



## **Globalização e regionalização: desafios e estratégias para a comunicação internacional no Brasil**

### **Coordenação:**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Anamaria Fadul (UMESP) e Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sonia Virgínia Moreira (UERJ)

### **Participantes:**

Anamaria Fadul<sup>1</sup>, docente, Universidade Metodista de São Paulo – UMESSP

Cláudia Sendra<sup>2</sup>, mestranda, Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

Mário Quinderé<sup>3</sup>, mestrando, Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

Sonia Virgínia Moreira<sup>4</sup>, docente, Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ

### **Resumo**

Neste início de século ainda são poucos os estudos no Brasil que tratam da Comunicação Internacional no contexto da globalização e da regionalização. No exterior, essa área de pesquisa consta da grade curricular tanto dos programas de graduação como de pós-graduação e é objeto de interesse de muitos pesquisadores – em especial aqueles que se dedicam aos estudos sobre fluxos e contrafluxos de informação e de programas e formatos televisivos, assim como aos estudos comparados de sistemas internacionais de comunicação e mídia. Essa área ainda contempla outros fenômenos na arena internacional como o papel da comunicação e da mídia nos conflitos e guerras, assim como no terrorismo. A proposta da mesa é, portanto, debater o que se apresenta como um desafio para os estudiosos e quais são as estratégias possíveis para o avanço da pesquisa nessa área no Brasil.

### **Palavras-chave:**

Comunicação Internacional; Globalização; Regionalização; Pesquisa; Brasil.

### **Proposta da Mesa**

Os principais objetivos da mesa “Globalização e Regionalização: Desafios e Estratégias para a Comunicação Internacional no Brasil” são debater questões que tratam da Comunicação Internacional no contexto da globalização e da regionalização, bem como atentar para os desafios e as estratégias que se apresentam para a produção científica nessa área de estudo no Brasil. Elementos como internacionalização da mídia,

---

<sup>1</sup> Filósofa, professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo. [anafadul@uol.com.br](mailto:anafadul@uol.com.br)

<sup>2</sup> Publicitária, professora do Curso de Comunicação da Universidade Gama Filho, mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. [csendra.rlk@terra.com.br](mailto:csendra.rlk@terra.com.br).

<sup>3</sup> Jornalista, especialista em jornalismo cultural, aluno do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. [marioquindere@gmail.com](mailto:marioquindere@gmail.com)

<sup>4</sup> Jornalista, professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. [soniavm@terra.com.br](mailto:soniavm@terra.com.br)



fluxo internacional de informação e comunicação, compõem o universo de observação da Comunicação Internacional geralmente elaborados a partir de condições nacionais que contribuem para exames comparados entre países.

Assim, três apresentações contextualizam aspectos que servem para entender o país no contexto da globalização: a regionalização das emissoras de televisão, a construção da imagem do Brasil no exterior elaborada pela mídia internacional e o lugar do Brasil na construção do universo midiático; e uma apresentação reúne alguns dos autores e teorias que deram origem aos estudos do campo da comunicação internacional, objeto principal de debate desta mesa.

### **Resumo 1**

#### **Globalização e regionalização da mídia**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Anamaria Fadul – Universidade Metodista de São Paulo

O processo de globalização econômica, acelerado principalmente na década de 70 do século passado com o surgimento das novas tecnologias de comunicação, informática e telecomunicação, é concomitante àquele surgido na área da comunicação e da mídia. As mudanças, num primeiro momento, acentuavam a ampliação da noção de espaço e parecia deixar para trás a dimensão nacional e, de certa forma, o próprio Estado. Entretanto, já nos últimos anos do século passado, assiste-se à retomada de questões que pareciam ultrapassadas, como aquelas de região e de local, que representam uma nova exigência de produtores e consumidores de comunicação e mídia em busca de uma nova forma de proximidade em um espaço cada vez mais global. O texto pretende examinar essas questões a partir de uma análise empírica sobre o processo de globalização e regionalização das emissoras de televisão no Brasil.

### **Resumo 2**

#### **Notícias do Brasil: a construção da imagem brasileira na imprensa internacional**

Claudia Sendra – mestrandia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

A construção e a manutenção da imagem positiva de um país constituem fatores cruciais para seu posicionamento competitivo no cenário internacional. A ampliação dos fenômenos decorrentes da globalização torna cada vez mais urgente e necessário o entendimento da percepção externa sobre o Brasil, como forma de nortear estratégias eficazes que maximizem possibilidades de desenvolvimento econômico e social do país. Uma imagem internacional de credibilidade e simpatia, se bem fixada no imaginário



global, pode significar a ampliação de investimentos estrangeiros, vantagens no âmbito da política internacional e atuação efetiva em áreas em que o país se apresenta, hoje, apenas como potencialmente competente.

Diversos esforços estão sendo desenvolvidos no sentido de solidificar no público internacional uma imagem favorável do Brasil. Tais iniciativas foram temas de artigo publicado pelo presidente da Fundação Centro de Estudos de Comércio Exterior – Funcex, Roberto Giannetti da Fonseca, O economista destaca que países desenvolvidos têm sua imagem nitidamente definida internacionalmente, e que o Brasil, por não contar com essa representação fica numa situação delicada. Nesse sentido, verificar como o Brasil vem sendo apresentado ao olhar estrangeiro através de notícias publicadas nos veículos de comunicação constitui importante mecanismo para a compreensão de fenômenos referentes às relações internacionais do país.

Propomos apresentar dados que apontam a forma como o Brasil é apresentado no noticiário espanhol, na versão impressa do periódico *El País*, e, a partir daí, discutir como matérias jornalísticas podem dar sentido à representação do Brasil. Acreditamos que o debate em torno deste assunto pode fornecer elementos que contribuam para entendimento do imaginário produzido na imprensa que, em última análise, influencia questões pragmáticas, concretas e tangíveis. Este pode ser um caminho viável para pensar a relação entre processos objetivos envolvidos na produção jornalística e a construção de representações sociais e, especificamente, para investigar se – e de que forma – a imprensa ratifica e constrói estereótipos relacionados ao Brasil.

### **Resumo 3**

#### **Perdidos na selva: uma análise da cobertura de Joe Sharkey e do *The New York Times* sobre o acidente do vôo 1907**

Mário Quinderé – mestrando, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Pretendemos analisar a cobertura do repórter americano Joe Sharkey para o *The New York Times* sobre o acidente envolvendo um Boeing 737 da companhia aérea Gol e um jato Legacy em plena selva amazônica brasileira, ocorrido no dia 29 de setembro de 2006, em contraposição à cobertura do mesmo jornal como um todo.

A proposta é destacar que tipo de discurso jornalístico foi utilizado pelo repórter na construção de suas matérias, partindo da hipótese de que sua abordagem reforçou estereótipos e representações negativas a respeito do Brasil. Ao todo, Sharkey escreveu três colunas a respeito do acidente entre os dias 3 de outubro e 21 de novembro. Neste mesmo período, o *The New York Times* publicou 12 matérias.



Como base dessa investigação, preciso fundamentar melhor algumas abordagens teóricas que envolvem o fazer jornalístico. Das funções que os jornalistas foram ganhando ao longo do tempo, uma das que lhes confere mais status, sem dúvida, é a de intérprete da realidade. Estudos do jornalismo mostram que o desenvolvimento do código de objetividade jornalística está associado ao aumento, justamente, deste status de intérprete da realidade, ou seja, quanto mais “objetivo” mais “competente”.

Sabemos como a questão da objetividade é controversa. No processo de construção da notícia, uma série de escolhas e opções é feita, muitas delas, partindo de um referencial meramente pessoal. É impossível dissociar a bagagem sócio-cultural de um jornalista e o impacto disso em sua “interpretação objetiva da realidade”.

Além disso, acreditamos que o universo midiático é, efetivamente, construído, e não um reflexo natural do que acontece no espaço público, ou seja, é uma instância que impõe aos receptores uma visão de mundo previamente articulada, sendo que tal visão é apresentada como se fosse a visão natural do mundo, nas palavras de Patrick Charaudeau.

Tendo em vista que Sharkey participou do evento como passageiro do jato Legacy envolvido no acidente, acreditamos ser este um bom exemplo de como o discurso da objetividade jornalística e o processo de construção da notícia podem ser observados, contrapondo a visão do repórter, expressa em suas três colunas, e a do jornal, em suas 12 matérias. Apesar das visões não serem exatamente iguais, elas guardam semelhanças entre si, muitas vezes construídas a partir de concepções pré-concebidas, baseadas em imagens rarefeitas e negativas, que os ajudam a simplificar a realidade com base em informações parciais e descontextualizadas.

#### **Resumo 4**

##### **Teoria e pesquisa em comunicação internacional**

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sonia Virgínia Moreira – Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Pretende-se nesta apresentação recuperar a base teórica dos estudos de comunicação internacional e, com isso, abordar a pesquisa na área a partir da década de 1940, no período imediato pós 2<sup>a</sup> Guerra Mundial. Para tanto, o texto concentra-se em autores estrangeiros e suas respectivas linhas de pesquisa e publicações.

Entre os vários autores que trabalham com o tema foram selecionados aqueles que consideramos os mais emblemáticos para a área. Kaarle Nordenstreng, da Universidade de Tampere, na Finlândia, hoje professor e pesquisador de comunicação internacional e ética na comunicação, foi um dos autores-chave para os estudos sobre o equilíbrio no fluxo de notícias. Também coordenou trabalhos relacionados à área na International



Association for Media and Communication Research (IAMCR) para a Unesco, como as pesquisas *Foreign Images* e *Community Communication*, realizadas nas décadas de 1970 e 1980. O húngaro George Gerbner faz parte desse grupo de pesquisadores desde os seus estudos desenvolvidos na Universidade da Califórnia, onde escreveu a tese de doutorado “Para uma teoria geral da Comunicação”. Coordenou a partir dos anos 60 o Projeto de Indicadores Culturais, um plano contínuo de análise de mídia que trabalhava principalmente com análise de conteúdo da programação de TV. Dos livros de sua autoria podem ser citados *The Future of Media – digital democracy or more corporate control?*, de 2000; e *Invisible Crises: What Conglomerate Control of Media Means for America and the World*, de 1996. Outro autor importante para o campo foi Herbert Schiller, que durante vários anos atuou como pesquisador da Universidade da Califórnia em San Diego. Junto com Chomsky foi um dos maiores críticos da mídia americana, suas práticas e políticas. Dos vários livros que publicou destacam-se: *Mass Communication and American Empire* (1969) and *The Mind Managers* (1973).

Cees Hamelink, professor de Comunicação Internacional na Universidade de Amsterdã e de Mídia, Religião e Cultura na Universidade Livre de Amsterdã é outro autor a destacar. Formado em teologia e psicologia foi editor da *Gazette, the International Journal for Communication Studies*, a publicação mais antiga e representativa da pesquisa em comunicação internacional. Também foi consultor do Instituto para o Desenvolvimento Social da Unesco; um dos incentivadores, em 2001, do movimento CRIS – Communication Rights in the Information Society, que trata dos direitos da comunicação em diversos países, inclusive no Brasil, e fundador da Carta de Comunicação Popular (*The People Communication Charter*), movimento global permanente em defesa da qualidade do “ambiente da comunicação”. O iraniano Hamid Mowlana, um dos fundadores do Programa em Comunicação Internacional da American University em Washington, D.C., também é autor importante para o campo. Entre os seus livros podem ser citados: *Global Information and World Communication*, de 1997, e *Global Communication in Transition: the end of diversity?*, de 1996. Atualmente Mowlana trabalha com estudos interdisciplinares, com trabalhos envolvendo as relações internacionais e a comunicação internacional.

Todos esses nomes que contribuíram de alguma forma para o desenvolvimento dos estudos na área de comunicação internacional e de globalização da mídia estiveram em algum momento das suas carreiras vinculados a associações de pesquisas internacionais,



o que contribuiu para a produção de artigos e coletâneas, além da organização de eventos que tiveram impacto considerável na produção científica internacional da área.

### **Referências bibliográficas**

ALSINA, Miquel Rodrigo. *La Construcción De La Noticia*. Paidós Ibérica: Buenos Aires, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*. Contexto: São Paulo, 2006.

DEMARS, Tony. Contextualizing International Communication. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 2004, Vol. 48, No. 2, p. 330-332.

DOTA, Maria Inez Mateus. Aspectos culturais do Brasil na visão do *New York Times*. In: *Revista acadêmica do grupo comunicacional de São Bernardo*. Em: [www.metodista.br/unesco/GCSB/index.htm](http://www.metodista.br/unesco/GCSB/index.htm)

GERBNER, George. *The Future of Media – digital democracy or more corporate control?* Seven Stories Press, 1999.

HAMELINK, Cees J. *The Global Information Society: visions, people and power*. Genebra: Instituto Universitário de Estudos do Desenvolvimento, 2003.

MARQUES DE MELO, José. *Espanha: sociedade e comunicação de massa*. São Paulo: Summus, 1989.

MODY, B. and LEE, Anselm. Differing Traditions of Research on International communication. In W. Gudykunst and B. Mody (ed.) *Handbook of International and Intercultural Communication*. Thousand Oaks: Sage, 2001.

MOREIRA, Sonia Virgínia. O Brasil para os estrangeiros: o que é notícia para os correspondentes internacionais sediados no Rio de Janeiro e São Paulo. 1989. [Mimeo]

MOWLANA, Hamid. *Global Communication in Transition: the end of diversity?* New York: Sage, 1996.

NORDENSTRENG, Kaarle and SCHILLER, Herbert. *Beyond National Sovereignty: international communication in the 1990s*. Westport: Praeger/Greenwood, 1993.

SOUSA, Jorge Pedro. Imagens actuais do Brasil na imprensa portuguesa de grande circulação. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. Em: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)



\_\_\_\_\_. *Introdução à análise do discurso jornalístico impresso*. Letras Contemporâneas: Florianópolis, 2004.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo Vol. 1 Porque As Notícias São Como São*. Insular: Florianópolis, 2005.

\_\_\_\_\_. *Teorias do jornalismo*. Vol. II. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.