

As plataformas de media estão a construir ou a quebrar a identidade europeia?

Embora as plataformas de media possam desempenhar um papel na valorização de uma identidade europeia, a dimensão europeia raramente prevaleceu na história dos media. A maioria das plataformas web são propriedade de empresas americanas, dividindo-se as quotas de mercado entre produções nacionais e importações dos Estados Unidos e de outros países influentes. O projecto EUMEPLAT, financiado pela EU, conduzirá uma análise multidisciplinar para esclarecer se as novas plataformas (YouTube, Netflix e NewsFeed) estão a tornar a cultura europeia mais europeia. Para responder a esta questão, o projeto analisará indicadores relacionados com a produção, consumo e representação. Procurará também apontar padrões aos níveis nacional, regional e europeu.

A nossa abordagem pretende:

- fornecer conhecimentos detalhados sobre a evolução do panorama mediático europeu;
- apresentar uma definição operacional de “europeização” e fornecer aos decisores políticos diretrizes para a abordar como uma prioridade estratégica;
- identificar as melhores práticas na circulação cultural transeuropeia;
- analisar a representação de questões sensíveis (género e imigração) em dez países;
- sugerir contra-medidas para combater as externalidades negativas da plataformização, com ênfase em notícias falsas anti-europeias;
- recorrer, com base em todas as tendências detetadas, a uma indicação dos problemas a serem priorizados na agenda futura.

Impacto esperado:

Em linha com a chamada H2020 subordinada ao tema ‘Paisagens mediáticas em evolução e a europeização’, seguem abaixo os impactos esperados do projecto EUMEPLAT:

- preencher a lacuna de conhecimento sobre a paisagem mediática europeia no cenário global;
- realização de análises diacrónicas e sincrónicas da paisagem mediática;
- oferecer previsões fiáveis sobre a evolução do panorama mediático europeu;
- desenvolver uma análise rigorosa da evolução do espaço político e cultural europeu e das suas perspetivas;
- contribuir para a melhoria dos dados estatísticos e métodos de investigação relativos aos meios de comunicação social contemporâneos;
- dotar os decisores políticos de conhecimentos e instrumentos eficazes para compreender o impacto da paisagem mediática em mutação na política europeia e na europeização política e cultural;
- favorecer o debate transcultural;
- preparar o terreno para novas atividades económicas;
- promover a consciência, num sentido mais amplo, das questões críticas relevantes relacionadas com o panorama mediático e do papel desempenhado pelos media na formação da identidade europeia.