

ISCTE

*MESTRADO EM COMUNICAÇÃO, CULTURA E TECNOLOGIAS DA
INFORMAÇÃO*

GEOPOLÍTICA DOS MEDIA

(2012/2013)

O PROCESSO DE MUNDIALIZAÇÃO DOS MEDIA

- Universalização do modelo norte-americano - **Daniel Lerner** (1958)
- Influência norte-americana como dispositivo de encorajamento de pluralidade de fluxos; progresso das produções locais através da incorporação de produções externas - **Ithiel de Sola Pool** (1977)

A POLÊMICA

- Influência norte-americana como manifestação de uma estratégia expansionista do pós-guerra - **Herbert Schiler**
- Influência norte-americana manifestar-se-ia mais na exportação do modelo organizativo do que na exportação de conteúdos - **Jeremy Tunstall** (Formas televisivas híbridas - telenovelas egípcias, mexicanas e brasileiras)

CELEBRAÇÃO DO «PAPEL ACTIVO DO TELESPECTADOR»

- **Armand Mattelart** e a recusa da dicotomia imperialismo cultural / identidade nacional
- **Umberto Eco** e a «neotelevisão»
- **Elihu Katz** e o «pluralismo de descodificação»: grupos de telespectadores de culturas diferentes teriam a sua própria maneira de «negociar» com o programa (Exemplo: a série norte-americana *Dallas*).
- **Derrick de Kerckhove** e os novos processos de formação de sentido

CONTRIBUIÇÃO DOS «CULTURAL STUDIES»

- **Dick Hebdige** (Univ. Birmingham): os fluxos culturais transnacionais não devem ser vistos como portadores de perigos para as identidades nacionais mas sim como recurso ao alcance dos telespectadores que, assim, podem desenvolver novas formas de identificação fora dos quadros restritos oferecidos pelas culturas nacionais tradicionais.
- **Stuart Hall**: o processo de mundialização proporciona um contexto favorável à ruptura com as velhas lógicas da identidade cultural, levando a pensar as identidades culturais como algo que não se define uma vez por todas mas como algo constantemente em formação, em construção.

CONTRIBUIÇÃO DOS «CULTURAL STUDIES» *SÍNTESE*

Culturas concebidas de forma sincrética (o que contraria a ideia de cultura como entidade homogénea dotada de elevado grau de coerência). Logo, fluxos transnacionais cada vez menos interpretados enquanto ameaças e cada vez mais enquanto contribuições exteriores para a revalorização, a recomposição culturais.

OUTRAS CONTRIBUIÇÕES

- **Ulf Hannerz**, antropólogo sueco denuncia «a visão alarmista da ameaça de uma homogeneização cultural global» e propõe a adopção do conceito de **CRIOLIZAÇÃO CULTURAL**
- **Appadurai**, antropólogo norte americano de origem índia fala de **INDIGENIZAÇÃO** para significar a maneira pela qual as sociedades «periféricas» se apropriam dos fluxos culturais «provenientes das metrópoles»

RISCO

Criação de uma base teórica para novas lógicas inerentes à:

- Privatização
- Desregulamentação
- Concorrência

LIBERALIZAÇÃO / PROTECCIONISMO

As relações entre os EEUU e a Europa no
domínio do audiovisual

Relatório de Março de 1994

«LIVRO BRANCO»

MARÇO DE 1994 (Ant. Pedro Vasconcelos)

- O audiovisual, segunda das principais exportações norte-americanas
- Mais de 60% das receitas provinham da Europa dos 12
 - 330 mil milhões de dólares em 1984 e 3.600 mil milhões em 1992 (aumento de 11 vezes em oito anos)

«LIVRO BRANCO»

EXEMPLOS DE DOMINAÇÃO

- De 1980 a 1995 o índice de ocupação das salas de cinema europeias por produções norte-americanas passou de 35% para 80%;
- Em 1975, a lista dos dez maiores êxitos de bilheteira, em França, incluía nove produções francesas e uma norte-americana; em 1991 a lista era constituída, unicamente, por produções norte-americanas

«LIVRO BRANCO»

UM SISTEMA ASSENTE EM TRÊS PILARES

1. A sala da cinema
2. O mercado do vídeo
3. A televisão

«LIVRO BRANCO»

CENTRALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO

Disney/Buena Vista, Columbia/Tristar, Warner Brothers, 20th Century Fox, Touchstone, Hollywood Pictures, Paramount, Universal, MGM.

Para exploração do mercado europeu as três últimas «majors» agrupadas na United International Pictures (UPI)

«LIVRO BRANCO»

UMA TRIPLA ESTRATÉGIA COMERCIAL

- **DIRECTA:** a Warner anunciava a abertura, até ao ano 2.000 de 120 multiplexes com 10 a 12 salas cada um
- **INDIRECTA:** política de associações – A Lusomundo, holding de capital maioritariamente português associado à UIP, à Walt Disney, à Buena Vista, à Hollywood Pictures e à Touchstone (multiplexes em numerosos centros comerciais portugueses e espanhóis – Madrid, Barcelona, Valência e Saragoça)
- **INDUZIDA:** distribuição gratuita

CONTEXTO

O PANORAMA TELEVISIVO NA EUROPA

1981 – 40 canais TV

1988 – 77 canais TV

1989 – 85 canais TV

1990 – 92 canais TV

1991 – 97 canais TV

1992 – 111 canais TV

1993 – 129 canais TV

Tempo global de emissão: de 200.000 para 650.000 horas

CONTEXTO

GERAR AUDIÊNCIAS ECONOMIZANDO RECURSOS

- «Talk-shows» em horário nobre;
- Filmes-documentário de custos reduzidos para cumprir cláusulas contratuais
- Largos espaços da grelha com filmes, telefilmes, séries, «sitcoms» seleccionados segundo critérios de baixos custos (custo médio da produção, em França, de séries e de telefilmes era três a cinco vezes superior ao custo norte-americano – *Telos*)

GRUPOS EUROPEUS NO AUDIOVISUAL NORTE-AMERICANO

- Ciby 2000 (Grupo Bouygues)
- Polygram (Philips)
- Penta (Grupo Berlusconi)

- Grupos alemães Bertelsman et Leo Kirch financiadores de «crónicas de juventude de Indiana Jones»

- Crédit Lyonnais no capital da MGM

A WORLD TELEVISION

(cabo e satélite)

SITUAÇÃO ACTUAL

- Formação de gigantescos trusts que, embora incorporando capitais externos (Europa, Japão, Austrália), não deixam de fabricar e distribuir mundialmente produtos mediáticos fortemente marcados por técnicas, estilos e valores norte-americanos
- Multiplicação de canais globais e regionais ou pan-regionais (pan-europeus, pan-latinoamericanos, pan-asiáticos, pan-árabes, pan-africanos)

CONCLUSÃO

- Complexidade dos fluxos televisivos
- Necessidade de os estudar à escala global mas, também, à escala das mega-regiões culturais e linguísticas
- Regiões hegemônicas por um Estado ou grupo de Estados
- Um caso particular – Al Jazeera, do Catar