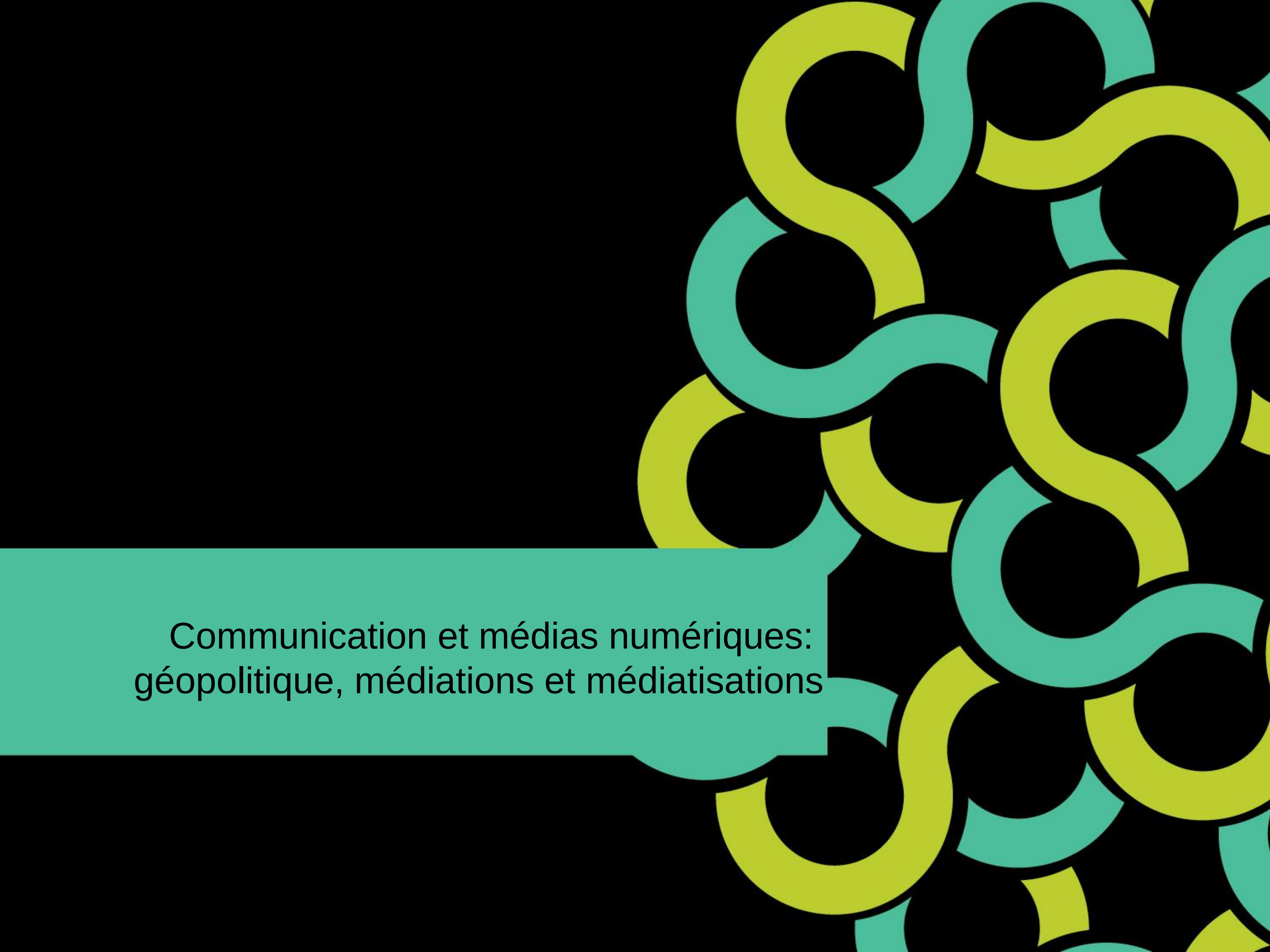




Communication et médias numériques:
géopolitique, médiations et médiatisations

Pour quoi géopolitique et médias? (Boulanger, 2013)

- D'un point de vue mondial, on vit dans un environnement complexe et en mutation continue; il faut s'adresser aux différents domaines de compétence pour analyser et comprendre ces mutations.
- La géopolitique est un de ces domaines, car il regroupe des discussions autour des controverses, pouvoirs, stratégies et positionnements sociaux.
- On peut considérer les médias contemporains comme un élément fondamental dans l'explication des rapports de l'homme avec son milieu (e.g. milieu politique).
- La géopolitique des médias considère ainsi que l'étude entre les acteurs médiatiques, de la représentation de ces luttes d'influence; permet de comprendre les grands déséquilibres du monde actuel puisqu'ils en sont les acteurs et les reflets. Surtout, les sources d'information, les outils d'information, la captation des audiences sont à la fois des enjeux de domination de l'opinion comme des moyens privilégiés pour comprendre les stratégies de contrôle, les tensions et les rivalités entre les acteurs.

Pour quoi géopolitique et médias? (Boulanger, 2013).

Des spacialités

- La géopolitique des médias montre que les technologies d'information et de la communication accentuent les dynamiques spatiales planétaires à travers plusieurs phénomènes comme la mondialisation, l'internationalisation, la globalisation et la transnationalisation
 - Mondialisation = synonyme de rapprochement des cultures et d'un nouvel état du monde grâce à des nouveaux moyens et usages liés aux médias
 - Globalisation = renvoie à la domination des États-Unis dans tous les secteurs des médias - économique, politique et culturel
 - Internationalisation = ouverture aux influences extérieures
 - Transnationalisation = renvoie au développement de la place des médias dans le monde; les frontières entre les états tendent à s'effacer dans l'échange des contenus médiatiques

Pour quoi géopolitique et médias? (Boulanger, 2013).

Des temporalités

- La géopolitique des médias s'inscrit aussi dans les rythmes variables, continuités ou ruptures historiques : le temps court et le temps long, le temps présent et le temps passé. L'information devient un enjeu d'ordre stratégique.
- “La guerre du sens” et des rivalités d'influence dans l'infosphère est une autre approche de la géopolitique des médias (spécialement quand on parle des échanges politiques en période de conflit).

Les quatre critères de la géopolitique des médias

- Les infrastructures de télécommunication
- La production médiatique
- La consommation des contenus
- Le flux d'information

Les trois concepts fondamentaux

- Structures de développement des réseaux d'information et communication
- Notion de “centre-périphérie”
- Représentations géopolitiques

Pour quoi géopolitique et médias en Amérique Latine ?

- Dans le cadre de la globalisation, les médias de l'Amérique Latine passent, maintenant, pour une question sensible concernant :
 - la privatisation concentration de propriété au Mexique et au Brésil
 - la dérégularisation (embats politiques)
 - la libéralisation
- La simple création de régulations n'est pas suffisante face au scénario complexe en AL

Media Systems and Communication Policies in Latin America

Edited by

Manuel Alejandro Guerrero
Universidad Iberoamericana, Mexico City

and

Mireya Márquez-Ramírez
Universidad Iberoamericana, Mexico City

palgrave
macmillan

Les quatre critères de la géopolitique des médias

- Les infrastructures de télécommunication
- La production médiatique
- La consommation des contenus
- Le flux d'information

Les critères: infrastructure de télécom

- L'infrastructure est déterminante pour le fonctionnement des médias soit comme business soit comme institution sociale d'influence sur l'opinion publique.
- La notion de réseau de communication est au coeur de cette approche.
- Pendant que les câbles sous-marins de l'internet permettent une connexion rapide et baissent les coûts, ils permettent aussi un déséquilibre parmi les flux d'information et de communication
 - on discute ici de l'accessibilité et de son contrôle par certains pays....

2014 Submarine Cable Map

Designed by TeleGeography
1000 4 Street NW, Suite 180, Washington DC 20004, USA
Tel +1 202 746 9000 Fax +1 202 746 9001
www.telegeography.com

Sponsored by Mobily
P.O. Box 113, 114 P.O. Box, Kingdom Tower, Riyadh, KSA
Tel +966 11 444 4444 Email info@mobily.com.sa
www.mobily.com.sa

TeleGeography 25

موبايلي
mobily
Innovate your world



Protectors of the Internet

Fiber-optic cables that traverse the bottom of the ocean floor form the backbone of the Internet. This critical global infrastructure relies on a small group of companies responsible for both the installation and maintenance of the more than 300 active submarine cable systems that interconnect the world.



FT 500 2013

Home UK World Companies Markets Global Economy

Highlights • [See the 2014 Rankings](#) • [Quarterly updates](#)

Search company, ticker symbol, sector or country

FT 500s:

Financial Times Global: en 2013, 8 de las plus grandes entreprises du monde étaient d'une industrie liée à télécom, informatique

#	MARKET CAP. ↓	NAME	SECTOR	COUNTRY	TURNOVER	INCOME	ASSETS	P/E RATIO	DIV. YIELD	PRICE	EMPLOYEES
1		Apple	Technology hardware	US				10.0	0.6%	\$442.66	
2		ExxonMobil	Oil & gas producers	US				9.3	2.4%	\$90.11	
3		Berkshire Hathaway	Nonlife insurance	US	-			17.4		\$156,280.00	
4		PetroChina	Oil & gas producers	China				13.1	3.8%	\$1.31	
5		WalMart	General retailers	US				14.9	2.1%	\$74.83	
6		General Electric	General industrials	US				17.1	3.0%	\$23.12	
7		Microsoft	Software & computing	US				14.3	2.8%	\$28.61	
8		IBM	Software & computing	US				14.8	1.5%	\$213.30	
9		Nestle	Food producers	Switzerland				19.9	3.1%	\$72.50	
10		Chevron	Oil & gas producers	US				8.9	3.0%	\$118.82	
11		ICBC	Banks	China	-			6.4	5.7%	\$0.70	
12		Johnson & Johnson	Pharma & biotech	US				21.1	2.9%	\$81.53	
13		Samsung Electronics	Leisure goods	South Korea				9.4	0.6%	\$1,357.18	
14		China Mobile	Mobile telecoms	China				10.4	4.2%	\$10.59	
15		Google	Software & computing	US				24.6		\$794.19	

Les quatre critères de la géopolitique des médias

- Les infrastructures de télécommunication
- La production médiatique
- La consommation des contenus
- Le flux d'information

Les critères: production médiatique

- La puissance planétaire des médias américains au XXe siècle a créé des modèles de production médiatique qui sont encore courants au XXIe siècle - presse, audiovisuel/cinéma, TV/cable.
- Différents rankings en 2015 indiquent et renforcent cette puissance

As 10 maiores empresas de mídia do mundo 2015

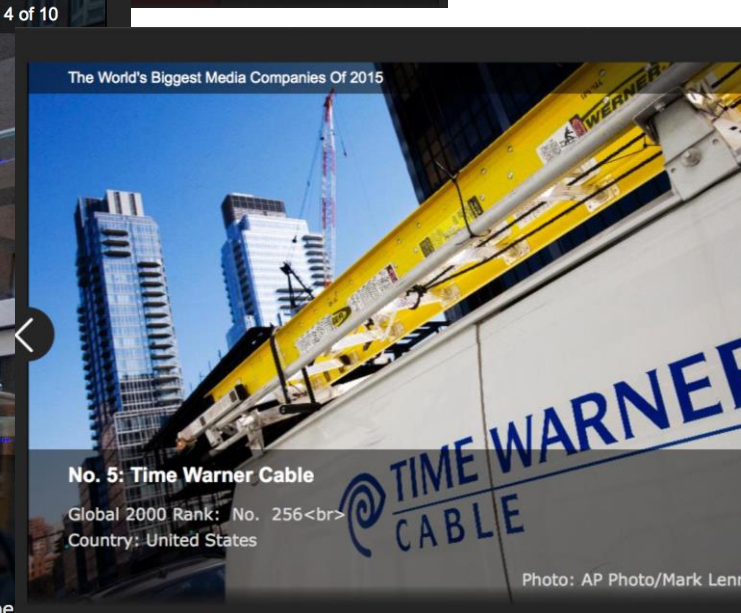
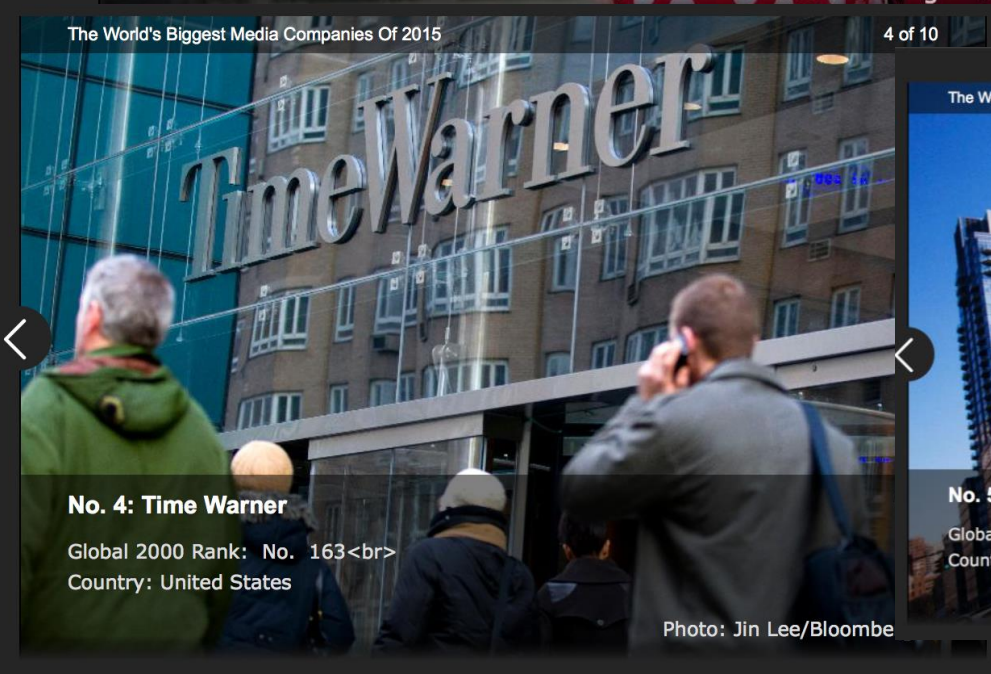
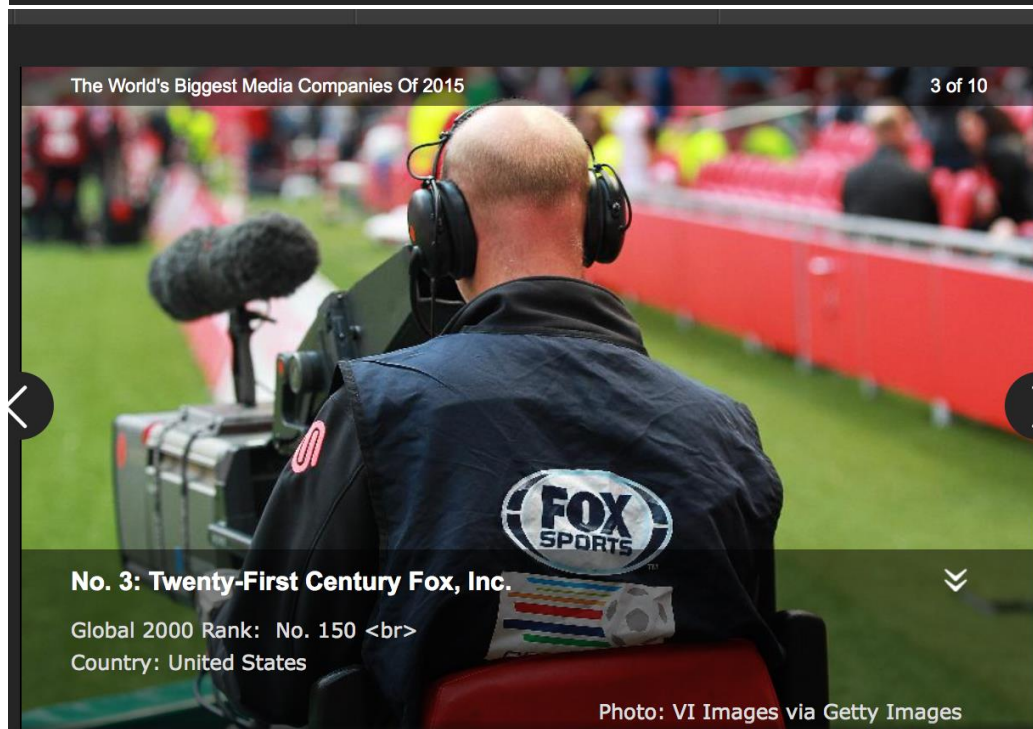
21
Mai



A consultoria *ZenithOptimedia* divulgou o **ranking 2015** das 30 **empresas de mídia que mais ganharam dinheiro no mundo** em 2014. Mesmo não produzindo conteúdo o **Google** se manteve no topo da **lista** por mais um ano. Veja as outras nove:

- 1º **Google** (EUA)
- 2º **Walt Disney Company** (EUA)
- 3º **Comcast** (EUA)
- 4º **21st Century Fox** (EUA)
- 5º **CBS Corporation** (EUA)
- 6º **Bertelsmann** (Alemanha)
- 7º **Viacom** (EUA)
- 8º **Time Warner** (EUA)
- 9º **News Corp** (EUA)
- 10º **Facebook** (EUA)

Forbes: en 2015 les plus grand média business du monde sont d'origine américaine



No. 6: Directv

Global 2000 Rank: No. 288

Country: United States

Photo: Chris Rank/Bloomberg News

WPP

No. 7: WPP

Global 2000 Rank: No. 315

Country: United Kingdom

CBS

No. 8: CBS

Global 2000 Rank: No. 392

Country: United States

Photo: trick T. Fallon/Bloomberg

No. 9: Viacom

Global 2000 Rank: No. 424

Country: United States

sky

No. 10: British Sky Broadcasting

Global 2000 Rank: No. 426

Country: United States

Photo: Simon Dawson/Bloomberg

Les critères: production médiatique - la naissance des nouveaux centres de gravité

- L'Asie: les médias dans un cadre d'héritage historique de la région
 - Chine et Inde comme "reproducteurs" de la production médiatique Occidentale
 - Baidu, Weibo, Alibaba; Lenovo et ZTN (hardware)
 - Régime de régulation rigide et de censures
 - Les pouvoirs d'influence de Chine et Inde caractérisés comme "soft power" aux États-Unis



百度一下

Baidu :
reproduisant le
Google



手机百度
快人一步



百度糯米
一元大餐

[把百度设为主页](#) [关于百度](#) [About Baidu](#)

©2016 Baidu 使用百度前必读 意见反馈 京ICP证030173号


微博电视 上微博,聊春晚!

推荐
安全登录
帐号登录



请打开微博客户端“扫一扫”

还没有微博? [立即注册!](#)


iPhone 客户端下载


Android 客户端下载


扫二维码 下载



邓超

今天 21:00 来自 iPhone 6s

我就是想悄悄地告诉你,今天我生日,我许的愿望就是,把我收到的所有祝福都送给你们,愿你们快乐,平安



收藏

转发 12265

评论 74832

517632

热门话题

换一换

#江苏卫视春晚#	2.1亿
#美人鱼#	3.6亿
#北京台春晚#	3.8亿
#我要榜咚GD#	6.1亿
#奔跑吧兄弟#	268.3亿
#猴年吉祥#	11.9亿
#易烊千玺新年第一坛醋#	541.2万
#青丘狐传说#	3.3亿
#央视春晚#	23.3亿

微博频道

Weibo
 reproduisant
 Facebook

:
 le

CATEGORIES

 Habillement, Textiles & Accessoires >

 Auto & Transport >

 Electronique de qualité optimale >

 Machines, Pièces industrielles >

 Cadeaux, Sport & Jouets >

 Maison, Lumières & Construction >

 Santé & Beauté >

 Bijoux, Sacs & Chaussures >

 Equipement électrotechnique >

 Agriculture & Alimentation >

 Emballage, Publicité & Bureau >

 Métallurgie, Produits chimiques >



Moto

Accessoires intérieurs



[Voir plus >](#)

Vélo électrique



[Voir plus >](#)

Montres



[Voir plus >](#)

Téléphone portable et accessoires



[Voir plus >](#)

Vêtement en coton biologique



[Voir plus >](#)

Sports d'extérieur



[Voir plus >](#)

Jeu vidéo et accessoires



[Voir plus >](#)

Pièces de VTT



[Voir plus >](#)

Transmission



[Voir plus >](#)

Moto

Vélo électrique

Montres

Téléphone portable et accessoires

Sports d'extérieur

Alibaba :
reproduisant e-
Bay, Amazon, etc.

Les critères: production médiatique - la naissance des nouveaux centres de gravité

- Les “nations startups”: activités de redynamisation économique et social liées aux aspects historiques, culturels et aussi à la participation de l'État
 - Israël: esprit d'innovation et de la promotion de l'entrepreneuriat et de la créativité - Techion
 - Brésil - Recife: Porto Digital - activités de transfert de technologie au marché dans un modèle tripartite: gouvernement, académie et entreprises

<https://www.youtube.com/watch?v=OJuXvdYo1WU>

vidéo

Les critères: production médiatique - la naissance des nouveaux centres de gravité

- L'eur-Asia (Russie): un modèle "top-down" d'encouragement au développement technologique en Skolkovo (30 km de Moscou)
 - Yandex (leur Google) et le VKontakte (leur Facebook)
 - le réseau journalistique en câble Russia Today
- Le Monde Arabe
 - AlJazeera, AlArabia
 - Dubai: un "hub" de l'hébergement des services de gestion internet, industries de programmation et services gouvernementaux grâce à sa position géographique et à un système fiscal avantageux

Les critères: production médiatique: régions, pays et territoires et les contraires au développement des médias

- A considérer:
 - non-investissement dans pays marginalisés (plusieurs pays de l'Afrique)
 - la présence de la Chine - Radio Chine International
 - la tradition pluriséculaire de l'oralité constitue un frein au développement des médias (presse écrit); les autres médias sont réservés à une élite urbaine
 - pays de l'Asie (Afghanistan, par ex.) avec infrastructures limitées face à la guerre et aux autres aspects
 - la nature autoritaire des certains régimes politiques en même temps que l'absence de l'État, représente une contrainte majeure

Les quatre critères de la géopolitique des médias

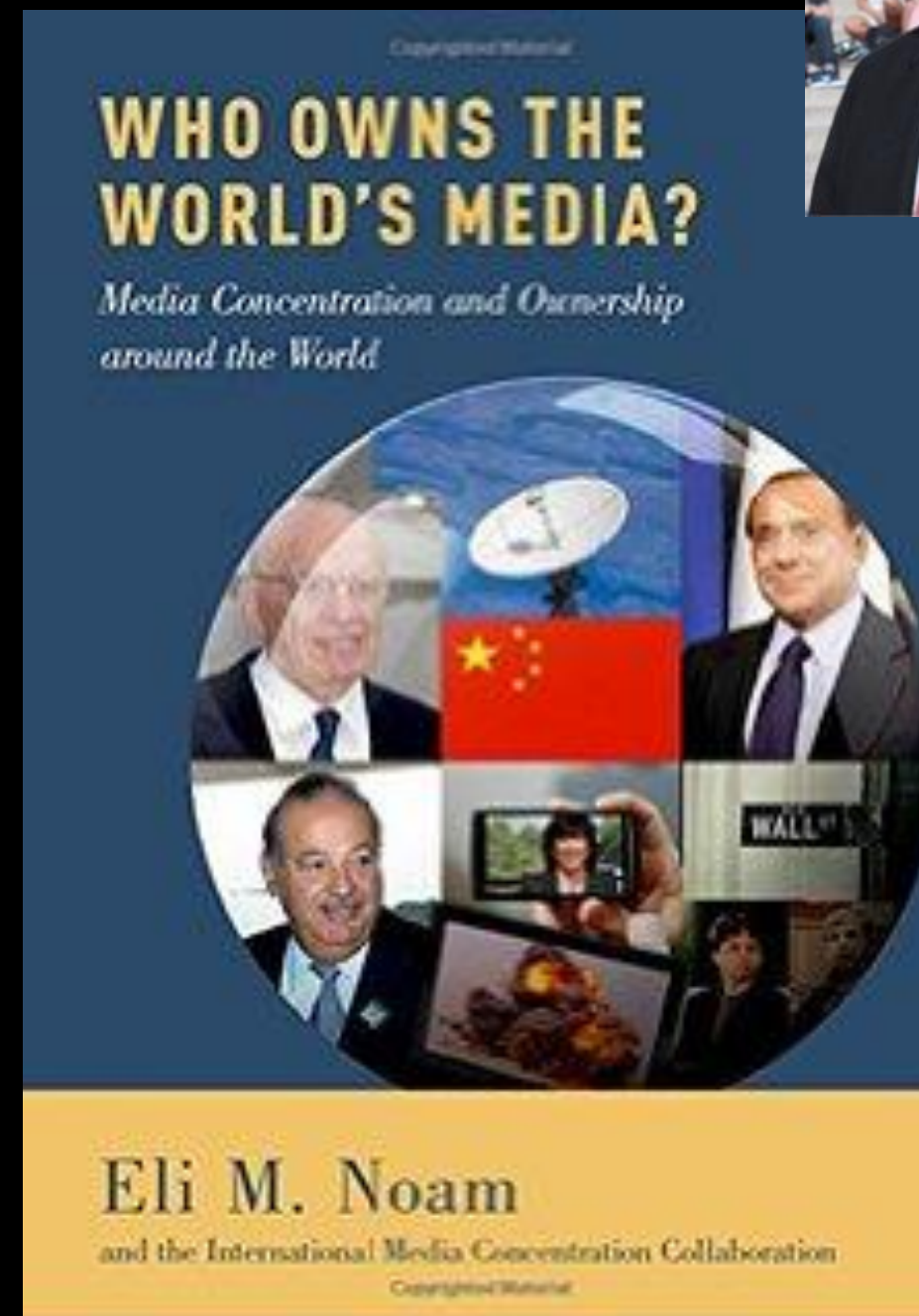
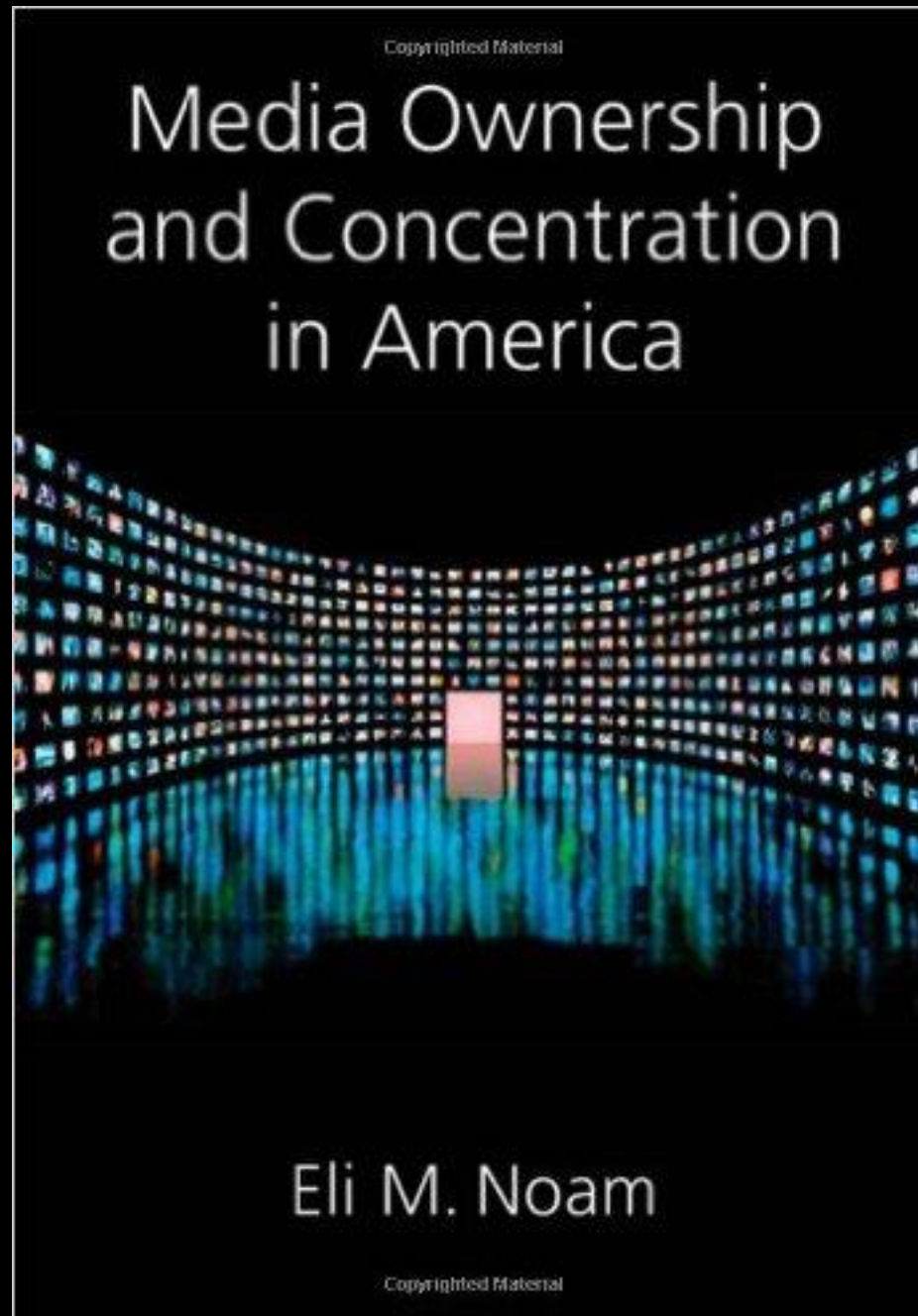
- Les infrastructures de télécommunication
- La production médiatique
- La consommation des contenus
- Le flux d'information

Consommation des informations

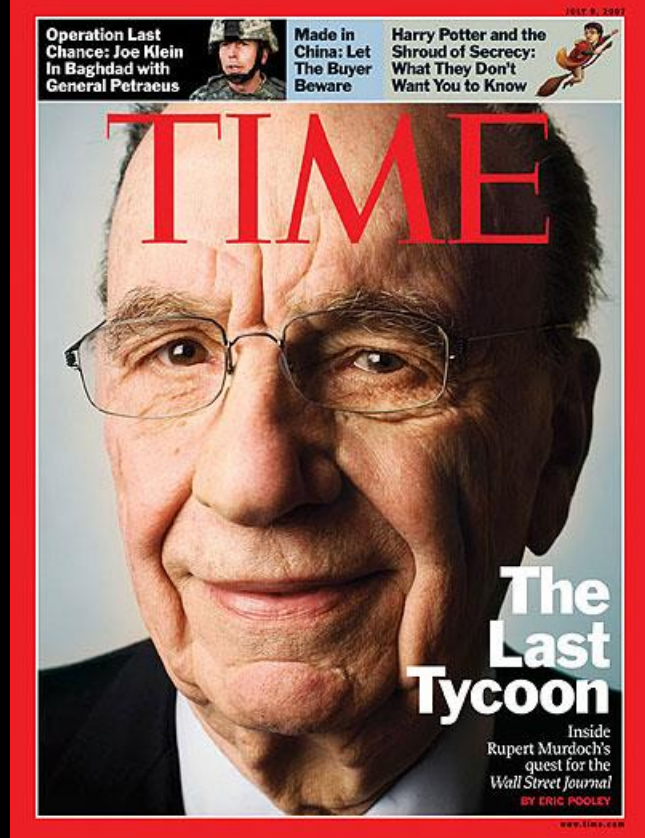
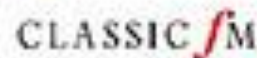
et le critère des flux d'informations - questions clés

- Les propriétaires des médias (media ownership)
- Les rivalités linguistiques et culturelles
- Le contrôle des masses
- Les espaces de combat et réaction
- L'émergence du big data et cloud computing

Media ownership



Media ownership



Media ownership

- La concentration de propriété et son pouvoir concerné croissants sont des questions présentes
- Une “peur” à cause de la communication et de l’information contrôlées par un groupe restreint d’entreprises qui peuvent affecter l’opinion publique, l’agenda d’État, la démocratie et la culture
 - UK = Ruppert Murdoch; Italie = Silvio Berlusconi; Mexique = Carlos Slim; Brésil = Globo; Argentine = El Clarin; Japon = 5 conglomerates; France = Vivendi; Espagne = Telefonica; US = Disney, Time Warner, Google, Ruppert Murdoch, Bill Gates, Apple....

Media ownership: aspects à considérer

- Fusions et acquisitions en générant des super-conglomérats va à une croissance du volume d'information, du temps d'attention et des revenus
- La convergence numérique a provoqué la disparition des frontières entre les industries de l'information, télécommunication et informatique. Une transition des formats et produits. E.g. entreprises de logiciels en produisant des smartphones; Google (News) en produisant des journaux, etc.
- L'internationalisation de l'économie permet une présence (du business) des médias dans d'autres territoires et d'autres pays, cela constitue un défi pour les oligopoles domestiques
- Internet constitue un nouveau canal de distribution des contenus
- La préservations du pluralisme des médias face une industrie concentrée

Media ownership: aspects à considérer

- La technologie numérique sous-jacente et son économie sont l'actuel moteur qui bouleverse la propriété des médias car le pouvoir traditionnel concentré sur les “barons” médiatiques est mis en question.
- Les structures de gouvernance des conglomérats de médias s'établissent sous deux formats (qui favorisent la concentration):
 - le conglomérat trans-industriel de médias - organisés en “holdings” et ses piles verticales selon le type: télévision, cinéma, musique, journal, etc. Dans chaque pile, il s'établit une organisation horizontale qui contrôle toutes les activités relatives à celles des médias.
 - le conglomérat trans-secteur de médias - organisés par les entreprises non-médiatiques qui participent aux différents secteurs industriels. e.g. General Electric- GE.

La formation des conglomérats de médias dans la logique de convergence et de trans-médiations - Henry Jenkins

- Jenkins considère que l'organisation des conglomérats autour d'un modèle trans-industriel est le résultat de:
 - le désir des conglomérats d'exploiter de multiples médias pour maximiser leur profits
 - l'intérêt des marques médiatiques d'être en différents points de communication (touchpoints) avec ses utilisateurs
 - l'idée d'amplification de l'engagement et, comme conséquence, maintenir la fidélité des clients
 - la "faim" des clients de consommer, à chaque fois, des contenus complexes et les discuter dans des communautés de connaissance
 - l'ambition des créateurs d'amplifier ces prospections pour produire différents contenus
 - la capacité des technologies numériques de partager des contenus par multiples plateformes.

Rivalités linguistiques et culturelles - le contrôle d'expression

- Le rapport entre le développement des langues et les médias est essentiel depuis l'Antiquité - une liaison directe sur toute la production linguistique écrite, orale et visuelle.
- Il faut considérer la domination de l'Anglais sur de multiples champs - relations internationales, langue officielle de certains États, etc.
- La télévision (comme média de masse) en chaînes internationales joue un rôle central d'influence et de pouvoir.
 - Les rôles de BBC, CNN.
- Internet et les réseaux numériques (e.g. Facebook) sont maintenant des éléments de rupture sur le sujet des langues, car ils sont disponibles en grande diversité de langues.
- Aujourd'hui les rivalités linguistiques se rencontrent dans les industries de contenu, notamment dans les séries télévisées - les dramas asiatiques, les telenovelas.

Les espaces de combat et réaction

- À cause d'un média contrôlé par les "big players" et, spécialement à cause des fonctionnalités qui sont disponibles dans le réseau numérique, on peut examiner de multiples initiatives configurées sur une approche alternative.
- On parle ici de:
 - blogs ou espaces d'opinion et d'expression établis dans des plateformes comme Medium, Pulse, Global Voices, etc.
 - réseaux informatifs parallèles, non-liés à une propriété hégémonique comme HuffPo, Politico, et plusieurs exemples en Amérique Latine.
 - services de live-streaming divers - MidiaNinja, PosTV
 - réseaux de TV/cable de caractéristique globale: Russia Today, AlJazeera, EsporteInterativo.

Scénarii et exemples d'Amérique Latine

- La liberté d'opinion au Brésil, Argentine, Ecuador et Venezuela passe pour un moment de turbulence
 - les gouvernements sont en train d'intensifier l'utilisation des médias comme espace et rendre public ses agendas.
 - les journalistes souffrent parfois des pressions soit de la part du gouvernement soit de la part des propriétaires des médias.
 - Il existe une division entre « journalisme militant » et « journalisme professionnel » et le fait que les pays d'Amérique Latine ont connu des dictatures militaires, les régimes politiques dans lesquels la relation entre le gouvernement et la liberté de la presse a été compromise par le passé.

AGÊNCIA DE REPORTAGEM E JORNALISMO INVESTIGATIVO

Publica

reportagens

especiais

truco no congresso

da redação

vídeos

quem somos

english



Na Câmara, política é negócio de família

por Étore Medeiros

A disputa pelas TVs locais na Amazônia Legal

Concurso de Microbolsas sobre o Poder Judiciário: nós respondemos suas dúvidas

por Redação

Quase metade dos deputados federais eleitos em 2014 possui pais, avós, primos, filhos ou cônjuges também ligados à política. Para especialista, manutenção do poder entre familiares é ruim para a democracia

mais recentes

"apublica.org/2016/02/truco-as-dinastias-da-camara/" em uma nova aba

mais compartilhadas

vídeos

A pioneer in Brazil, Agencia Publica promotes a non-profit journalism model to maintain its independence. Our mission is to produce high quality non-partisan investigative reporting guided by public interest, on Brazilian and Latin American current important issues from the people point of view, in order to strengthen the right to information, and to facilitate democratic debate and promotion of human rights. We work as an agency: the articles are freely reproduced by a network of over 60 vehicles, under a Creative Commons license. Among Publica's re-publishers are the biggest news portals in Brazil.

Our materials have also been published by international news outlets such as The Nation, Huffington Post, Global Voices, ABC Univisión, 100 reporters, The Nation, Al Jazeera, Upside Down World, Buzz Feed, Amazon Watch, InSightCrime, Voice of America, and the Latin American Bureau (LAB) in the UK, and by the 10 websites that form the regional network ALiados such as IDL Reporteros in Peru, Ciper-Chile, Confidencial Nicaragua, La Silla Vacía in Colombia, Animal Politico in Mexico and Plaza Pública in Guatemala.

Publica's reports are done based on rigorous investigation of the facts and they have the uncompromising defense of human rights as a principle. Our driving investigative threads are: the impact of sports mega events; torture and violence by State agents; mega investments in the Amazon; urban crisis; and business and human rights violations.

Among Publica's partners are independent centers of journalism in Latin America, the United States and Europe, traditional vehicles and exponents of new media.

In addition to producing reports, we also work to promote independent investigative journalism through mentoring programs for young journalists, providing reporting grants and incubating innovative projects of independent journalism. All Publica projects rely on the three "I"s: independence, investigation and innovation. For Publica, journalism is not in crisis – it is under renovation.

Publica is an award-winning women-led organization, a unique experience in the context of Brazilian journalism. The word Publica, in Portuguese, is a feminine adjective. It means everything that belongs to the public.

How we are funded



Ford Foundation



Ford Foundation is an organization based in New York which promotes democracy and poverty reduction in many countries. **In Brazil**, it works on human rights issues, sustainable development, education and freedom of expression. Publica is funded through their Media Rights and Access Program.



Open Society Foundations



Open Society Foundations is an organization that works to strengthen democracies. It seeks to shape public policies that assure greater fairness in politics, in legal matters, the economic system, and guarantee of fundamental human rights. It funds two of Publica's projects.

Some of our stories



Dams or indigenous land: the battle over the Munduruku frontier

Republished by Mongabay on February 20, 2015

The Munduruku indigenous tribe have begun to mark out the limits of their land, in an action that could halt the giant São Luiz do Tapajós hydroelectric dam, the apple of the Brazilian government's eye. Although sacred, this land will be flooded if the dam goes ahead. 'We are not



Napalm in the Ribeira Valley

Republished by Upside Down World on

September 02, 2014

Translated by Danica Jorden

Documents, debris and residents' reports reveal an obscure story from the dictatorship: in 1970, the FAB (*Força Aérea Brasileira*, the Brazilian Air Force) bombarded a rural area near São Paulo with incendiary bombs

By Anne Vigna, Luciano Onça and Natalia Viana



Girls In Play: Sexual Exploitation And The World Cup

Republished by BuzzFeed on June 12, 2014

For three months, our reporter and graphic designer team travelled through the state of Ceara roads in search of a web of sexual exploitation of girls for the World Cup

By Andrea Dip and Alexandre De Maio



A política munduruku

Índios se organizam para enfrentar barrar as hidrelétricas no rio Tapajós



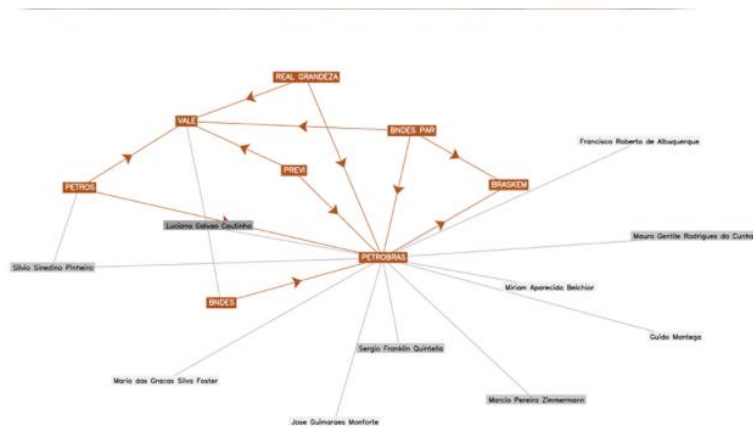
Trabalho escravo

Empreiteiras investigadas na Lava Jato têm ficha corrida na super-exploração do trabalho



Isso é energia limpa?

Animação revela, em 5 minutos, a realidade por trás da propaganda da “energia limpa”



Eles mandam

Quem tem assento nos conselhos das principais empresas do Brasil? A quem elas pertencem?



Nos bastidores de Jirau

Filme segue homens e mulheres que ergueram uma das maiores usinas do país



Moda livre

Aplicativo monitora as medidas das empresas de moda para combater o trabalho escravo



DIREITOS HUMANOS ▾

JUSTIÇA

SEGURANÇA PÚBLICA ▾

MURAL ▾

SOBRE ▾

Como participar

Apoiadores

Autores



A saga de uma mãe pelos escuros porões da Justiça paulista

06/02/16

PMs matam rapaz que tentava pedir informações em SP



Município paulista mantém adolescentes sob custódia em condições insalubres

GERAL

NOTÍCIAS

@PONTEJORNALISMO

OLGA

A Olga ▾ Artes Chega de Fiu Fiu ▾ Agenda Rádio ▾ Entreviste uma mulher Seus Direitos



2015 o ano do feminismo na internet

U



BUSCA

Pesquisar ...



VEM COM A GENTE



OLGA POR E-MAIL

E-mail

OK!

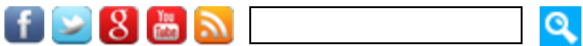
MANDA PRINTS:

Resistência
feminina
contra a
Violência

HISTORIAS	QUERIDO DIARIO	LA BUTACA	EL BLOGUEO	QUIÉN ES QUIÉN	CRÍMEN Y CASTIGO
LA SILLA LLENA	PROCESO DE PAZ	ELECCIONES 2015	LA SILLA CARIBE	LA SILLA SANTANDEREANA	EL IQ



MARTES FEBRERO 09, 2016



Ingresar

Registrarse

HISTORIA

0 1623

Publicidad



La Corte mueve el eje de la política minera de Casa de Nariño a los municipios

OPINIÓN

LA MOVIDA

¿Cree que le convino al país firmar el Plan Colombia?



Lun, 2016-02-01 15:10
El Plan Colombia fue fundamental para desenmascarar ante el mundo a las FARC y combatir las exitosamente como narcotraficantes y terroristas.
Por Alejandro Arbeláez

3 1387

BLOG



Hablemos del IVA

Blogoeconomía

Lun, 2016-02-08 15:11

9 419

BLOG



La paz y las nuevas guerras en Colombia
¿Cuál es el Plan?

Piedra de toque

Lun, 2016-02-08 00:09

1 429

COLUMNA DE HECTOR



Y si lo dejan gratis...

Héctor Riveros

Sáb, 2016-02-06 10:22

3 2598

BLOG



28 mil muertes evitables

El poder de las Cifras

Jue, 2016-02-04 16:15

4 1112

¿Quién dijo que es difícil?
Lee las instrucciones

Nuestras redes

Líder

Santander

Educación

Caribe

Mujeres

Rural

Paz

Minera

Cachaca

Special

Marco 27: quatro anos sem Nelson, quatro anos sem

Quatro
um MAF
(30), a E
31 August



Guarani-Kaiowá são novamente atacados a tiros por fazendeiros no Mato ...
by [NINJA](#)

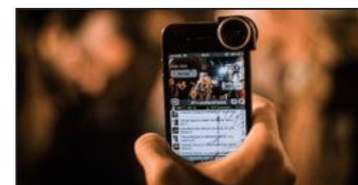


Milhares dos melhores
by [NINJA](#)



Frente Brasil Popular articula saída à esquerda...
by [NINJA](#)

NINJA LIVE FEED



Coberturas em tempo real



NINJA ON TWITTER



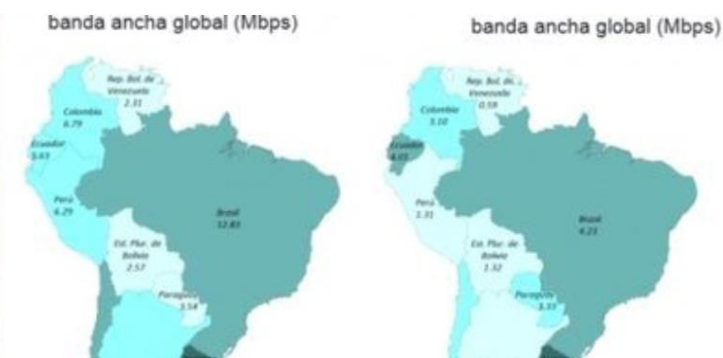
Empresas podem boic...
by [NINJA](#)



Economia da Cultura ...
by [NINJA](#)



Ausência de rótulos p...
by [NINJA](#)



América Latina longe da meta de internet
by [Juliana Guarexick Newsletter, IPS Inter Press Service](#)

TRANSPARENCY AND ACCOUNTABILITY:

Journalism and access to public
information in Latin America and
the Caribbean

A Report of the 2013 Austin Forum on Journalism in the Americas



Knight Center for

Journalism in the Americas

AT THE UNIVERSITY OF TEXAS AT AUSTIN

11th AUSTIN FORUM ON JOURNALISM IN THE AMERICAS

Table Of Contents

Journalism and access to public information A Report of the 2013 Austin Forum

FOREWORD

Journalism and access to public information in Latin America

By Rosental Calmon Alves

INTRODUCTION

Moving Toward Freedom of Information: The Bedrock of Journalism

By Summer Harlow

Argentina: A Right without a Law is a Limited Right

By Juan Carlos Simo

FOIA in Brazil: Still an Uphill Battle, but a Leap in the

By Fernando Rodrigues

The Bolivian Press and Access to Public Information

By Raúl Peñaranda

Freedom of Information Legislation and Administrative

By Wesley Gibbings

The Challenge for Chilean Journalists in Using the New

By Claudia Urquieta

The Struggle to Access Public Information in Colombia:
Law and a Culture of Secrecy

By Miriam Forero

An Opaque Country: Open Access to Public Information and Transparency in
the Dominican Republic

By María Isabel Soldevila

Guatemala: Ups and Downs in Transparency in a Complicated Country

By Alejandra Gutiérrez Valdizán

Transparency, Access to Public Information, and Journalism in Mexico

By Estela Margarita Torres Almanza

The Dangers of “Cleansing” Information in Nicaragua

By Leonor Zúniga Gutiérrez

The Situation in Peru with Regard to Access to Public Information and
Transparency at All Levels of Government: How Journalists Use
Mechanisms for Access to Public Information

By Úrsula Freundt-Thurne

Access to Public Information in Uruguay: Civil Rights, Institutional Mazes
and Political Zigzags

By Rosario Radakovich

Appendix 1

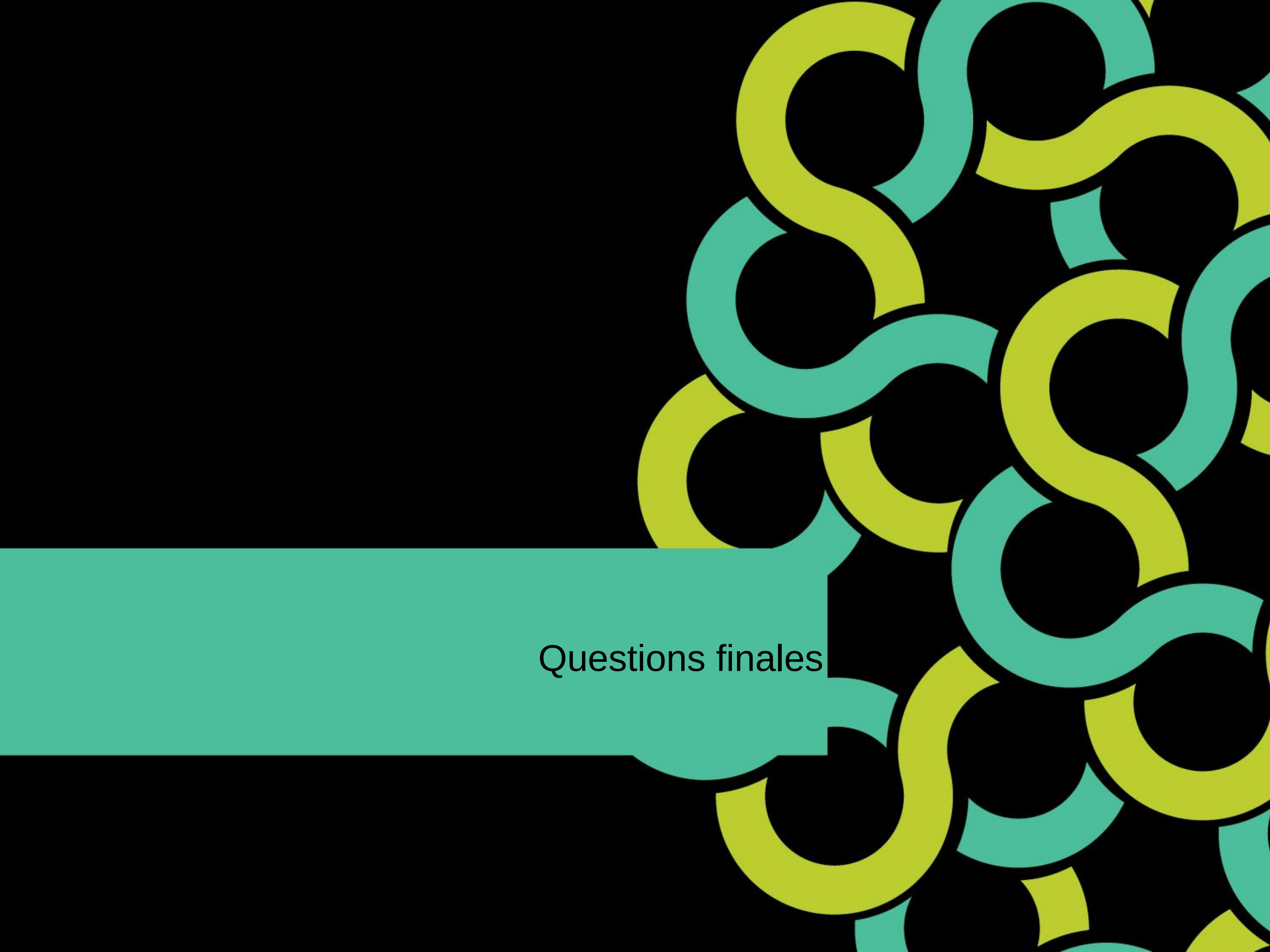
About the Austin Forum on Journalism in the Americas

Appendix 2

11th Austin Forum on Journalism in the Americas

Big data et cloud computing

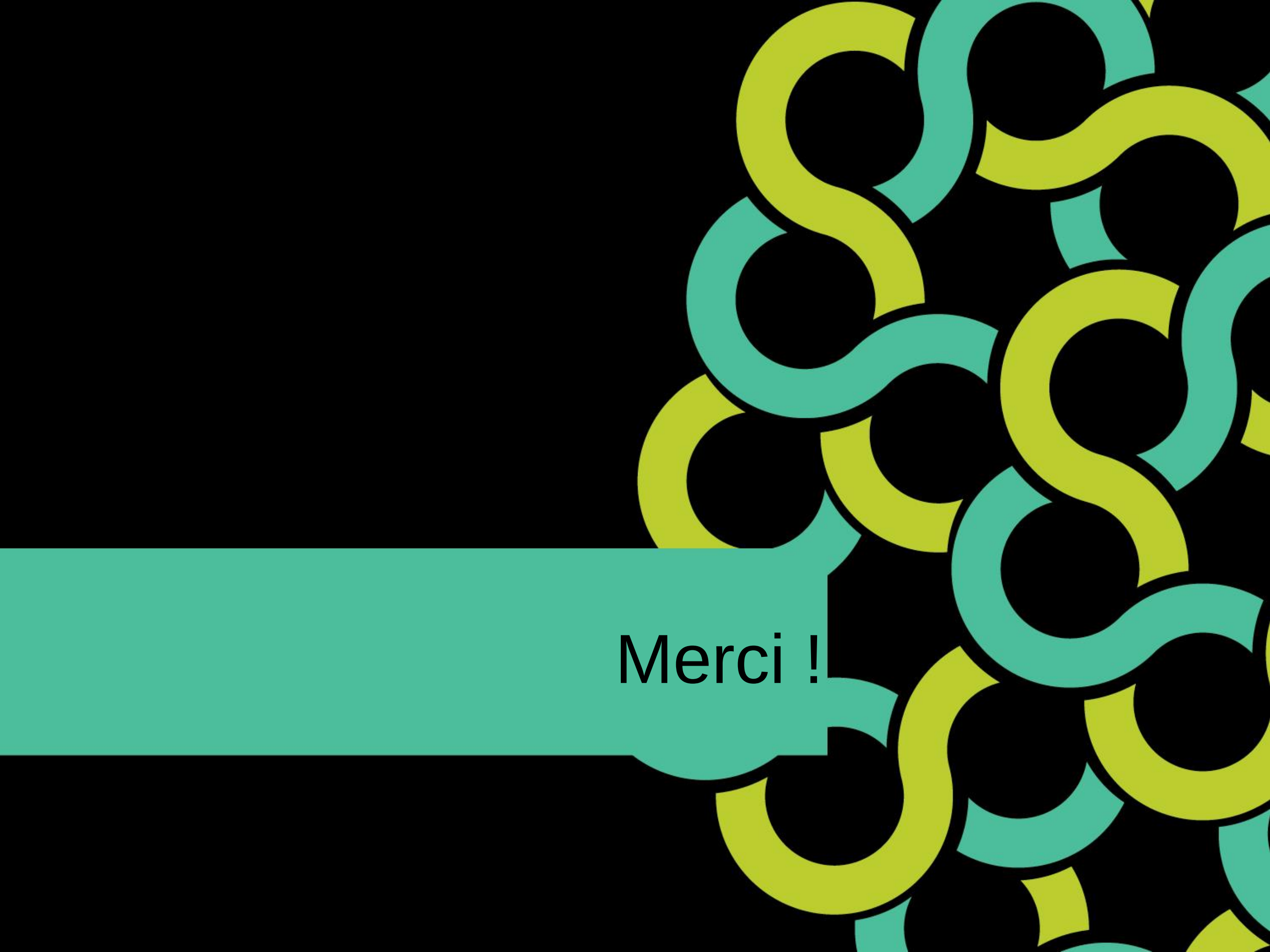
- En raison des moyens technologiques toujours plus performants, liés aux réseaux sociaux, à la multiplication des terminaux et des cloud computing, la masse des informations circulant occupe des volumes d'envergure croissante.
- Le défi repose surtout sur la gestion des informations qui participent au fonctionnement des espaces urbains (smart city) et des sociétés (maisons domotisées, la Siri, l'Internet des objets).
- La question: toutes ces informations et données sont gérées, stockées et triées par des entreprises privées et, la plupart, Américaines - Amazon, Google, Microsoft, Facebook.
- La croissance du champ du "business intelligence" et l'utilisation des algorithmes est une question au-delà du marketing - aspects éthiques, respect de la vie privée, par exemple, doivent être considérés.



Questions finales

4 dimensions pour analyser médias et géopolitique

- Évaluation du niveau de développement des marchés médiatiques et de la presse hégémonique.
- Les rapports et le niveau de parallélisme entre les médias, les partis politiques et les organismes de représentation social.
- Le développement de la profession journalistique et son autonomie face aux rapports entre eux et aux organismes de son environnement.
- Le niveau d'intervention (ou d'interaction) de l'État sur la propriété médiatique, sa régulation et les différentes subventions et aides qu'il offre.



Merci !