



## **Media, Identidade e Legitimidade: A Cimeira UE-Brasil na Imprensa Portuguesa<sup>1</sup>**

Ana Isabel MARTINS<sup>2</sup>  
Universidade de Coimbra, Portugal

### **Resumo**

A presente investigação propõe-se analisar dois conceitos-chave no âmbito dos estudos dos media – os de ‘identidade’ e ‘legitimidade’ – à luz da cobertura da Cimeira UE-Brasil em jornais portugueses. Através do olhar da imprensa lusa, veremos, por um lado, como este evento político se converteu num palco multinivelado de representações e negociações identitárias e, por outro, que vozes intervieram nos artigos. Esta análise adquire especial relevância se atendermos à necessidade de (re)pensar as escalas de pertença hodiernas (mais próximas dos novos imperativos económicos do que das normativas clássicas de ‘História’ e de ‘Cultura’). Igualmente pertinente será a avaliação, no quadro de um acontecimento ‘de elite’, do grau de abertura do espaço discursivo das publicações a actores não vinculados às altas esferas de decisão política.

**Palavras-chave:** identidade; legitimidade; cimeiras; imprensa

### **Introdução**

Com mais de meio século de existência, o processo de construção europeia está hoje longe de se cingir aos propósitos de integração económica iniciais. Do Ambiente ao Emprego, passando pela Energia, Segurança Alimentar ou Transportes, as áreas de acção da União Europeia (UE) conheceram um crescimento assinalável, conferindo-lhe um estatuto de destaque na cena mundial. Sedimentadas por uma vasta rede de acordos bilaterais e multilaterais, as Relações Externas da UE estendem-se a diversas regiões e países do planeta, entre os quais se inclui o Brasil.

Nesta vertente de actuação comunitária julgamos descobrir dois pontos de interesse para os comunicólogos. Por um lado, o estabelecimento de parcerias e projectos de cooperação num domínio global, mais do que delinear meras alianças financeiras ou comerciais, conduz à redefinição de conexões simbólicas e sociais, enformando-as em novas dimensões de pertença. A cobertura mediática torna-se, neste sentido, permeável

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no I Colóquio Brasil-Portugal de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda em Ciências da Comunicação da Universidade de Coimbra, Portugal, email: anaicmartins@gmail.com.



à veiculação de identidades que, outrora alicerçadas em raízes exclusivamente culturais, se adaptam agora a palcos concorrenciais e em constante mutação.

Por outro lado, sendo certo que tais interações são operadas ao nível das mais altas esferas de decisão e, desta forma, percebidas como complexas e distantes para o cidadão comum, ganham pertinência as reflexões sobre a sua legitimidade. O contexto de uma UE fragilizada pelo estigma do ‘défice democrático’ impõe renovados desafios à problemática do acesso às arenas públicas mediatizadas. Eventos como reuniões de líderes políticos ou de empresários constituem, neste particular, ocasiões privilegiadas para perceber se os meios de comunicação social restringem os debates às elites político-económicas ou se, pelo contrário, procuram abrir o fluxo discursivo a redes informais de discussão (como associações, ONGs, blogues, entre outros actores sociais).

A Cimeira UE-Brasil parece-nos uma ocasião exemplar para explorar estas directrizes teóricas. Embora se enquadre numa prática ritualizada da vida político-institucional comunitária – a organização de encontros oficiais com Chefes de Estado e de Governo de países terceiros – foi a primeira realizada com esta República Federativa. A este elemento de “novidade” – determinante na sua noticiabilidade (cf. TRAQUINA, 2002, p.189) – acresce o facto de ter resultado de uma iniciativa da Presidência Portuguesa do Conselho da UE. O protagonismo incide, portanto, sobre dois países unidos por uma “proximidade cultural” (cf. GALTUNG e RUGE, 1999, p.65-66), iniciada no período colonial, que será relevante projectar no actual palco de negociações identitárias.

### **Media e identidade**

Longe de se impor como uma noção meramente geográfica e territorial, o termo ‘Europa’ implica um conjunto de parâmetros históricos, políticos e culturais (RISSE, 2003, p.2), balizado por fronteiras ideológicas e psicológicas (KEVIN, 2003, p.10). A esta percepção subjaz claramente a ideia de “comunidade imaginada”, postulada por Anderson (1991) para designar um espaço cujos membros estão unidos por um sentido de pertença e lealdade voluntárias.

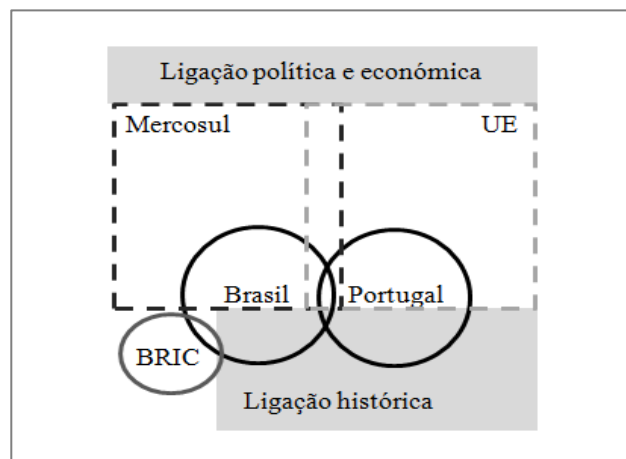
As questões concernentes ao entendimento do público face à Europa, ou mesmo ao respectivo grau de empatia e identificação com as instâncias comunitárias, constituem a pedra angular das mais recentes pesquisas no âmbito das Ciências Sociais e Políticas. Sobretudo a partir da década de noventa, vários estudos têm sido gizados sobre a

hipótese normativa de uma ‘identidade europeia’ (e.g. DELANTY e RUMFORD, 2005; NELSON *ET AL.*, 1992), salientando as suas raízes históricas (NOOTEBOOM, 1993) e natureza ‘multinível’ (BAUMAN, 2003; RISSE, 2003, p.2).

Partindo do pressuposto de que “tanto a Europa como a nação constituem comunidades imaginadas”, Thomas Risse (2003) desvenda três caminhos para pensar estas identidades múltiplas: o modelo das “matrioskas russas”, onde aquelas existem como círculos concêntricos; a teoria das “identidades transversais”, estabelecendo que os indivíduos mais imbuídos de um sentimento de pertença face à Europa (por exemplo, oficiais da UE), a entendem do mesmo modo; e, finalmente, a metáfora do “bolo mármore”, no qual as identidades não podem ser separadas de forma estanque, já que se combinam e fundem entre si (*IBIDEM*, p.5-7). Para o autor, esta última hipótese é a que melhor descreve o espírito mutável da Europeização e da integração europeia, pelo facto de pressupor uma pluralidade de significados implicados por diferentes receptores.

Formatando as pontes estabelecidas na Cimeira UE-Brasil de acordo com estas coordenadas teóricas, consideramos esta conferência internacional um notório palco de fusão e mistura identitária. Se a união entre Portugal e o Brasil, enraizada numa memória histórica e cultural, será facilmente perceptível, torna-se imperioso enquadrá-la numa vasta rede de intersecções e sobreposições (Figura I).

Figura I



Dividido entre o seu perfil europeu e vocação atlântica, o país ibérico aderiu à UE em 1986. Por seu turno, a antiga colónia iniciou, nos anos sessenta, a sua relação de cooperação com a Europa, entretanto enquadrada no diálogo UE-Mercosul (do qual fazem também parte Argentina, Paraguai, Uruguai e Venezuela). Cada vez mais



importante no cenário mundial, o Brasil foi o último dos BRICs<sup>3</sup> a entrar numa Cimeira com a UE. Longe de serem concêntricos ou transversais, estes círculos assumem-se como produtos permeáveis ao contexto negocial deste *rendez-vous* de governantes.

Os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na reprodução destes imaginários. Esta ideia aparece, de resto, bem presente na própria teoria clássica de Anderson (1991, p.25), que vincula a imprensa europeia setecentista à função pioneira de patentear “o tipo de comunidade imaginada” emergente à época: a nação. Projectando esta tese seminal nos horizontes comunicativos hodiernos, os media funcionam como veículos simbólicos dotados de uma influência incontornável na definição de contactos sociais e culturais. Numa investigação sobre a reconfiguração das paisagens comunicativas modernas, David Morley e Kevin Robins (2000) falam em “comunidades re-imaginadas” – paráfrase da tese de Anderson que defende a urgência de repensar as representações socioculturais sob o pano de fundo das actuais camadas de pertença.

A dúvida que se coloca é, contudo, a de saber em que medida é que o tratamento mediático de tópicos político-simbólicos, como as já referidas Cimeiras, abre efectivamente uma janela sobre a construção europeia enquanto espaço identitário ou se limita, pelo contrário, a ‘estórias’ circunscritas às elites do poder formal.

### **Media e legitimidade**

Ainda que a preocupação de aproximar a UE dos cidadãos se tenha vindo a assumir como uma das prioridades da agenda política europeia, muitos autores sublinham a existência de um ‘défice democrático’ na Europa (e.g. MEYER, 1999). A expressão reporta-se ao contraste entre os progressos institucionais da UE, por um lado, e a permanência dos debates públicos, intervenção cidadã e esquemas de identificação no âmbito das arenas nacionais, por outro.

Principais fontes de informação sobre a UE (e.g. CE, 2007<sup>b</sup>, p.113-11), os media têm sido perspectivados como condição *sine qua non* para suprir esta falta de legitimidade. Transpondo este tema para um plano normativo-ideal, Koopmans (2004, p.3) atribui-lhes quatro funções cruciais: de “legitimação” (união de pessoas e de problemáticas num fórum de discussão ao qual se dedica mais ou menos visibilidade); de “reacção” (transmissão à classe política dos desejos dos cidadãos); de “responsabilidade”

---

<sup>3</sup> Economias emergentes do Brasil, Rússia, Índia e China, segundo a sigla de Wilson e Purushothaman (2003).



(publicação de informação sobre a UE); e de “participação” (ênfase sobre movimentos sociais cuja divulgação poderá ter impacte nas instâncias de decisão).

A assimilação da realidade europeia como complexa e multinivelada impõe, porém, pesados entraves à concretização destas competências, em particular na sua vertente participante. Não obstante a multiplicidade de associações e meios de comunicação que interagem na Europa (BEE e BELLO, 2004, p.20), diversos estudos assinalam o silenciamento noticioso das vozes ligadas à sociedade civil, em favor do destaque concedido a figuras políticas, como membros do Governo (e.g. WIMMER, 2005, p.94). Esta tendência tem sido, aliás, apontada como paradigma das práticas jornalísticas, consubstanciando-se em:

“diferenças de oportunidades em termos de acesso (...) que se verificam entre, por um lado, as grandes empresas e os partidos políticos instalados e, por outro, os indivíduos e as novas organizações sociais em geral enquanto actores colectivos” (ESTEVES, 2003, p.49).

Em todo o caso, julgamos que o problema adquire contornos extremamente graves no quadro de um processo de integração que sempre se assumiu como uma vasta obra de elites orientada por uma lógica *top-down* (SCHLESINGER, 2002, p.645). Acontecimentos como a Cimeira UE-Brasil constituem uma das mais evidentes manifestações dessa politização no reduto das mais altas esferas de decisão. Classificada pela Presidência como “Reunião de Chefes de Estado e de Governo”, nela intervieram dirigentes lusos, europeus e brasileiros, para discutir o comércio mundial (em concreto, a Ronda de Doha), o diálogo UE-Mercosul e a pobreza, a par de outras políticas sectoriais.

### **A Cimeira UE-Brasil na imprensa portuguesa**

O nosso *corpus* incluiu os principais jornais diários (Correio da Manhã, Diário de Notícias, Diário Económico, Jornal de Negócios, Jornal de Notícias e Público), bem como semanários e revistas (Expresso, Semanário, Semanário Económico, Sol e Visão)<sup>4</sup>. Seleccionámos as peças publicadas entre Junho e Agosto de 2007, no sentido de acompanhar as quatro semanas que antecederam e se sucederam ao evento.

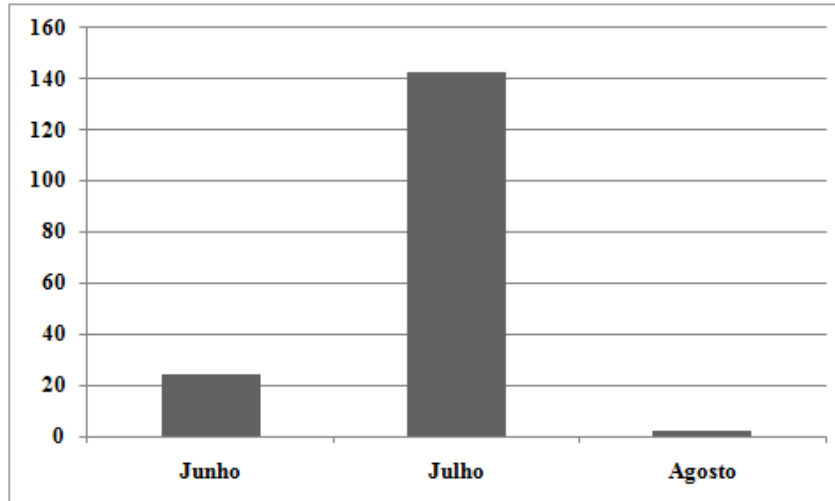
Os textos recolhidos perfazem um total de 169, sendo que 143 (cerca de 85%) se concentram no mês em que o encontro teve lugar (Gráfico I). Esta ‘curva’ de notícias –

---

<sup>4</sup> Doravante referidos através das iniciais CM, DN, DE, JNE, JN, PUB e EX, SEM, SEME, SOL e VIS.

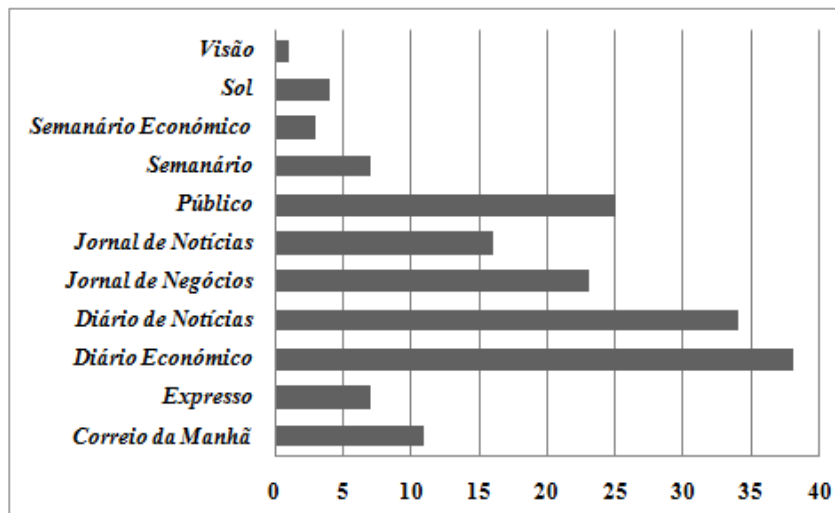
crescimento abrupto de Junho para Julho, seguido de uma descida repentina em Agosto – vem confirmar o padrão detectado noutras pesquisas sobre a mediatização de assuntos relativos à UE. Vários autores (cf. DE VREESE *ET AL.*, 2001; MACHILL *ET AL.*, 2006) caracterizam as notícias sobre a Europa como “cíclicas”, por serem raras em períodos de rotina e aumentarem durante ocorrências de elevada noticiabilidade.

Gráfico I – Distribuição das peças por mês



Quanto à repartição por jornal (Gráfico II), verificámos que os diários produziram o maior número de artigos (147 contra 22, nas publicações de periodicidade semanal). Especialmente interessante é a atenção devotada à Cimeira pela imprensa especializada: o Diário Económico (título que mais peças publicou), o Jornal de Negócios e o Semanário Económico são responsáveis por quase 40% dos textos, o que sugere o importância da Economia no quadro da conferência, como adiante confirmaremos.

Gráfico II – Distribuição das peças por jornal





### Do “episódio” às “problemáticas”

Mais do que focarem cada uma das ideias abordadas na Cimeira UE-Brasil, os jornalistas adoptaram uma visão genérica ao longo de toda a cobertura. Como o Quadro 1 evidencia, privilegiaram a agenda da reunião (programa no seu conjunto) e da Presidência (prioridades para os seis meses), em detrimento de uma análise detalhada de um ou mais pontos dessas agendas.

Estes dados ganham relevância quando articulados com a divisão conceptual entre “enquadramento episódico” (*episodic frame*) e “enquadramento temático” (*thematic frame*), postulada por Iyengar (1991). A primeira designação, mais frequente, corresponde ao enfoque sobre “acontecimentos específicos ou casos particulares”, enquanto a última versa sobre “questões políticas e eventos num contexto mais geral” (*IBIDEM*, p.2). Para o autor, a supremacia do “enquadramento episódico” condiciona o processo de selecção de notícias de forma decisiva, determinando que noções mais abstractas – como as do ‘clima’ ou do ‘emprego’, dois dos tópicos em discussão – raramente sejam alvo de atenção mediática.

Quadro I – Temas das peças

| <b>Junho – Agosto 2007</b>  | <b>N=</b>  | <b>%</b>     |
|-----------------------------|------------|--------------|
| <b>Agenda da Cimeira</b>    | <b>87</b>  | <b>51 %</b>  |
| Antevisão da Cimeira        | 21         | 12,4%        |
| Antevisão da Presidência    | 44         | 26,0%        |
| Balanço da Cimeira          | 19         | 11,2%        |
| Balanço da Presidência      | 3          | 1,8%         |
| <b>Temas em discussão</b>   | <b>82</b>  | <b>49 %</b>  |
| Alterações climáticas       | 1          | 0,60%        |
| Cidadania                   | 1          | 0,60%        |
| Cobertura mediática Cimeira | 4          | 2,4%         |
| Comércio Mundial (Doha)     | 29         | 17,6%        |
| Emprego                     | 2          | 1,2%         |
| Energia/Biocombustíveis     | 24         | 14,2%        |
| Imigração brasileira        | 6          | 3,6%         |
| Língua e Lusofonia          | 4          | 2,4%         |
| Relação UE-Mercosul         | 10         | 5,9%         |
| Telecomunicações            | 1          | 0,60%        |
| <b>TOTAL</b>                | <b>169</b> | <b>100 %</b> |



Corroborando esta tese, o tratamento jornalístico da Cimeira revela a imprensa como uma arena que dá mais visibilidade à fragmentação episódica do que à problematização dos assuntos. Esta fragilidade do “enquadramento temático” tem, aliás, expressão na preponderância das peças de informação (N=140) sobre os textos de opinião (N=27), dos quais se espera um registo mais analítico e reflexivo.

### **Cimeira: escalas de identidade**

Na Comunicação em que propõe elevar o Brasil à categoria de parceiro estratégico, a Comissão Europeia enquadra esse propósito no argumento de que a UE mantém com o país “relações de vasto alcance, assentes em fortes laços históricos e culturais” (CE, 2007<sup>a</sup>, p.2). Ora, este sentido vem indubitavelmente desaguar nas notícias em análise, sendo transversal a descrição do encontro como “histórica Cimeira” (DE 19.07.07) ou “Cimeira histórica” (SEME 06.07.07). Detecta-se, aqui, uma irrefutável afinidade entre a retórica política e o discurso mediático, o que sugere a adesão dos profissionais da informação ao que Hallin (1986) designou por “esfera do consenso”.

Reforçada através de um exercício de contraste face à futura reunião UE-África, caracterizada como uma “tarefa mais espinhosa” (PUB 01.07.07) da Presidência, a dimensão consensual desdobra-se em dois tópicos fundamentais. O primeiro refere-se ao passado que une Portugal à sua antiga colónia. Atente-se, a este propósito, no artigo de antevisão da Presidência, “Um Tratado, duas Cimeiras e uma forma particular de ver o mundo” (PUB 01.07.07), que faz corresponder essa peculiaridade à agenda externa da UE:

“Portugal vai poder abrir com chave de ouro a sua presidência quando receber na quarta-feira em Lisboa o Presidente Lula da Silva (...) É esta a marca de origem que o Governo quer inscrever na vastíssima e complexa agenda europeia – uma certa forma de olhar para o mundo”.

Se esta alusão à mundividência lusa parece revisitar a máxima “Dar novos mundos ao mundo”, subjacente à Era das viagens marítimas pelo planeta, o texto “Por uma agenda solidária” (DN 04.07.07) – simbolicamente escrito por José Sócrates e Lula da Silva – torna explícita essa mensagem através da ilustração que o acompanha: um antigo mapa com caravelas junto da costa brasileira. Esta retórica de ‘missão’ ecoa, de resto, na metáfora empregue por Durão Barroso, segundo a qual caberá “à presidência portuguesa fazer o trabalho de Vasco da Gama e chegar à Índia” (PUB 03.07.07).





Percepcionando, na linha de Ricoeur (1981), as ‘estórias’ como narrativas mitológicas e criações culturais, percebemos que estes textos, dotando o passado de fronteiras artificiais, edificam totalidades significativas a partir de acontecimentos dispersos. Nas referências aos Descobrimientos como episódio isolado esconde-se, afinal, o sentido totalizador do dinamismo de um povo, agora prolongado na iniciativa de realizar a Cimeira UE-Brasil.

O outro elemento de consenso reside claramente na questão da língua, passível de examinar em função de dois critérios de noticiabilidade. Por um lado, o da “novidade” (cf. TRAQUINA, 2002, p.189), traduzido no carácter inédito do idioma oficial do encontro (e.g. “A primeira cimeira falada em português” – DN 05.07.07; “Sem tradução” – EX 07.07.07). Por outro lado, o da “proximidade cultural” (cf. GALTUNG e RUGE, 1999, p.65-66), expresso numa rede de referências culturais e literárias (e.g. “a União fala a língua de Camões em unísson” – EX 07.07.07; “a língua portuguesa deve ser justamente considerada como uma das ‘pouquíssimas línguas universais do século XXI’ (Fernando Pessoa dixit, já nos princípios do século passado)” – SEM 13.07.07).

No entanto, mais do que um dado novo ou culturalmente semelhante, o uso do português constitui, sobretudo, a pedra-de-toque para a construção estratégica e identitária das interacções estabelecidas entre os intervenientes. Convocando novamente a Figura I, percebemos que a ligação ‘Portugal-Brasil’ – classificada como uma “aliança lusófona” (e.g. JNEG 06.07.07) – se processa num micronúcleo em torno do qual gravita todo um conjunto de outras escalas:

- “Portuguesa e europeia”, fundada no pressuposto aforístico de que, com a presidência, a “Europa se mudou para Lisboa” (CM 06.07.07). Digna de nota é, a este nível, o relacionamento de José Sócrates e Durão Barroso, “rivais em casa, aliados na Europa” (JNGEG 02.07.07), que deixa entrever a movimentação simultânea destes actores em dois patamares de identidade;

- “Brasileira e europeia”, assente no contacto bilateral entre agentes com contornos personalizados, e patente em títulos como “UE oferece cooperação ao Brasil na energia, clima e serviços aéreos” (DN 04.07.07) ou “UE mais perto do Brasil” (SOL 07.07.07). A proveniência dos jornais – um Estado-membro da União – pode explicar a tendência para atribuir ao lado europeu o invariável papel de sujeito activo;

- “Portuguesa, europeia e brasileira”, com base num triângulo de Lusofonia cujos vértices institucionais são, respectivamente, o Primeiro-ministro de Portugal, o



Presidente da Comissão Europeia e o Presidente do Brasil: “Três líderes, um idioma” (DE 05.07.07). Esta dimensão cumpre-se com especial eficácia no campo visual, através de fotografias em que Sócrates, Barroso e Lula da Silva aparecem a sorrir ou a cumprimentar-se, num prolongamento do tom consensual dos artigos.

Se avaliarmos, contudo, estas camadas de identidade – autênticas configurações jornalísticas do “bolo mármore” de Risse (2003) – à luz dos principais pontos em discussão na imprensa (Quadro I), constatamos que se movimentam num contexto mais político e económico do que propriamente histórico e cultural. São, de facto, questões como a do comércio mundial (N=29), da energia/biocombustíveis (N=24) e do diálogo UE-Mercosul (N=10) que dominam o debate, em detrimento de tópicos referentes à imigração brasileira (N=6), à cidadania (N=1) ou ao emprego (N=2). O artigo “Trio lusófono aliado nos biocombustíveis” (JN 06.07.07), por exemplo, ilustra perfeitamente o modo como os imaginários culturais (“trio lusófono”) se readaptam ao universo actual tendo em conta as regras da Economia (“biocombustíveis”).

Não pretendemos, com esta perspectiva, subestimar a importância da Cultura. Os códigos históricos e linguísticos constituem, como tivemos oportunidade de verificar, uma chave fundamental para a disseminação de consensos transversais aos distintos degraus identitários. Apesar disso, a hierarquia de assuntos discutidos na reunião UE-Brasil obriga-nos a reconhecer na área económica uma normativa privilegiada para pensar “comunidades re-imaginadas” (cf. MORLEY e ROBINS, 2000) em permanente mutação e disputas de poder.

É curioso reparar que os próprios jornais captam esta subordinação da vertente cultural aos desígnios políticos e economicistas, como ilustram as frases que abaixo transcrevemos (retiradas de “A primeira cimeira falada em português – DN 05.07.07 e “Duas horas de ‘Cimeira histórica’” – SEME 06.07.07):

“Se no plano simbólico, a primeira cimeira UE-Brasil mereceu a classificação de “histórica” (palavra usada por Sócrates), no plano político, o resultado será mais difícil de avaliar. A UE apresentou aos brasileiros um documento de proposta de parceria onde em 20 páginas não existe um parágrafo sobre “agricultura”, que é o tema mais difícil para os europeus e o mais urgente para os brasileiros”.

“José Sócrates disse que era “um encontro com a história” (...). Se o passado comum serviu para os discursos de circunstância, a cimeira teve uma agenda bem mais concreta e virada para o futuro de ambos os blocos”.



Nas peças que exploram as negociações económicas entrevê-se uma complexa rede de agentes e blocos económicos tecida por objectivos e ambições que, muitas vezes, entram em rota de colisão. Aponte-se, a este respeito, os problemas levantados pelo Mercosul à realização da Cimeira, transpostos para o jornalismo escrito como um conflito de “ciúmes” (“Mercosul com ciúmes da parceria Brasil-Bruxelas” – JN 04.07.07; “Honras europeias e ciúmes do Mercosul” – DN 04.07.07). Nesta “esfera da controvérsia legítima” (HALLIN, 1986), localizada numa camada ‘regional’ de identidade, o grupo latino-americano, as potências emergentes (BRIC) e o conjunto de parceiros estratégicos da UE entram na equação como comunidades ‘adversárias’. Na presença de conflitos económicos, aliás, nem sequer o contacto entre o Brasil e a Europa escapa incólume (“Cimeira cria mal estar entre latino-americanos” – DE 03.07.07):

“Mas, por detrás dos sorrisos e abraços para as fotos oficiais, nem tudo são rosas no relacionamento de Brasília e Bruxelas. A Comissão Europeia não perdoa as “desfeitas” brasileiras, como a preferência pelos negócios com os japoneses para a adopção da TV digital. Já Brasília não consegue esconder a irritação quando se fala das barreiras europeias aos seus produtos agrícolas”.

A nossa análise alerta, por isso, para o inevitável *aggiornamento* das investigações sobre as identidades colectivas. Submetendo os meandros identitários aos critérios economicistas pelos quais a nova ordem mundial se pauta, os media – neste caso, a imprensa – revelam-se elementos-chave na estruturação dos valores partilhados e dos fenómenos de interacção que marcam a realidade social de hoje (cf. GOFFMAN, 1974).

### **Protagonistas do debate**

A constelação de vozes intervenientes reflecte de forma clara os diferentes planos identitários. Como o Quadro II demonstra, a hegemonia dos actores nacionais (N=68) sobre os europeus (N=53) e os internacionais (N=48) realça o insubstituível estatuto do país de origem enquanto baluarte das identidades colectivas (cf. KUNELIUS e SPARKS, 2001). Cumpre-nos, ainda assim, registar as dificuldades metodológicas impostas pela natureza híbrida de algumas figuras noticiosas: por exemplo, José Sócrates e Durão Barroso, os políticos lusos mais citados pelos jornais, são também Presidentes do Conselho Europeu e da Comissão Europeia, respectivamente – aspecto que legitima a ampliação da metáfora do “bolo mármore” à categoria dos participantes.



Quadro II – Protagonistas das peças

| Junho – Agosto 2007           | N=        | %            | Junho – Agosto 2007       | N=         | %           |
|-------------------------------|-----------|--------------|---------------------------|------------|-------------|
| <b>Actores nacionais</b>      | <b>68</b> | <b>40,2%</b> | José Sócrates             | 17         | 10,1%       |
| Cavaco Silva                  | 3         | 1,8%         | Língua Portuguesa         | 1          | 0,6%        |
| Cidadãos portugueses          | 1         | 0,6%         | Lisboa/Portugal           | 6          | 3,6%        |
| Durão Barroso                 | 4         | 2,4%         | Luís Amado                | 2          | 1,2%        |
| Empresários                   | 8         | 4,7%         | Maria João Seabra         | 1          | 0,6%        |
| Fábricas de Etanol            | 1         | 0,6%         | Parlamento                | 1          | 0,6%        |
| Federação dos Transportes     | 2         | 1,2%         | Presidência Portuguesa    | 14         | 8,3%        |
| Galp                          | 6         | 3,6%         | RTP                       | 1          | 0,6%        |
| <b>Actores europeus</b>       | <b>53</b> | <b>31,4%</b> | Presidente do PE          | 1          | 0,6         |
| Benita Ferrero-Waldner        | 1         | 0,6%         | Referendo                 | 3          | 1,8%        |
| Cimeira                       | 15        | 8,9%         | Sarkozy                   | 4          | 2,4%        |
| Eurodeputados                 | 1         | 0,6%         | Sarkozy, Prodi e Zapatero | 1          | 0,6%        |
| Europa/UE/Bruxelas            | 22        | 13,0%        | Subsídios agrícolas       | 1          | 0,6%        |
| Parlamento Europeu (PE)       | 1         | 0,6%         | Tratado                   | 3          | 1,8%        |
| <b>Actores internacionais</b> | <b>48</b> | <b>28,4</b>  | G4                        | 2          | 1,2%        |
| África                        | 1         | 0,6%         | Imigrantes brasileiros    | 4          | 2,4%        |
| Biodiesel/Biocombustíveis     | 3         | 1,8%         | Imprensa brasileira       | 1          | 0,6%        |
| Brasília/Brasil               | 10        | 5,9%         | Kosovo                    | 2          | 1,2%        |
| BRIC/Potências emergentes     | 3         | 1,8%         | Lula da Silva             | 4          | 2,4%        |
| Casa do Brasil                | 2         | 1,2%         | Mercosul                  | 3          | 1,8%        |
| Chávez                        | 1         | 0,6%         | OMC                       | 3          | 1,8%        |
| China, Índia                  | 1         | 0,6%         | Petrobrás                 | 2          | 1,2%        |
| Mercados mundiais             | 3         | 1,8%         | Pobreza mundial           | 1          | 0,6%        |
| Doha                          | 2         | 1,2%         | <b>TOTAL</b>              | <b>169</b> | <b>100%</b> |

Igualmente interessante é a correlação entre o grau de personificação (cf. GALTUNG E RUGE, 1999, p.68) ou personalização (ERICSON *ET AL.*, 1987, p.141) dos agentes e a respectiva escala de identidade. Como podemos observar, o grande líder nacional foi ‘José Sócrates’ (N=17), cujo destaque se sobrepôs ao da própria ‘Presidência Portuguesa’ (N=14). Todavia, à medida que nos afastamos da nação como ‘núcleo’, verificamos que, numa tendência inversa, as referências colectivas prevalecem sobre as individualizadas: a nível europeu, a atenção incide mais sobre entidades como ‘Europa’ (N=22) ou ‘Cimeira’ (N=15) do que sobre figuras da UE; no campo



internacional, o Presidente Lula da Silva (N=4) perde terreno para as alusões a ‘Brasília/Brasil’ (N=10).

Estes resultados elucidam-nos, pois, quanto à dificuldade de dotar as notícias ‘além-nação’ de um ‘rostos’, em especial no âmbito de ‘acontecimentos de elite’ como o que estudamos. A comprovar este ‘rótulo’ está a clara predominância de agentes ‘políticos’ (N=120) e ‘económicos’ (N=37) sobre actores de índole informal (e.g. ‘Casa do Brasil’; ‘Cidadãos portugueses’; ‘Federação dos Transportes’; ‘Imigrantes brasileiros’; ‘Imprensa brasileira’; ‘Pobreza mundial’; ‘RTP’) (N=12). Chegamos, então, à mais significativa contradição no seio das esferas comunicativas modernas: a co-observância de plataformas públicas multiplicadas em meios e possibilidades de intercâmbio, e de um enfraquecimento da voz dos cidadãos comuns e de outras instituições da sociedade civil.

### **Conclusão**

Da cobertura da Cimeira UE-Brasil pudemos extrair vários indicadores pertinentes no que concerne à filtragem dos conceitos de ‘identidade’ e ‘legitimidade’ através das arenas mediáticas. Tratou-se de um evento cuja noticiabilidade – assente, nomeadamente, nos critérios de “novidade” e “proximidade cultural” – motivou um número significativo de notícias, mesmo que marcadas por um carácter “cíclico” e pela propensão clássica para um “enquadramento episódico”.

Neste momento de experiência colectiva, os jornais encararam o passado histórico colonial, por um lado, e o universo cultural lusófono, por outro, como elementos agregadores passíveis de regular a emergência de diversos escalões identitários. Porém, a interpenetração destes decorre mais das pretensões económicas – por vezes, inconciliáveis – dos blocos participantes do que da ‘História’ e ‘Cultura’ que partilham. Longe de constituírem um dado adquirido, os processos colectivos de identificação assumem-se como produtos fabricados ao sabor das linhas negociais subjacentes a este tipo de encontros transnacionais.

Embora esta (re)definição das identidades tenha lugar em palcos de interacção globalizados, a nação continua a afirmar-se como o pólo centralizador das expectativas, dos ‘rostos’ e dos sentidos de pertença, enquanto as representações de personagens estrangeiras assentam sobretudo em referências aforísticas e de conjunto. À propensão para a nacionalização do espaço discursivo do jornal acresce um evidente enfoque nas



élites político-económicas como fontes da notícia, no reverso do qual se inscreve um silenciamento das redes informais de discussão. Por conseguinte, se as reuniões de Chefes de Estado e de Governo fornecem declarações e ‘estórias’ passíveis de estimular o potencial dos media na construção social do mundo circundante, demonstram que essa ‘janela’ se mantém apenas entreaberta, limitando-se a reforçar os esquemas de visibilidade e domínio dos círculos de legitimação do poder formal.

### Referências bibliográficas

ANDERSON, B.. **Imagined Communities**. New York: Verso, 1991.

BAUMAN, Z. **Liquid Love**. Cambridge: Polity Press, 2003.

CE (COMISSÃO EUROPEIA). Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu e ao Conselho – Para uma parceria estratégica UE-Brasil. Bruxelas: COM 281, Mai. 2007<sup>a</sup>.

CE (COMISSÃO EUROPEIA). Standard Eurobarometer 65 – Public Opinion in the European Union. Brussels: Directorate General Communication, Jan. 2007<sup>b</sup>.

DE VREESE, C. PETER, J. e SEMETKO, H. Framing politics at the launch of the euro: A cross-national comparative study of frames in the news. **Political Communication**, London, v.18, n.2, p.107-122, Apr. 2001.

DELANTY, G. 3 RUMFORD, C. **Rethinking Europe: Social theory and the implications of Europeanization**. London: Routledge, 2005.

ESTEVES, J. **Espaço Público e Democracia. Comunicação, Processos de Sentido e Identidades Sociais**. Lisboa: Edições Colibri, 2003.

GALTUNG, J. e RUGE, M. A estrutura do noticiário estrangeiro. A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: *Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Vega, 1999, p.61-63.

GOFFMAN, E. **Frame Analysis**. New York: Free Press, 1974.

HALLIN, D. **The ‘Uncensored War’: 1965-1967**. Berkeley: University California Press, 1986.



IYENGAR, S. **Is anyone responsible? How television frames political issues.** Chicago: University of Chicago Press, 1991.

KEVIN, D. **Europe in the Media – A Comparison of Reporting, Representation and Rhetoric in National Media Systems in Europe.** New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2003.

KUNELIUS, R. and SPARKS, C. Problems with a European public sphere: an introduction. **Javnost – The Public**, Ljubljana, vol.8, n.1, p.5-20, Apr. 2001.

MACHILL, M., BEILER, M. e FISCHER, C. Europe-Topics in Europe's Media. The Debate about the European Public Sphere: A Meta-Analysis of Media Content Analyses. **European Journal of Communication**. London, v.21, n.1, p.57-88, Mar. 2006.

MEYER, C. Exploring the EU's communications deficit. **Journal of Common Market Studies**. London, v.37, n.4, p.617-640, Dec. 1999.

MORLEY, D. e ROBINS, K. **Spaces of Identity.** USA: The International Library of Sociology, 2000.

NELSON, B., ROBERTS, D. e VEIT, W. **The Idea of Europe: Problems of National and Transnational Identity.** Oxford: Berg, 1992.

NOOTEBOOM, C. **Wie wird man Europäer?.** Frankfurt: Suhrkamp, 1993.

RICOEUR, P. The narrative function. In: **Paul Ricoeur: Hermeneutics and the Human Sciences.** Cambridge: Cambridge University Press, 1981, p.274-296.

RISSE, T. An emerging European identity? What we know, and how to make sense of it. University of Helsinki, 25 Apr. 2003.

TRAQUINA, N. **Jornalismo.** Lisboa: Quimera, 2002.

WILSON, D. e PURUSHOTHAMAN, R. Dreaming with BRICs: The Path to 2050. **Golden Sachs Global Paper**, n.99, Oct. 2003.