

Resumos Comunicação Internacional

O que é a Comunicação Internacional?

Hamid Mowlana – Anos 60

A CI estuda o papel das Agências Noticiosas (Reuters, AP, Lusa). É também a estrutura que nos permite ter leituras do mundo.

4 Perspetivas para estudar as intervenções na CI

1. **Idealista Humana** – promover a paz, cooperação entre nações, comunicação como forma de conhecer/entender;
2. **Propaganda** – sobretudo propaganda política, confrontações ideológicas
3. **Expressão de poder económico** – podemos promover o desenvolvimento económico
4. **Expressão do poder político** – quem tem uma voz com mais alcance é quem tem mais poder político ex: EUA

Robert Forster define a CI como “a comunicação que ocorre através de fronteiras internacionais”.

Primeiro tínhamos comunicação entre Governos, depois Business to Business e por fim de pessoa para pessoa. Nos anos 70 cresceram os fluxos informativos, os sistemas mediáticos de países autoritários. Surgiu a comparação entre sistemas e estruturas e a atenção à cultura e à forma como se relacionam umas com as outras. Desenvolveu-se também a consciência comum ligada a assuntos como a paz (anos 70 a 90). Hoje em dia focamo-nos nos direitos do homem e no ambiente.

Nos anos 80 começou-se a falar do conceito de Globalização. O mundo é globalizado não porque todos participam, mas porque é causado um impacto. Existem diversas opiniões relativamente à definição do conceito de globalização: Giddens e Robertson p.e.

A nova economia é baseada, segundo Manuel Castells, na informação, é global.

Os Media

Conteúdos que foram formatados de forma a poder viajar num espaço mais alargado que o nacional. Facilmente conseguimos consumir conteúdos de cadeias internacionais.

» Globalização e Media

Aldeia Global, McLuhan 1962 “A Galáxia de Gutenberg” – o autor dizia que o sistema mediático evoluiu de tal forma que as pessoas voltaram a reunir-se como numa aldeia, à volta de um meio.

Dimensões: Alcance da economia capitalista e fluxos financeiros a nível global; Divisão internacional do trabalho; Turismo internacional, migrações; Fluxos culturais de entretenimento e informativos.

Media » Cultura » Identidade

- Novos espaços de interação sociocultural
- Identidade transacional/desterritorialização
- Tendências contrárias

Produção Mediática/Recepção: distribuição global, adaptação global, novas possibilidades de divulgação, apropriação variável, contextos essenciais, padrões de lazer vs crenças e valores.

Os Media vistos como agentes de globalização mas também reforço de culturas locais e ligações às diásporas » Formação de questões globais!

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.

Aula 2 – A mundialização e a globalização da comunicação - Do Telegrafo à Internet

Começam as relações a nível diplomático entre países.

1837 | Telegrafo - transporte de mensagens feito de forma instantânea para uso principalmente militar, político, administrativo e comercial. Também foi usado para a difusão de informações o que leva à criação das Agências de Comunicação.

1865 | União Telegráfica Internacional – surge para processar normas e tarifas. Foi a primeira União Internacional governada por técnicos/engenheiros.

Nota: A expansão do Telegrafo foi predominantemente política. Houve um grande investimento dos Governos. Deu-se a ligação entre países por interesses económicos e coloniais. A tecnologia é importante, mas a forma como ela se expande tem principalmente objetivos políticos.

Transporte Ferroviário: Com o Telegrafo surge também um maior investimento no transporte ferroviário. Isto leva a uma definição de uma norma horária, utilizando o Meridiano de Greenwich como a hora 0.

Início do Século XX | A Rádio – Começa com o telegrafo; Surge com a possibilidade de transmitir voz, leva à criação da rádio; Em 1906 decorre a primeira Convenção sobre a Rádio; O cinema ao longo do século XX baseia-se na tecnologia francesa.

Síntese

Impacto nos Media – Surgem as primeiras Agências Noticiosas; Televisão (2ª metade do século XX) a imagem vista como o objeto de maior veracidade; Rádio nos anos 60; Cinema.

Pós 2ª Guerra Mundial – A partir dos anos 60

Novamente a tecnologia: Dos emissores aos satélites

Novamente a política: a geografia sociopolítica da comunicação mundial

! O mundo encontrava-se dividido em 2 blocos, em processo de colonização e repleto de regimes totalitários!

Surge uma nova discussão: Media percebidos como fator de desenvolvimento versus Media como indução de dependência e novas formas de colonialismo.

Economia revelada

- 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 segundo Jean Chalaby

- 2ª Metade do século XIX | Internacionalização
 - Anos 60 do século XX | Globalização (satélites)
 - Século XX | Transnacionalização » ideia de que passamos a ter consumo num país de conteúdos de outro
- » Os Governos tem um papel fundamental pois financiam ou impedem a concorrência

Anos 90

Televisão como janela para o mundo – permite o acesso a eventos globais, audiências globais, toda a gente assiste o mesmo como por exemplo: 1º homem na lua, 11 de setembro, funeral da Princesa Diana.

A Internet

- Meio de comunicação, de interação e de organização social.
- Nasce como uma plataforma livre da comunicação entre pares
- Inaugura um novo paradigma
- Queriam-se uma tecnologia em que a informação estivesse em todo o lado, mas em nenhum sítio em caso de ataque nuclear

Democratização?

- Disparidades de acesso tem vindo a diminuir; A tecnologia contribui para o desenvolvimento da economia local; Produtores como utilizadores
- A Geografia da Internet mostra que existem desigualdades entre os que beneficiam: acesso vs literacia e participação.

De novo a economia revelada!

- Crescente privatização da internet e da utilização por parte dos utilizadores;
- Crescente vigilância e mercantilização dos consumidores

Aula 3 – Imperialismo Cultural

Tópicos da aula: Teoria do Desenvolvimento; Compreender a sua relação com o aparecimento da tese do Imperialismo Cultural; Compreender o contexto cultural/internacional em que estes campos de pensamento foram desenvolvidos; Compreender o papel da UNESCO neste processo e as suas reivindicações dos países não alinhados, como também a importância do relatório MacBride; Analisar as críticas feitas à tese do Imperialismo Cultural.

Aula 4 - Internacionalização

Tópicos da aula: Explicar os movimentos de concentração e internacionalização das empresas mediáticas (fatores, consequências, limitações/barreiras); Processo de concentração das empresas de RP e Publicidade; Papel dos media nacionais.

Aula 5 – Agências e Canais 24/7

Organizações – Agências de Notícias » Canais 24/7 e nas novas plataformas; Tem informação a que os noticiários recorrem; Tem coberturas em diversos pontos do mundo.

Anos 60

Foram estudadas após a tese do Imperialismo Cultural – São as primeiras organizações de mídia globais e das primeiras corporações transnacionais.

As primeiras agências noticiosas tiveram uma natureza transacional desde o início:

- Davam informação a jornais, aos governos e às empresas;
- Estavam ligadas ao capitalismo;
- Atores maiores no processo de globalização, contribuíram muito para a circulação de informação a nível global.

Existia a informação a retalho, uma filosofia de imparcialidade e o tipo de propriedade (pública ou privada).

Até à II Guerra Mundial, agências eram vistas como: Mídia poderosas e influenciadores, como veículos do Estado-nação e como exemplo de modernidade.

Nos Anos 60

- UNESCO apoiou o desenvolvimento das Agências Nacionais ex: em África
- Sistema global dos “big four” (Reuters, AP, AFP e UPI) + 2 referências do bloco comunista (TASS e Xinhua)
- NWICO: modo de ser ocidental

Problemáticas pós NWICO

» Relatório da UNESCO em 1985 de H. Mowlana: A AFP, AP, Reuters e UPI são fonte dominante de notícias internacionais para a maior parte dos países da América do Norte, Europa Ocidental, Ásia, África e América Latina. A TASS é a principal fonte para os países socialistas.

Cenário Atual

Anos 90: Agências noticiosas entram no serviço de vídeo e imagem. A Europa domina sistema mundial com perda de influência da UPI. Temos uma luta entre o que é nacional e internacional. Canais globais interpelam o conceito e a própria internet – informação ao retalho/ao consumidor.

Grandes Agências

Reuters, AP, AFPTV

Outras Agências: TASS; Xinhua, Inter Press Service

Categorização

Concorrência: do cartel à luta pelo mercado

Clientes: os mais importantes são os mercados domésticos (EUA e Europa Ocidental)

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

The big 3

- Localização nas nações mais poderosas: Reino Unido, EUA, França
- Perspetivas: China? Japão? Índia?
- Autonomia: Reuters (privado), AP (cooperativa), AFP (governo + cooperativa)

Problemática da Cobertura

Cobertura depende da presença do correspondente, países em vias de desenvolvimento dependem das Agências Internacionais.

Resultados: Maior número de países cobertos pelas NA ocidentais, países não ocidentais relatam de países não mencionados nas outras; Fontes oficiais dos EUA + citadas; Não há enviesamento regional da cobertura; Agências não ocidentais usam fontes não ocidentais e dão um tom mais negativo; Agências ocidentais mais equilibradas na cobertura.

Canais Mundiais 24/7

- Surge a CNN, dá-se a desterritorialização/globalização/esfera pública global; SIC notícias foi o primeiro canal 24/7 em Portugal; Tradicional divisão doméstica/ estrangeiro; Contrafluxos emergentes.

Os canais globais: BBC, CNN, Fox News

Problemas de cobertura em contínuo: muito focada no imediato, no “vivo”, leva à fragmentação da informação; evita questões estruturadas; aumento do jornalismo interpretativo.

Redes Sociais

- Desafio e ameaça às normas jornalísticas e problema da verificação

»» Aceleração do ritmo jornalístico – Influência atos e organizações (nomeadamente políticas), audiência espera produção em contínuo.