pressão política através da divulgação de determinados conteúdos. Os media são considerados revolucionários, porque expandem o debate político. Duas versões de criação de notícias:

- **Versão executiva:** os media transmitem conforme o que pode ser chamado “agenda oficial”;
- **Versão de elite:** a cobertura mediática é feita conforme os interesses das classes influentes;

Escola Manufacturing Consent: media têm pouca ou nenhuma influência sobre a política externa. É dito que os media são as “ovelhas” que seguem o “pastor” (governo). Os media são elementos do conservadorismo e estão muito ligados ao poder.

Estes estudos distintos provam que a relação governo-media é dinâmica. Os media são um elemento que pode constituir mudanças na sociedade. É defendida a existência de um modelo de interdependência mútua: media e governos co-evoluem, incorporando um na existência do outro, às vezes para benefício mútuo, outras vezes para prejuízo mútuo.

Os políticos olham para os media como um contribuinte maior para a complexidade das relações internacionais: introduzem novos atores, novas informações e alargam o leque de objetivos para os decisores.

Papel dos media para a política externa: fonte de informação rápida (a usar no início de um ciclo político durante situações de crise); instrumento para terroristas (media usados para provocar respostas dos governos às suas ações); agenda-setting; diplomacia televisiva;

Teorias da influencia dos media: diferentes fases no decorrer de uma crise recebem diferente cobertura mediática; a imprensa, apoiada pela opinião pública, pode ajudar a articular a urgência da

intervenção humanitária; o impacto dos media é significativo quando as políticas não são claras e não há consenso governamental (o que ocorre geralmente no início de uma crise).

Constrangimentos da resposta imediata dos media: exclui peritos e diplomatas; facilita a manipulação; cria expectativas elevadas; produz relatos deficientes por parte dos media; promove juízos de valor instantâneos.

Informação e política

Da globalização às redes internacionais de jornalismo colaborativo

Globalização: nova intensidade de interligação dos fluxos políticos, económicos e financeiros; não há uma data estipulada para o seu início; relações económicas, tecnológicas, culturais, sociais, políticas e ecológicas cada vez mais complexas em todos os continentes; cada vez mais crises globais potenciais ou reais (como as alterações climáticas, a ameaça nuclear ou as pandemias); os resultados de decisões ou incidentes num país fazem-se sentir noutros países ou regiões do mundo.

Globalização + digitalização: crescente digitalização das atividades a todos os níveis; crescente ligação de pontos em redes complexas e densas.

Eventos globais: pressupõem um público global e a emergência de uma esfera pública global (há assuntos de interesse comum a nível global); as fronteiras entre o nativo e o estrangeiro são esbatidas.

Novos desafios para o jornalismo: a fronteira entre a cobertura nacional e estrangeira é cada vez mais permeável e a produção noticiosa deve refletir essas interconexões e a complexidade da nossa sociedade atual. Se a globalização é definida por relações contínuas entre regiões e povos, geradas por capital, comércio, mobilidade humana e tecnologia, a dimensão jornalista é obrigada a elevar-se. Aumenta a competitividade por todos quererem ser o primeiro a mostrar.

Pede-se uma nova perspetiva global: informações do tipo internacional, incluindo potencialmente relações internacionais (entre estados-nação) e processos transnacionais. Ex: ameaças ecológicas e pandémicas. Cresce a dependência de atores políticos e de mercados (perigo para o 4º poder).

Jornalismo colaborativo em redes transnacionais (anos 90): estabelecimento redes transnacionais para fazer jornalismo de investigação. Envolve jornalistas de diferentes países que têm uma ideia de interesse mútuo, e que reúnem material para publicarem para as suas próprias audiências. Tem como consequências a responsabilização dos poderes mundiais e a Europeização da esfera pública (visibilidade dos assuntos europeus, observação e interpretação síncrona).

Cobertura noticiosa de conflitos

Papel dos media:

- **Observador crítico:** obriga os governos a serem mais abertos e transparentes nas suas declarações e apões militares; os jornalistas são vistos como imparciais ao conflito (vigilante = 4º poder);
- **Publicista:** tem sido fortemente criticado, uma vez que tende a legitimar as perspectivas e narrativas governamentais (cobertura parcial, muito próxima da publicidade); mais do que uma questão militar, é uma questão política; notícias tendem a privilegiar fontes oficiais, o que leva a uma cobertura acrítica;
- **Campo de Batalha:** media e redes militares são indistintas; media são o espaço em que as guerras são combatidas e em que a audiência experimenta a guerra (importância do espetáculo e das inovações tecnológicas); mais do que aquilo que é dito, importa a forma como é dito;

A guerra é noticiável, mas depende também da escala e intensidade do conflito, da sua localização, da origem dos combatentes e das implicações estratégicas. Por vezes, ocorre uma confusão entre cobertura noticiosa e propaganda.

Cobertura 24/7: os diretos permitiram uma contemporaneidade e transmissão instantânea a uma audiência global. Levaram à sensacionalização e trivialização de histórias complexas (info-entretenimento: cobertura virtual da guerra tornada num conflito sem sangue). No entanto, com os diretos perde-se o aprofundamento noticioso, é mais difícil de lidar com rumores e há uma pressão acrescida para emitir, o que pode levar a fontes não identificadas e especulações.

Embedded journalism: os jornalistas fazem parte das forças militares de forma a controlar a informação que é exposta. Trata-se de uma estratégia posta em prática pelos EUA para não perder a guerra nos media.

Problemas: cobertura sem revelação de conteúdos sensíveis; segurança dos jornalistas em jogo; informação escassa; retrato parcial e patriótico da guerra.

Constrangimentos: media audiovisuais com pouco tempo para relatar eventos e processos complexos; pressão para emitir não permite um aprofundamento dos temas; acesso à informação é dificultada pelas autoridades militares; governos desenvolveram mecanismos para formatar ou distorcer a cobertura mediática.

Imagens de guerra: mostrar demais (des-sensibilização) vs mostrar de menos (desconhecimento da guerra). Levanta questões relativamente à manipulação.

Terrorismo

Cobertura noticiosa de conflitos

A fonte de oxigénio do terrorismo é a exposição mediática. Os terroristas necessitam de cobertura para que os seus atos tenham validação e **consequências**: espalhar o medo, frustrar e perturbar as respostas oficiais, mobilizar e atrair apoiantes, amplificar as ações, etc. O **objetivo** é atacar o máximo de gente possível. Muitas vezes, serve os interesses dos líderes políticos. Nem todas as ameaças são retratadas de igual forma e isso influencia a opinião pública e a nossa perceção de quem são os “inimigos”.

A **televisão por satélite** foi a estratégia mais usada pelas forças terroristas e permitiu criar uma audiência global (objetivo dos autores) para que os ataques fossem vistos em direto. Em tempo de crise, a população sente mais necessidade de se informar. A **internet** também foi importante, pois permitiu aos terroristas publicarem a sua versão dos factos. Estes querem muita gente a ver, não muita gente morta.

Estes problemas levantam a questão: deverá haver limitações à transmissão e privar os cidadãos de informação ou deve noticiar-se os acontecimentos e deste modo cumprir a vontade dos terroristas?

Alterações na prática jornalística após o 11/Setembro: transmissão em direto com interrupção das emissões normais; grande presença de jornalismo opinativo; forte necessidade de consenso; aparecimento do tom patriótico.

Os jornalistas são obrigados a um discurso objetivo e imparcial, mas tal não se verifica quando passam a ser instrumentos do Estado. É necessário produzir uma cobertura distanciada das fontes e dos acontecimentos.

Tipos de terrorismo:

- **Internacional:** não perturba a ligação interna da comunidade nem põe em causa a unidade nacional; gera consenso.
- **Interno:** ocorre precisamente o oposto, obrigando os media a fazer escolhas semânticas, ideológicas ou políticas.

Media e Atualidade

Refugiados, migrantes e movimentações populacionais

Os media são uma fonte de informação sobre os grupos ou assuntos ligados à migração e à diversidade. Têm o poder de disseminar e instruir representações particulares das minorias e dos migrantes, incluindo imagens negativas. Por outro lado, atuam como um espaço para a participação dos migrantes na esfera pública.

Tipo de cobertura (tradicionalmente feita): a natureza multicultural e multi-étnica das sociedades europeias não está refletida nos media. De acordo com vários estudos, as representações mediáticas dos imigrantes são muitas vezes etnocêntricas e tendem a privilegiar aspetos conflituosos e controversos (são vistos como um grupo à parte). As coberturas mais positivas acontecem para demonstrar processos de assimilação cultural, com os imigrantes a serem representados como um sucesso quando os seus ganhos podem ser enquadrados dentro da cultura dominante. Quando há preocupações públicas sobre determinados assuntos, os media podem elevar o sentimento de risco, criando uma espécie de pânico moral. A cobertura é episódica e recorre a fontes oficiais (como o governo), não a refugiados propriamente ditos. Oscilação entre vitimização e malevolência (os migrantes eram vistos como uma ameaça à estabilidade).

Motivos desta cobertura: falta de conhecimento especializado sobre assuntos de migração; tempo limitado para recolher informação; valor notícia superior de notícias mais diretas e inferior nas coberturas complexas (problemas europeus vs problemas nacionais); há maior noticiabilidade nos aspetos “maus”; racismo cultural; arrogância civilizacional; erro da generalização, visto que há diversidade cultural dentro de um mesmo grupo de refugiados; descontextualização geográfica (não é só um problema europeu).