

Os vários alargamentos da União Europeia, motivados por ambições políticas, culturais e económicas, são a face mais visível do sucesso da transposição, para outros países, do modelo europeu e dos valores que o compõem - a Democracia, a primazia do Direito, a protecção dos Direitos do Homem, a consolidação da paz e da segurança. O último alargamento expandiu as fronteiras da UE com a entrada de dez novos Estados-Membros, oito dos quais do Centro e Leste do Velho Continente, mas, sobretudo, demarcou a vontade de ir além da "cortina de ferro" que dividiu artificialmente a Europa durante meio século.

Os efeitos de cada alargamento da UE são sentidos em todos os sectores dos vários Estados-Membros. A nível económico, a entrada dos novos membros do Centro e Leste Europeu representa um acréscimo de 76 milhões de pessoas no mercado comunitário - um número que não pode nem deve ser ignorado. Mais do que uma ameaça, este novo potencial dentro do espaço de Shengen representa uma oportunidade de investimento, e o sector dos media não foge à regra. Devido às características que o sector mediático destes países apresenta, a expansão das empresas de media para o Centro e Leste Europeu afigura-se como um passo a dar a médio e longo prazo.

Esta obra - "O Alargamento da União Europeia e os Media - Impactos no Sector e nas Identidades Locais" - aborda a questão do alargamento de Maio de 2004, desde as implicações que este teve a nível local aos efeitos mais globais. Tendo em conta a transversalidade de temas e a sua relação com os media, este livro dirige-se, por um lado, a todos os que se interessam por assuntos europeus e desenvolvimento económico, político e social num contexto nacional e internacional e, por outro, a todos os profissionais ligados ao hiper sector da comunicação, quer sejam executivos, empresários, estudantes, investigadores, professores ou dirigentes associativos.

Apoios Institucionais:



ASSOCIAÇÃO
PORTUGUESA
DE IMPRENSA



Formal
press



ISBN: 972-99351-6-5



9 789729 935169

media XXI

O Alargamento da União Europeia e os Media - Impactos no Sector e nas Identidades Locais PAULO FAUSTINO (COORD.)

Colecção
media XXI

O Alargamento da União Europeia e os Media

Impactos no Sector e nas
Identidades Locais

PAULO FAUSTINO (Coord.)



O ALARGAMENTO DA UNIÃO EUROPEIA E OS MEDIA

IMPACTOS NO SECTOR E NAS IDENTIDADES LOCAIS
PAULO FAUSTINO (COORD.)

Título: O Alargamento da União Europeia e os Media – Impactos no Sector e nas Identidades Locais

Autores: Paulo Faustino (coord.) | Investigadores: Alan Albarran, Estados Unidos; Arons Cravalho, Portugal; Carla Martins, Portugal; Fernando Cascais, Portugal; Helena Sousa, Portugal; Hugo Marques, Portugal; João Palmeiro, Portugal; Juan Roca, Espanha; Luís Tomé, Portugal; Paula Cravina, Portugal; Paul Murchetz, Alemanha; Rogério Santos, Portugal; Rui Cádima, Portugal; Vanda Ferreira, Portugal
| Investigadores Júniores: Vera Lança; Joana Simões Piedade

Design Gráfico e Paginação: Tânia Borges

Copydesk: Nídia Silva

Editores: Media XXI/Formalpress – Publicações e Marketing, Lda

Impressão e Acabamento: Gráfica Almondina

Reservados todos os direitos de autor.

Esta publicação não pode ser reproduzida, nem transmitida, no todo ou em parte, por qualquer processo electrónico, mecânico, fotocópia, gravação ou outros, sem prévia autorização escrita da Editora e dos Autores.

O conteúdo deste livro é da inteira responsabilidade dos autores, não se responsabilizando a Comissão Europeia pelo mesmo.

Media XXI/Formalpress – Publicações e Marketing, Lda

Rua Professor Vítor Fontes, n.º 8D, 1600-671 Lisboa

e-mail: formalpress@gmail.com

Telefone: 217 573 459

1ª Edição

Tiragem: 3.500 exemplares

ISBN: 972-99351-6-5

Depósito Legal n.º 245286/06

Colecção
media xxi

Índice

Prefácio.....	13
Nota Introdutória.....	15
Capítulo 1	
1. A Europa dos 15 aos 25: identidade nacional e europeia.....	19
1.1. Introdução.....	20
1.2. Fundamentos e pressupostos do alargamento.....	21
1.2.1. Alargamentos anteriores.....	21
1.2.2. Razões do Alargamento.....	22
1.3. O processo de alargamento.....	26
1.3.1. As principais etapas e os critérios de alargamento.....	26
1.3.2. Enquadramento financeiro e despesas da UE com o alargamento.....	29
1.4. Os cidadãos europeus perante o alargamento.....	29
1.4.1. O apoio ao alargamento.....	29
1.4.2. As preocupações dos cidadãos europeus.....	31
1.5. A “estratégia de comunicação” para o alargamento.....	32
1.5.1. Princípios e financiamento da estratégia de comunicação.....	32
1.6. Identidades nacionais versus identidade europeia.....	35
1.6.1. Enquadramento.....	35
1.6.2. Emergência de uma identidade europeia e identidades nacionais.....	35
1.6.3. Principais elementos de identificação nacional e europeia.....	38
1.7. Os media e as identidades europeias.....	42
1.8. Síntese conclusiva.....	45
Capítulo 2	
2. Os media como pilar de integração social.....	47
2.1. Introdução.....	47
2.2. Os media como suporte de integração social e cultural.....	49
2.2.1. Identidade nacional e identidade europeia.....	49
2.2.2. Identidade nacional e identidade cultural.....	52
2.3. O papel dos media na construção da identidade nacional e europeia.....	54
2.3.1. A influência dos media na formação da identidade.....	54
2.3.2. Os media e a construção da Europa em Portugal.....	57
2.4. A especificidade dos media locais e regionais.....	60
2.5. Os media dirigidos às minorias étnicas: os casos dos países de Leste.....	64

2.6. Os impactos culturais do alargamento.....	68
2.6.1. Os media e as comunidades imigrantes de Leste em Portugal...	68
2.6.2. Os conteúdos dos media e o retrato do novo contexto europeu	71
2.6.3. A identidade nacional após a integração à União Europeia.....	73
2.7. Impactos sociais do alargamento.....	83
2.7.1. O papel dos media como factor de integração social.....	83
2.7.2. Reforço ou anulação das identidades locais.....	87
2.8. Síntese conclusiva.....	99

Capítulo 3

3. Perspectivas nacionais e internacionais do sector dos media.....	102
3.1. A política dos media e a integração europeia de Portugal.....	103
3.1.1. Contexto político e social dos media antes da adesão à CEE.....	103
3.1.2. A adesão à CEE e impactos nos media	106
3.2 Os media e os jornalistas: da CEE à União Europeia.....	112
3.3 A perspectiva espanhola e ibérica num contexto europeu.....	123
3.3.1. Mercado espanhol da comunicação.....	123
3.3.1.1. Características gerais.....	123
3.3.1.2. Televisão.....	124
3.3.1.3. Rádio.....	132
3.3.1.4. Imprensa Escrita.....	135
3.3.1.5. Revistas	138
3.3.1.6. Livros	140
3.3.2. Impactos do alargamento da União Europeia e a “identidade ibérica”.....	140
3.3.2.1. Impactos sociais e económicos nos media.....	140
3.3.2.2. Imprensa étnica e imigração.....	142
3.3.2.3. Papel dos media na formação da identidade ibérica e europeia.....	143
3.4. A Política de Comunicação da UE e Portugal: uma perspectiva histórica...	145
3.4.1. Introdução.....	145
3.4.2. A Política de Comunicação da UE.....	146
3.4.2.1. Política de Telecomunicações.....	147
3.4.2.2. Política para o Sector Televisivo.....	155
3.4.3. A Política de Comunicação da UE e Portugal: notas finais.....	161
3.5. O alargamento: a ideia de Europa e os media.....	164
3.5.1. Enquadramento.....	164
3.5.2. As estratégias de comunicação da UE e a afirmação da ‘ideia de Europa’.....	165
3.5.3. O recentramento dos grandes objectivos da UE em torno da reorientação estratégica da Comunicação Social.....	168
3.5.4. Audiovisual europeu – o alargamento ampliou o velho paradigma....	169

3.5.5. Ideias Finais.....	171
3.6. O alargamento da UE: impacto nos media na Europa e EUA	175
3.6.1. Introdução.....	176
3.6.2. O panorama global dos media.....	176
3.6.3. O mercado dos Estados Unidos	178
3.6.4. Integração na UE: impacto nos Estados Unidos	180
3.7. Síntese conclusiva.....	182

Capítulo 4

4. Estruturas e desenvolvimentos dos media em Portugal.....	183
4.1. Introdução.....	183
4.1.1. Caracterização geral do país e do sector.....	183
4.1.1.1. Geografia e Demografia.....	183
4.1.1.2. A Língua.....	185
4.1.1.3. A Economia.....	185
4.1.1.4. A complexidade das instituições dos media.....	186
4.1.1.5. Estrutura e propriedade dos media.....	187
4.2. Os media em Portugal: antes e depois da Revolução do 25 de Abril.....	187
4.2.1. Antes da Revolução do 25 de Abril.....	187
4.2.2. Depois da Revolução de 25 de Abril.....	192
4.2.3. Plano político-legislativo e a Constituição de 1976.....	194
4.2.4. Antes e depois da integração na CEE.....	195
4.3. Caracterização e desenvolvimentos nos vários tipos de media.....	198
4.3.1. Imprensa.....	198
4.3.2. Rádios.....	199
4.3.3. Televisão.....	199
4.3.4. Outros media: agências noticiosas.....	200
4.4. Os contributos da abertura política e os avanços tecnológicos.....	201
4.4.1. Factores de ordem política.....	201
4.4.2. Factores de ordem tecnológica.....	205
4.5. Quadro actual das principais empresas/grupos e actividades.....	207
4.5.1. A questão da concentração e tendências do sector dos media.....	207
4.5.2. Principais grupos nacionais.....	210
4.5.2.1. Imprensa.....	210
4.5.2.2. Igreja Católica.....	211
4.5.2.3. Estado.....	211
4.5.2.4. PT Multimédia.....	212
4.5.2.5. Lusomundo.....	213
4.5.2.6. Controlinveste Media.....	214
4.5.2.7. Media Capital.....	214
4.5.2.8. Cofina Media.....	215
4.5.2.9. Sonae.Com.....	216

4.5.2.10. Impala.....	217
4.6. Participação de capital estrangeiro em Portugal e internacionalização dos media portugueses.....	217
4.7. Portugal no contexto dos media europeus.....	222
4.7.1 Caracterização da população.....	222
4.7.2. Comparação com os novos Estados membros	225
4.7.3. Caracterização da sociedade da informação em Portugal <i>versus</i> media.....	225
4.7.4. Análise dos sectores televisão, rádio e imprensa.....	227
4.7.4.1. Televisão.....	227
4.7.4.2. Rádio.....	230
4.7.4.3. Imprensa de expansão nacional.....	230
4.8. Síntese conclusiva.....	232
Capítulo 5	
5. O alargamento da UE: impactos económicos nos media.....	234
5.1. Introdução	234
5.2. Impactos económicos decorrentes do alargamento.....	242
5.3. Oportunidades e riscos	262
5.3.1. Análise SWOT.....	271
5.4. Estrutura mediática nos países de Centro e Leste Europeus.....	275
5.4.1. Grupos de media.....	275
5.4.2. Perspectivas de desenvolvimento após o alargamento.....	285
5.4.2.1. Próximos países a aderir à UE.....	285
5.4.2.2. Possibilidade de cooperação com Portugal.....	286
5.4.2.2.1. Conceito e formas de cooperação.....	286
5.4.2.2.2. Estudo de caso: O alargamento da UE e as indústrias do papel.....	288
5.5 Síntese conclusiva.....	289
Capítulo 6	
6. Estudo sobre o impacto do alargamento da UE nos media nacionais: actividades de campo.....	290
6. 1. Inquérito à população.....	291
6.1.1. Objectivos específicos.....	291
6.1.2. Amostra e recolha de informação.....	292
6.1.3. Apresentação de resultados.....	293
6.1.3.1. Efeitos nos media decorrentes da integração	293
6.1.3.2. Mudanças significativas nos media nos últimos 20 anos..	294
6.1.3.3. Cobertura dos media e contributo para a sensibilização..	295
6.1.3.4. Percepção sobre as políticas para os media e sociedade da informação	300

6.1.3.5. Modelo de financiamento da sociedade da informação..	304
6.1.3.6. Desafios e desenvolvimentos nos media após o alargamento da UE.....	305
6.1.3.7. Os media regionais, a globalização e a identidade europeia.....	309
6.2. Inquérito aos empresários e profissionais dos media.....	311
6.2.1. Objectos específicos.....	311
6.2.2. Amostra e recolha da informação.....	314
6.2.3. Apresentação de resultados.....	314
6.2.3.1. Efeitos decorrentes da integração.....	314
6.2.3.2. Mudança mais significativas nos media últimos 20 anos..	316
6.2.3.3. Cobertura dos media e contributo para a sensibilização..	316
6.2.3.4. Contributo para aumentar conhecimentos sobre a UE..	316
6.2.3.5. Os media e sensibilização sobre as questões europeias....	317
6.2.3.6. Os media e o conhecimento sobre as questões europeias	318
6.2.3.7. Impactos sociais e económicos resultantes da cobertura mediática.....	319
6.2.3.8. Impactos positivos resultantes da cobertura mediática....	320
6.2.3.9. Impactos negativos resultantes da cobertura mediática....	320
6.2.3.10. Percepção geral sobre a cobertura mediática da UE....	320
6.2.3.11. Percepção sobre as políticas para os media e sociedade da informação.....	321
6.2.3.12 Factores e níveis de competitividade entre a UE e os EUA.....	326
6.2.3.13. Transformações e tendências nos media nacionais.....	330
6.2.3.14. Identidade nacional, europeia e globalização dos media	331
6.2.3.15. As fontes de informação e a actualidade dos assuntos europeus.....	335
6.3. Questionário a académicos, peritos, profissionais e empresários europeus dos media	337
6.3.1. Metodologia.....	337
6.3.2. Resultados do inquérito a académicos e peritos europeus....	338
6.3.3. Resultados do inquérito a profissionais e empresários dos media europeus	341

Capítulo 7

7. Conclusão.....	347
7.1. Principais conclusões.....	348
7.1.1. A Europa dos 15 aos 25.....	348

7.1.2. Identidade nacional e europeia.....	349
7.1.3. Os media e a identidade europeia.....	351
7.1.4. Os media como pilar de integração social.....	353
7.1.5. Evolução dos media em Portugal.....	354
7.1.6. Os media à escala global.....	355
7.1.7. O processo de alargamento da UE.....	357
7.1.8. Portugal e o alargamento.....	358
7.1.9. O impacto no sector dos media.....	358
7.1.10. Resultados dos inquéritos e questionários.....	362
7.2. Síntese conclusiva e recomendações.....	366
Anexos.....	370
Bibliografia.....	399

Prefácio

Na qualidade de entidade promotora, em estreita colaboração com a nTIME/Formalpress (e com o seu director, Paulo Faustino), a Associação Portuguesa de Imprensa (APImprensa) tem vindo a prestar muita atenção à questão do alargamento, sobretudo no que se refere aos impactos sociais e económicos – e eventuais oportunidades daí decorrentes – que esta histórica decisão política da UE pode representar para os Estados-Membros, e em particular para a indústria dos media em Portugal e na Europa, uma vez que integramos as Direcções das Associações europeias de Jornais (ENPA – Associação Europeia de Editores de Jornais) e Revistas (FAEP – Federação Europeia de Revistas).

Numa Europa que rapidamente atingiu a idade adulta, com os seus 25 países membros, a APImprensa não pode deixar de ter em consideração, a sua preocupação e constatação do papel dos media num mercado alargado a novos parceiros com características muito próprias, quer a nível financeiro e económico, quer a nível da identidade cultural, que cada vez mais assume uma crescente importância em termos culturais, regionais, locais e nacionais.

Embora a experiência dos anteriores alargamentos tivesse demonstrado e fortalecido o projecto europeu, temos de compreender que este último suscita algumas preocupações. Constitui um passo único, não só pelo seu significado histórico, mas também pelas suas proporções, pelas características muito específicas dos novos Estados-Membros e pela própria dimensão do alargamento.

Para a APImprensa, este foi o momento fundamental da construção europeia do século XXI, pois marcou de forma decisiva as responsabilidades da União à escala de um Continente, responsabilidades que deverão ser encaradas como uma oportunidade e uma motivação adicional para todos os Estados-Membros.

Não há dúvida que o êxito deste novo desafio europeu está dependente na estratégia de adaptação, clarificação e comunicação que as instituições comunitárias assumirem por forma a serem melhor compreendidas pela opinião pública, permitindo à sociedade civil desempenhar um papel mais activo.

É aqui que se ressalva a importância dos media dentro do novo espaço comu-

nitário, através da sua familiaridade, proximidade e adaptação de conteúdos com os seus leitores. Só através da indústria dos media é que se poderá chegar a um grupo mais diversificado de cidadãos e encorajar a criação de uma identidade colectiva europeia, relacionando-a com o contexto nacional e local de cada Estado-Membro.

O alargamento do mercado europeu a 480 milhões de consumidores constitui, sem dúvida, uma mais-valia que urge aproveitar. Acreditamos que muitas empresas portuguesas do sector dos media, possuem índices de produtividade e competitividade capazes de encarar este novo alargamento da União Europeia como um conjunto de novas oportunidades para o desenvolvimento das suas estratégias de negócio.

Este novo alargamento tem que ser visto numa perspectiva de continuidade onde a Integração dos novos Estados-Membros significa evolução para um mercado mais aberto mas mais competitivo onde prevalecerá a profissionalização do sector.

Assim, pretendemos que este estudo seja não só uma ferramenta de trabalho útil para perceber que implicações estão inerentes a esta indústria mas também dotar os profissionais do sector com informação sobre os mecanismos e instrumentos comunitários para que possam existir boas sinergias entre empresas do sector dos media.

A APImprensa tem sido pioneira no lançamento de análises que permitam aos responsáveis e aos investidores compreenderem melhor a importância da estruturação do sector em que desenvolvem a sua actividade. Quer em consequência da utilização de novas tecnologias, como foi o estudo sobre os impactos da Internet no sector, quer sobre a eficácia da combinação do investimento publicitário de televisão com a Imprensa.

No momento em que estão à porta da Europa mais dois Estados, a Bulgária e a Roménia, em que o dilema turco parece crescer, acreditamos que é também o momento de estudar os impactos da lusofonia nos media e na organização da sua indústria, sem esquecer países como a Índia, a China e o Sri Lanka, onde apesar de termos uma reduzida influencia enquanto expressão numérica da comunidade de luso falantes, estão implementadas políticas fundamentais para todo o sector dos media a nível global e internacional.

João Palmeiro

Presidente da Associação Portuguesa de Imprensa

Nota introdutória

O presente estudo, intitulado “O Alargamento da União Europeia e os Media – Impactos no Sector e nas Identidades Locais”, tem por objecto analisar o impacto do último alargamento da União Europeia (UE) na indústria dos media e nas identidades locais.

Esta é uma meta que não pode ser levada a cabo sem uma aceção prévia, por um lado, do processo de alargamento e, por outro, do conceito de aprofundamento, duas forças que têm, ao longo dos quase 50 anos de história da UE, funcionado em paralelo. De seguida, introduzir-se-á o tema específico deste estudo, centrado na questão do impacto que o alargamento a Leste teve (e tem) na indústria dos media e no papel desempenhado por estes na promoção da ideia e identidade “europeia”.

O fim da Segunda Guerra Mundial criou as condições para o surgimento, no Continente Europeu, de um desejo político de garantir aos cidadãos europeus um futuro assente na paz, estabilidade e prosperidade económica, e que viria a culminar na assinatura, em 1957, do Tratado de Roma, subscrito por seis países europeus: Bélgica, Luxemburgo, Holanda, Alemanha, França e Itália. A partir dessa data, a então Comunidade Económica Europeia, que, entretanto, deu origem à UE, foi-se progressivamente alargando a outros Estados europeus, tendo os sucessivos alargamentos sido sustentados por motivações políticas, culturais e económicas.

Em 1973, deu-se o primeiro alargamento à Dinamarca, Irlanda e Reino Unido, seguido do alargamento à Grécia em 1981; a Portugal e Espanha em 1986; e à Áustria, à Finlândia e à Suécia em 1995. Por fim, o mais ambicioso alargamento da história das comunidades europeias teve a sua génese em 1989, depois da queda do Muro de Berlim e colapso do bloco comunista, sob influência da União Soviética, na Europa de Leste. Essa longa caminhada culminaria, em Maio de 2004, no alargamento a 10 países do Centro e Leste europeu e bacia mediterrânica, que, ao longo de quase 40 anos, viveram num estado de relativo isolamento face ao mundo ocidental e sob uma organização político-socio-económica completamente distinta.

Chegados a este ponto, a questão é, pois, saber se os alargamentos, e em especial o último, significam o aprofundamento do processo de construção europeu. O processo de aprofundamento da UE, com reforço das competências e responsabi-

dades das instâncias comunitárias, tem a sua génese na liberalização dos mercados europeus. Com a união aduaneira, o mercado comum e a zona Euro, as comunidades europeias transformaram-se numa união entre povos que aspira a tornar-se, tal como é possível ler no artigo 1.º do Tratado de Amesterdão (Tratado da União Europeia), “cada vez mais estreita”.

Neste contexto, o aprofundamento da integração parece constituir-se uma condição prévia ao alargamento, na medida em que é exigido aos países candidatos que aprofundem o nível da sua própria integração com a EU, nomeadamente por lhes ser exigido o cumprimento de um conjunto de critérios – no caso da última vaga de alargamento, estes pré-requisitos foram definidos nos chamados Critérios de Copenhaga (1993) – a nível político, social, jurídico, institucional e económico.

Alargamento e aprofundamento não são dois conceitos opostos mas interdependentes e complementares. Pensar em alargamento implica inevitavelmente o aprofundamento da UE, imposto como critério último de adesão aos países candidatos. Por seu turno, “aprofundar” significa muito mais do que “alargar”: ao mesmo tempo que as fronteiras geográficas comunitárias se dilatam, a UE procura reduzir as distâncias culturais entre os países do Velho Continente, contribuindo para um fenómeno a que muitos chamam “europeização” – processo de crescente partilha de experiências sociais, culturais, económicas que influencia e molda os desenvolvimentos no seio da União e contribui para o desenvolvimento da identidade colectiva europeia, o que progressivamente remove barreiras políticas e culturais entre os Estados-Membros da UE.

No domínio socio-cultural, em particular no que diz respeito à promoção da ideia de Europa e de uma identidade europeia, a Comissão é a instituição europeia mais activa, nomeadamente através da Direcção-Geral de Educação e Cultura, que promove, entre muitos outros, programas de intercâmbio para jovens, financiados a nível europeu.

Segundo um artigo publicado no *International Herald Tribune*, mais de 1,2 milhões de jovens europeus tiveram acesso ao programa Erasmus – intercâmbios a nível universitário –, o que fomenta a socialização entre “europeus” que serão os futuros líderes do continente, para além de contribuir para colocar em prática a liberdade de circulação dos cidadãos na Europa, ou pelo menos dentro do espaço Schengen.

Este intercâmbio, do ponto de vista cultural, promove a ideia de uma “herança comum” entre os países europeus. A aprendizagem de línguas estrangeiras é actualmente imperativa para a inserção profissional dos jovens europeus, representando esta uma outra forma de encurtar as distâncias entre europeus e de promover uma cultura europeia assente na diversidade e na grande riqueza de patrimónios sociais, históricos e culturais da Europa.

Na medida em que espelham a realidade através de filtros que as próprias redacções escolhem – sob a forma de políticas editoriais que dependem, directa ou indirectamente, dos seus investidores – os meios de Comunicação Social interferem nos jogos de poder dos governos e, ao mesmo tempo, tornam possível a existência de uma opinião pública que põe em causa o poder vigente, funcionando

como um *watchdog* da democracia. Ao alargar as esferas de discussão pública a cidadãos anónimos, os media potenciam a participação política e o debate dos cidadãos, assim como desempenham um papel importante na disseminação de conhecimentos, ou seja, na educação e na cultura dos países.

No que diz respeito à “europeização”, os media funcionam como veículo de divulgação e promoção da identidade europeia, sendo também eles próprios alvos de uma “europeização”, no sentido mais económico do termo:

i) Os media veiculam mensagens e, ao aderirem ao projecto europeu, são uma peça fundamental na construção de uma colectividade coesa, que partilha os mesmos valores, subjacentes à adesão à UE;

ii) Os media são uma indústria poderosa, cada vez mais profissionalizada, especializada e competitiva, que beneficia com a abolição de barreiras aduaneiras, possibilitando a concorrência entre grupos económicos e, por consequência, fomentando mais fluxos comerciais e financeiros entre os países da UE.

A “europeização” da indústria dos media contribui assim para a “europeização” da população europeia, sendo esta a premissa de base do estudo aqui presente, que procura ainda descortinar os principais impactos do alargamento nesta indústria – nomeadamente em Portugal – e, por intermédio dessa na indústria, nas culturas regionais e locais.

Em concreto, procurar-se-á, nas páginas que se seguem, dar resposta, entre outras, às seguintes questões:

1) Qual a importância e impactos do processo de construção europeu para os cidadãos, particularmente os portugueses?

2) Qual a importância e impactos do processo de alargamento da UE de 15 para 25 Estados-Membros?

3) Qual o papel dos media para a divulgação dos objectivos da Europa comunitária, nomeadamente a propósito do alargamento?

4) Qual o contributo dos media nacionais, regionais e locais para a criação de uma identidade europeia?

5) Qual o contributo dos media nacionais, regionais e locais para a preservação e reforço das identidades nacionais e regionais?

6) Quais os impactos da globalização da economia na indústria dos media europeia e, especificamente, portuguesa?

7) Quais as oportunidades e ameaças decorrentes do alargamento da UE para a indústria dos media em Portugal?

8) De que forma os media dirigidos às comunidades imigrantes provenientes dos países de leste europeu podem capitalizar os benefícios decorrentes do alargamento?

9) Em que medida os media, especialmente os de âmbito regional e local, estão a contribuir para a integração social das comunidades imigrantes do leste europeu em Portugal?

10) De que forma os profissionais das empresas de media poderão explorar oportunidades de negócio decorrentes do alargamento?

11) Como internacionalizar as suas empresas e conteúdos para mercados pertencentes à Comunidade Europeia?

12) Em que medida é importante promover uma indústria europeia e nacional de conteúdos para combater a hegemonia americana?

13) De que forma poderão os empresários de Comunicação Social cooperar com as empresas do sector dos media especializadas na produção de conteúdos dirigidas às comunidades dos países do alargamento?

A resposta a estas questões é dada ao longo do estudo que se segue, composto por sete capítulos, que analisa a indústria dos media, por um lado, a sua ligação com a formação da identidade europeia, por outro, e de forma transversal, as implicações, sobretudo económicas e sociais, resultantes do alargamento para os media portugueses.

Este estudo – em que tive o privilégio de contar com a colaboração de reputados investigadores e especialistas nacionais e internacionais – contém uma forte componente de investigação empírica baseada em entrevistas semi-estruturadas e num trabalho de campo, constituído por uma sondagem realizada a nível nacional, um inquérito feito a profissionais e empresários de media portugueses e, ainda, por dois questionários aplicados a académicos e peritos de comunicação social europeus e a profissionais e empresários de media europeus.

Deste modo, o trabalho de campo realizado complementa a análise mais teórica levada a cabo nos restantes capítulos, e vem corroborar as principais conclusões que daí vão sendo retiradas, em particular sobre o papel dos media na formação de uma identidade europeia, bem como sobre os prováveis impactos do processo de alargamento sobre a indústria de media em Portugal.

Em jeito de nota final, gostaria de agradecer, em primeiro lugar, à Associação Portuguesa de Imprensa (ao seu presidente e à direcção), a confiança depositada em mim e na Formalpress (através da New Team to Innovate Media & Entertainment – nTIME) para coordenar, estruturar e desenvolver este trabalho. Quero agradecer também a todos os investigadores séniores e júniores a dedicação e entusiasmo demonstrada ao longo das diversas fases de realização desta iniciativa.

Por último, este estudo não teria sido possível sem o apoio da Comissão Europeia. Embora o presente projecto tenha sido resultado de um concurso internacional promovido por esta instituição comunitária, em que nós tivemos o privilégio de ser seleccionados, a oportunidade gerada por esse concurso constituiu, em si mesma, a principal alavanca que tornou possível a materialização das várias actividades de investigação reflectidas nas páginas seguintes.

Paulo Faustino

Coordenador do Projecto e Director do Master em Gestão Empresarial e Editorial dos Media & Entretenimento, na Universidade Autónoma de Lisboa

Capítulo I

A EUROPA DOS 15 AOS 25: IDENTIDADE NACIONAL E EUROPEIA

ESTRUTURA DO CAPÍTULO

O presente capítulo, constitui uma introdução às abordagens e reflexões apresentadas nesta obra, analisa os pressupostos, os fundamentos, o processo e as implicações do alargamento da União Europeia, em particular sobre as “identidades” locais, nacionais e europeia e sobre o novo contexto em que opera a indústria dos media. De entre as várias abordagens incluídas no capítulo, procuramos compreender os fundamentos e os pressupostos do alargamento, nomeadamente:

- No ponto 1.2 procura-se saber as razões que levaram ao alargamento da UE de 15 para 25 Estados-Membros, bem como quais os motivos que levaram os países a aderir;
- No ponto 1.3 são enumeradas as etapas essenciais do processo de alargamento e que quais os critérios que foram fixados. São também analisados os quadros financeiros que foram criados e quais as despesas orçamentais que a UE teve com o alargamento;

- No ponto 1.4 avalia-se o apoio dos cidadãos europeus ao alargamento e as suas preocupações, como, por exemplo: qual o apoio deste projecto entre os cidadãos da UE e os cidadãos dos países candidatos / novos membros? Que conhecimento tinham os cidadãos dos 15 sobre os candidatos? Quais as principais preocupações dos cidadãos europeus com o alargamento?;

- O ponto 1.5 pondera sobre a “estratégia de comunicação para o alargamento” da União, a saber: Os princípios em que se baseou esta estratégia; os seus objectivos específicos para os Estados-Membros e para os países candidatos; e os projectos e actividades que implementou, nomeadamente em relação aos media;

- Por último, nos pontos 1.6 e 1.7 analisam-se as componentes (étnicas, cívicas, instrumentais e simbólicas) de identificação nacional e europeia, testando eventuais impactos deste alargamento sobre as identidades. Aqui é também abordada a relação entre os media e as identidades, tentando dar pistas de resposta às seguintes

daria origem a outras duas comunidades, a Comunidade Europeia da Energia Atómica (CEEa ou EURATOM) e, em particular, a Comunidade Económica Europeia (CEE). Depois de ultrapassadas com êxito as fases de “zona de comércio livre” e de “união aduaneira”, os Estados-Membros foram progressivamente partilhando e cedendo competências que eram, tradicionalmente, da sua exclusividade para entidades intergovernamentais e supranacionais. Aquando da adesão de Espanha e de Portugal, a Comunidade lançou o programa do mercado único e políticas comuns em matéria de ambiente, de coesão económica e social, de investigação, de tecnologia e de assuntos sociais. Paralelamente, aprofundava a Cooperação Política Europeia. Em 1992, o Tratado de Maastricht lançou as bases da União Económica e Monetária enquanto decorria o processo de adesão da Áustria, Finlândia e Suécia. Em seguida, a UE introduziu a moeda única (o euro) e implementou a Política Externa e de Segurança Comum (PESC) enquanto negociava o novo alargamento a Leste e Sudeste.

Com excepção do de 1995, os alargamentos anteriores ocorreram numa Europa dividida. O alargamento da UE a oito Estados da Europa Central e Oriental (Polónia, Hungria, República Checa, Eslováquia, Eslovénia, Estónia, Letónia e Lituânia) e dois países do Mediterrâneo (Malta e Chipre), mantendo a porta aberta a outros entre os quais os já candidatos Roménia, Bulgária, Croácia e Turquia propicia, pois, uma oportunidade histórica para pôr termo à divisão artificial entre a Europa Ocidental e a Europa de Leste e para reunificar o nosso continente.

1.2.2. Razões do Alargamento

Num relatório que lhe fora encomendado pela Comissão Europeia sobre o Alargamento, Wim Kok salienta que “O alargamento da UE resulta da decisão de partilhar os benefícios alcançados pela Europa Ocidental através da criação de uma zona de estabilidade em que a guerra se torne impossível”¹. Com efeito, pode afirmar-se que a primeira razão para este alargamento é totalmente coincidente com o ideal que dera início ao projecto europeu: promover a paz, a estabilidade, a segurança, a democracia e o desenvolvimento económico por via da integração regional e da partilha de soberanias. Este ideal europeu resultou da experiência de graves perturbações que atingiram a Europa ao longo de toda a História, em particular na primeira metade do século XX, em que tiveram lugar as duas guerras mundiais, da necessidade de reconstruir a Europa e do optimismo surgido no pós-guerra. O raciocínio dos pais fundadores da UE baseou-se no princípio de que se a paz e a estabilidade constituem requisitos indispensáveis ao desenvolvimento e à prosperidade, a integração das economias e a partilha de competências soberanas contribuiria para criar e alicerçar aquelas condições para as nações e os cidadãos de toda a Europa. Em tempo de Guerra Fria, contudo, esta original construção limitou-se ao lado Ocidental de uma Europa profundamente dividida.

O desmantelamento da “cortina de ferro” apresentou-se como uma oportunidade histórica para expandir o espaço de paz e de prosperidade a todo o Continente. Cabia à

União apoiar as transições em curso, criar “pontes” com a “outra Europa” e favorecer o desenvolvimento económico e democrático dos países vizinhos, dando assim um contributo vital para promover a segurança, a paz, a estabilidade e a reunificação da Europa. Assim, o alargamento a 10 novos Estados, entre os quais oito da Europa de Leste, reforça os ideais e os objectivos subjacentes à União Europeia e simboliza um “regresso à Europa” de países europeus e a oportunidade de consolidarem firmemente as suas opções pela Democracia e pela economia de mercado. O alargamento é a concretização da visão dos países fundadores ao expandir a uma nova e vasta zona da Europa a integração política e económica. Esta visão de uma Europa unida na promoção conjunta da paz, estabilidade, democracia e desenvolvimento é o primeiro e o mais importante fundamento desta quinta vaga de alargamentos e de todo o projecto europeu – visão de que as pessoas se esquecem facilmente quando dão por adquiridas a paz e a prosperidade.

Com este alargamento, a UE passou a contar com 25 Estados-Membros e 450 milhões de cidadãos, mais do que as populações dos EUA e da Rússia somadas (ver Quadro 1.1 que contém os dados de base relativos à população, superfície e economia dos novos membros) e deslocou as suas fronteiras externas mais de 500 km

Quadro 1.1: Dados de Base da UE-15 e dos Novos Estados-Membros

	Superfície km ²	População milhões	Produto Interno Bruto			
			mil milhões		per capita em	
			euros	ppc	euros	ppc
Chipre	9251	0.762	10.2	12.5	15100	18500
Rep. Checa	78866	10.2	63.3	136.2	6200	13300
Estónia	45227	1.4	6.2	13.4	4500	9800
Hungria	93030	10.2	58.0	120.6	5700	11900
Letónia	64589	2.4	8.5	18.2	3600	7700
Lituânia	65300	3.5	13.4	30.5	3800	8700
Malta	316	0.394	4.0	n.a.	10300	n.a.
Polónia	312685	38.6	196.7	355.9	5100	9200
Eslováquia	49035	5.4	22.8	59.5	4200	11100
Eslovénia	20273	2.0	20.9	31.8	10500	16000
UE-15	3237900	376.4	8828.9	8828.9	23200	23200

Nota: O Produto Interno Bruto (2001) é expresso em euros e ppc (paridade de poder de compra)

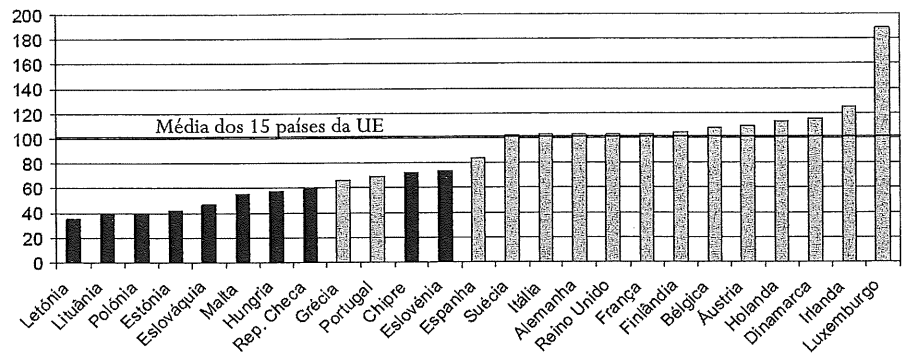
Fonte: Comissão Europeia

¹ Wim Kok, “Alargar a União Europeia – Realizações e Desafios”, *Relatório à Comissão Europeia*, Março de 2003, p. 28.

para Oriente. Ao integrar um conjunto tão vasto de novos Estados, a que se seguirão provavelmente outros, e também pelo seu aprofundamento político, a União Europeia demonstra pretender afirmar-se como um actor internacional mais relevante, quer no âmbito do Continente Europeu e sua periferia, quer à escala global, tanto numa perspectiva económica como político-estratégica. Efectivamente, a UE ambiciona ter maior impacto sobre o sistema internacional e nos organismos de regulação como as Nações Unidas (ONU) ou a Organização Mundial do Comércio (OMC), na defesa dos ideais e interesses europeus.

Para os novos membros, em particular os países da Europa Central e Oriental, a União simbolizava os valores a que aspiravam regressar com o fim da Guerra Fria. Na realidade, ao longo da sua História, os povos desta parte da Europa sofreram as consequências do expansionismo dos seus vizinhos mais poderosos. Por isso, os seus pedidos de adesão à UE e à NATO reflectiam a ambição de reencontrarem a liberdade, a segurança e a prosperidade numa Europa e num mundo em rápida e imprevisível mudança. As perspectivas de adesão funcionaram e funcionam como âncoras de estabilidade, ajudando estes países a tornar irreversível a sua opção por uma democracia pluralista e por uma economia de mercado e encorajando-os nas boas reformas – condições prévias para a restauração do desenvolvimento económico e da estabilidade da região.

Gráfico 1.1: PIB por habitante na UE em 2002
(% dos novos membros em relação à média dos Quinze)



O PIB dos novos membros UE varia substancialmente entre os 35% da média dos Quinze para a Letónia e os 74% para a Eslovénia. É curioso observar também que dois dos novos membros, Eslovénia e Chipre, apresentavam já em 2002 um PIB por habitante superior a dois dos antigos Quinze, Grécia e Portugal.

Dados de 2002, Index para o PIB por habitante, segundo o Eurostat. * = O valor indicado para Malta refere-se a 1999.

Fonte: Comissão Europeia, Direcção-Geral da Imprensa e Comunicação, “More unity and More diversity –The European’s Union biggest enlargement”, Bruxelas, Novembro 2003, p. 5.

A adesão à UE, e também à Aliança Atlântica, representam o culminar da sua aspiração de reentrada na família europeia e de acesso a um espaço de segurança e prosperidade. Com economias genericamente mais pobres e frágeis do que a média dos Quinze (ver Gráfico 1.1), a integração pressupunha vantagens socio-económicas que consolidassem as suas jovens democracias e o desenvolvimento económico através do acesso ao mercado único e uma mais ampla assistência financeira. Num ambiente mais favorável para o desenvolvimento de economias de mercado equilibradas do ponto de vista social, proporciona ainda maiores possibilidades de investimento directo e de crescimento económico, assim como um contexto empresarial estável e políticas sociais progressistas. As vantagens desta opção já eram, aliás, visíveis antes da adesão (ver Quadro 1.2 Crescimento económico na UE e nos candidatos/novos membros).

O caminho para esta integração não foi, todavia, fácil, nem para a antiga UE nem para os novos membros. Durante década e meia, foi preciso satisfazer critérios rigorosos, percorrer um calendário exigente, implementar mecanismos de pré-adesão e criar as condições institucionais de adesão. O esforço resultou, mas este alargamento aumenta as responsabilidades da UE e coloca novos desafios que comportam oportunidades mas também riscos, em particular num contexto marcado por um certo abrandamento económico, paralisia política e eurocepticismo.

Quadro 1.2. Crescimento económico na UE15 e nos novos Estados-Membros
(alteração percentual no PIB comparada com anos anteriores)

	1999	2000	2001
Chipre	4,6	5,1	4,0
República Checa	0,5	3,3	3,3
Estónia	-0,6	7,1	5,0
Hungria	4,2	5,2	3,8
Letónia	2,8	6,8	7,7
Lituânia	-3,9	3,8	5,9
Malta	4,1	5,5	-0,8
Polónia	4,1	4,0	1,1
Eslováquia	1,3	2,2	3,3
Eslovénia	5,2	4,6	3,0
UE-15	2,8	3,4	1,5

Baseado no PIB a preços constantes em divisa nacional.

Fonte: Comissão Europeia (Dezembro de 2002)

1.3. O PROCESSO DE ALARGAMENTO

1.3.1. As principais etapas e os critérios de alargamento

O alargamento da UE já produziu resultados positivos, na medida em que tornou inviável o regresso a um passado de perturbações; acelerou o processo de transformação da Europa de Leste que se seguiu ao colapso do comunismo e incentivou reformas noutros países vizinhos; estabilizou a democratização naquela região e reforçou a segurança da Europa no seu conjunto; melhorou as condições económicas daqueles povos e alargou os mercados e os investimentos da UE.

Este processo de alargamento que culminou em 1 de Maio de 2004 com a adesão de 10 novos países foi, naturalmente, complexo e decorreu durante mais de uma década. As principais etapas deste processo são as seguintes:

– 1989: Queda do Muro de Berlim. Início do apoio financeiro da Comunidade Europeia aos países da Europa Central e Oriental (PECO's) tendo em vista a reforma política e a reestruturação das suas economias.

– 1990: Unificação da Alemanha e integração dos territórios da antiga RDA na UE. Chipre e Malta solicitam a adesão à UE.

– 1990-1996: Conclusão de Acordos de Associação (Acordos Europeus) com os PECOS's (ver Quadro 3).

– 1993: O Conselho Europeu de Copenhaga, em Junho de 1993, respondeu positivamente aos anseios das nações do Leste formulando a promessa histórica de que «os países da Europa Central e Oriental que o desejem poderão tornar-se membros logo que estejam em condições de assumir as obrigações decorrentes da adesão ao satisfazerem as condições económicas e políticas». Em sequência, nessa ocasião, o Conselho Europeu enunciou pela primeira vez as condições de adesão, que, desde então, ficaram conhecidas por Critérios de Copenhaga:

- possuir instituições estáveis que garantam a Democracia, o Estado de Direito, os Direitos do Homem e o respeito pelas minorias e a sua protecção;

- a existência de uma economia de mercado em funcionamento e a capacidade para fazer face à pressão da concorrência e às forças de mercado no interior da UE;

- a capacidade do país candidato para assumir as obrigações decorrentes dos Tratados, incluindo a adesão aos objectivos da união política, económica e monetária, e de transpor para a ordem interna a legislação europeia (“acervo comunitário”).

O primeiro critério, o critério “político”, constitui uma condição prévia para a abertura das negociações de adesão, enquanto os outros critérios deviam estar preenchidos no momento da adesão. Estes três critérios foram fixados como obrigações para os candidatos. Porém, reconhecendo e temendo o impacto institucional de tal alargamento (a integração de um número significativo de novos membros podia paralisar os processos de decisão da União), o Conselho Europeu acabaria por se revelar cauteloso e fixar também um critério para a própria UE:

– o alargamento só poderia ocorrer se e quando a União estivesse em condições para acolher novos membros, pelo que, entretanto, a UE deveria proceder aos necessários arranjos institucionais que permitissem o alargamento.

– 1993: A Comissão Europeia publica os seus pareceres sobre Chipre e Malta.

– 1994: O Conselho Europeu de Essen aprova a estratégia de pré-adesão.

– 1994-1996: Dez Estados da Europa Central e Oriental solicitam a adesão à UE (ver no Quadro 1.3 as datas de candidatura oficial à adesão).

– 1997: A Comissão Europeia publica os seus pareceres sobre os PECO's e propõe uma estratégia para o alargamento no seu documento “Agenda 2000”.

– 1998: Início das negociações de adesão com a Hungria, Polónia, Estónia, Eslovénia, República Checa e Chipre (ver o Quadro 1.5 com os capítulos das negociações de adesão).

– 1999: O Conselho Europeu de Berlim aprova a “Agenda 2000” e um envelope financeiro para o alargamento da UE (ver Quadro 1.4). É concedido à Turquia o estatuto de país candidato.

– 2000: Início das negociações com a Eslováquia, Letónia, Lituânia, Bulgária, Roménia e Malta (ver no Quadro 1.5 os capítulos das negociações). Aprovação do Tratado de Nice que contempla as adaptações institucionais da UE tendo em vista a adesão de 12 dos 13 candidatos (não foram feitos arranjos institucionais prevendo a entrada da Turquia).

– 2002: O Conselho Europeu de Copenhaga conclui as negociações de adesão com Chipre, Malta, Eslováquia, República Checa, Polónia, Hungria, Eslovénia, Estónia, Letónia e Lituânia.

Quadro 1.3. Acordos Europeus e de Associação

País	Assinatura do Acordo Europeu	Entrada em vigor do Acordo	Candidatura oficial à adesão
Bulgária	Março de 1993	Fevereiro de 1995	Dezembro de 1995
Estónia	Junho de 1995	Fevereiro de 1998	Novembro de 1995
Hungria	Dezembro de 1991	Fevereiro de 1994	Março de 1994
Letónia	Junho de 1995	Fevereiro de 1998	Outubro de 1995
Lituânia	Junho de 1995	Fevereiro de 1998	Dezembro de 1995
Polónia	Dezembro de 1991	Fevereiro de 1994	Abril de 1994
Rep. Checa	Outubro de 1993	Fevereiro de 1995	Janeiro de 1996
Roménia	Fevereiro de 1993	Fevereiro de 1995	Junho de 1995
Eslováquia	Outubro de 1993	Fevereiro de 1995	Junho de 1995
Eslovénia	Junho de 1996	Fevereiro de 1999	Junho de 1996
País	Assinatura do Acordo de Associação	Entrada em vigor do Acordo	Candidatura oficial à adesão
Turquia	Setembro de 1963	Dezembro de 1964	14 de Abril de 1987
Malta	Dezembro de 1970	Abril de 1971	16 de Junho de 1990
Chipre	Dezembro de 1972	Junho de 1973	3 de Julho de 1990

Fonte: DG Alargamento, Unidade de Informação, “Alargamento da União Europeia – Dos Seis aos Quinze... e mais além”, p. 11.

– 2004: A 1 de Maio de 2004, aderem à UE dez novos países – Chipre, Malta, Eslováquia, República Checa, Polónia, Hungria, Eslovénia, Estónia, Letónia e Lituânia. Em relação aos outros candidatos que ainda não satisfaziam plenamente os critérios de adesão, ficou estabelecida a data de 2007 para a adesão da Bulgária e da Roménia e a abertura de negociações com a Turquia «em breve».

Quadro 1.4. Envelope financeiro para o alargamento (2000-2006), decidido pelo Conselho Europeu de Berlim, 1999

Instrumentos de pré-adesão (milhões de euros, preços de 1999)						
	2000	2001	2002	2003	2005	2006
Instrumentos de pré-adesão	3 120	3 120	3 120	3 120	3 120	3 120
Phare	1 560	1 560	1 560	1 560	1 560	1 560
Estrutural	1 040	1 040	1 040	1 040	1 040	1 040
Agrícola	520	520	520	520	520	520

(Phare: Reforço das instituições democráticas e da Administração Pública.)

Fonte: DG Alargamento, Unidade de Informação, “Alargamento da União Europeia – Dos Seis aos Quinze... e mais além”, p. 25.

Quadro 1.5. Capítulos das Negociações de Adesão

1. Livre circulação de mercadorias	17. Ciência e investigação
2. Livre circulação de pessoas	18. Educação e formação
3. Liberdade de estabelecimento e livre prestação de serviços	19. Telecomunicações e tecnologias da informação
4. Livre circulação de capitais	20. Política cultural e audiovisual
5. Direito das sociedades	21. Política regional e instrumentos estruturais
6. Política da concorrência	22. Ambiente
7. Agricultura	23. Protecção dos consumidores e da saúde
8. Pescas	24. Justiça e Assuntos Internos
9. Política de transportes	26. Relações externas
10. Fiscalidade	27. Política externa e de segurança
11. União Económica e Monetária	28. Controlo Financeiro
12. Estatísticas	29. Disposições financeiras e orçamentais
13. Política social e emprego	30. Instituições
14. Energia	31. Outros
15. Política industrial	
16. Pequenas e Médias Empresas	

1.3.2. Enquadramento financeiro e despesas da UE com o alargamento

O processo de alargamento representou uma opção política e uma oportunidade histórica que não podem ser quantificados. Porém, representou igualmente um esforço financeiro da União Europeia em favor do equilíbrio económico e social dos candidatos. Os quadros 1.6, 1.7 e 1.8 mostram, respectivamente, o enquadramento financeiro do alargamento 2004-2006, as despesas orçamentais da UE com o alargamento na fase de pré-adesão 1990-2003 e as despesas orçamentais da UE com o alargamento para o período inicial de pós-adesão 2004-2006.

Quadro 1.6. Enquadramento financeiro do alargamento, 2004-2006

<i>Dotações de autorização máximas (milhões €) para os 10 novos Estados Membros</i>	2004	2005	2006
Agricultura	1 897	3 747	4 147
Ações estruturais, sujeitas a tecto	6 095	6 940	8 812
Políticas internas e outra despesa transitória	1 421	1 376	1 351
Administração	503	558	612
Dotações de autorização totais máximas	9 952	12 657	14 958
<i>Dotações de autorização total (cenário de Berlim, 1999)</i>	11 610	14 200	16 780
<i>Dotações de pagamento (Alargamento)</i>	5 696	10 493	11 840
<i>Dotações de pagamento (cenário de Berlim, 1999)</i>	8 890	11 440	14 220

Fonte: DG Alargamento, Unidade de Informação, “Alargamento da União Europeia – Dos Seis aos Quinze... e mais além”, p. 48.

1.4. OS CIDADÃOS EUROPEUS PERANTE O ALARGAMENTO

1.4.1. O apoio ao alargamento

As razões do alargamento parecem ter sido bem apreendidas pelos cidadãos europeus, tanto entre os cidadãos dos quinze como entre os dos candidatos / novos Estados-Membros. Com efeito, o alargamento da UE colheu o apoio generalizado dos cidadãos europeus, como comprovam alguns estudos efectuados antes da adesão dos novos países (ver quadros 1.9 e 1.10).

Curiosamente, apesar do apoio dos cidadãos da UE ao alargamento, apenas um terço dos cidadãos da UE tinham visitado algum dos novos membros antes da sua adesão (ver Gráfico 1.2). O desconhecimento é certamente um motivo de preocu-

pação. Conhecer os vizinhos mostrará que eles são mais semelhantes a nós do que imaginamos – com valores, esperanças e aspirações similares.

Quadro 1.7. Despesas orçamentais da UE com o alargamento: pré-adesão
(milhões de euros, preços de 2000)

	1990-1999	2000-2003
PHARE (Reforço das instituições democráticas e da administração pública)	6767.16	6240.00
ISPA (Infra-estrutura de transportes e de ambiente)		4160.00
SAPARD (Agricultura e desenvolvimento rural)		2800.00
Total	6767.16	13200.00
Média anual	676.72	3300.00
Total em % do UE-PNB 1999	0.08	0.16
Média anual em % do UE-PNB 1999	0.008	0.04

Fonte: Comissão Europeia cit. in Wim Kok, “Alargar a União Europeia – Realizações e Desafios”, *Relatório à Comissão Europeia*, Março de 2003, p. 84.

Quadro 1.8. Despesas orçamentais da UE com o alargamento: pós-adesão
(milhões de euros, preços de 2000)

	2004-2006
Política agrícola comum	4682
Desenvolvimento rural	5110
Acções estruturais	21746
Políticas internas das quais:	4256
Políticas existentes	2642
Reforço de instituições	380
Instrumento Schengen	858
Segurança nuclear	375
Administração	1673
Instrumento especial de <i>cash-flow</i>	2398
Compensação orçamental temporária	987
Autorizações totais	40852

Fonte: Comissão Europeia cit. in Wim Kok, “Alargar a União Europeia – Realizações e Desafios”, *Relatório à Comissão Europeia*, Março de 2003, p. 85.

1.4.2. As preocupações dos cidadãos europeus

Em vésperas de alargamento, as preocupações dos cidadãos no que respeita ao alargamento eram várias, num conjunto de apreensões que estão longe de ter desaparecido. Por um lado, temiam que os salários mais baixos e a menor protecção social que caracterizam os países do alargamento pudessem conduzir a uma deslocação do investimento e do emprego, como já aconteceu em inúmeros casos, e que a livre circulação de trabalhadores no mercado alargado se traduzisse num afluxo de trabalhadores migrantes. Estes receios resultavam da consciência do enorme fosso social e económico criado durante o período de influência soviética na Europa Central e Oriental.

Quadro 1.9. Apoio ao alargamento nos Estados-Membros da UE

Respostas à questão: *Pessoalmente é totalmente favorável, bastante favorável, bastante contrário ou totalmente contrário ao alargamento da União Europeia?*

(resultados expressos em percentagem de inquiridos)

	1+2	3+4	1	2	3	4	5	6
	Favorável	Contrário	Totalm. favorável	Bastante favorável	Bastante contrário	Totalm. contrário	Depende do país	Não sabe
Itália	82	12	44	38	8	4	4	2
Irlanda	79	15	36	43	10	5	1	6
Espanha	73	8	16	57	5	3	2	17
Bélgica	72	18	23	49	12	6	3	7
Dinamarca	67	21	23	44	12	9	3	8
França	66	27	12	53	18	9	4	3
Média da UE-15	66	21	20	46	14	8	3	9
Países Baixos	66	25	23	43	17	8	2	7
Grécia	66	10	30	37	6	4	9	14
Luxemburgo	64	23	30	34	14	8	8	6
Alemanha	64	27	14	50	20	8	2	6
Portugal	62	14	6	56	12	2	2	22
Áustria	59	32	21	38	24	8	5	5
Reino Unido	54	26	16	38	14	13	2	18
Suécia	52	28	23	29	15	13	1	20
Finlândia	51	27	14	37	18	10	4	18

Fonte: Eurobarómetro, Novembro de 2002, cit. in Wim Kok, “Alargar a União Europeia – Realizações e Desafios”, *Relatório à Comissão Europeia*, Março de 2003, p. 82.

Por outro lado, associada à livre circulação de pessoas e trabalhadores, os cidadãos europeus temiam um maior risco de crime e mais imigração. Nesta perspectiva, a abertura das fronteiras tornaria mais fácil a circulação de criminosos e mais difícil a luta contra o crime organizado, o narcotráfico e o tráfico de pessoas. Além disso, temiam que se verificasse uma redução dos níveis de protecção dos consumidores, em especial no que respeita às normas alimentares e ambientais, designadamente os riscos inerentes às centrais nucleares instaladas nos PECO's.

Os vários estudos de opinião e sucessivas análises indicam ainda outros tipos de preocupações entre os cidadãos europeus. Primeiro, o receio que o alargamento signifique dificuldades acrescidas no processo decisório europeu pela simples soma de mais países decisores, com respectivas perspectivas e interesses – certamente que uma decisão a 25 será mais difícil de tomar ou mais difícil de agradar a todas as partes do que a 15. Além disso, muitos temem que o alargamento boicote o aprofundamento político da União, precisamente pelo número tão elevado de membros. Em segundo lugar, no que era e é uma das principais preocupações entre os cidadãos europeus, temem-se os efeitos financeiros e orçamentais do alargamento. Por um lado, os cidadãos dos países habitualmente receptores dos fundos comunitários temem perder uma parcela importante do “bolo” em favor dos novos membros. Por outro, os cidadãos dos países mais ricos e credores de grande parte dos recursos financeiros da UE temem ver agravadas ainda mais as suas contribuições financeiras em virtude do aumento significativo de países carenciados.

1.5. A “ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO” PARA O ALARGAMENTO

1.5.1. Princípios e financiamento da estratégia de comunicação

Precisamente para ajudar a perceber o alargamento e dar resposta às perguntas, preocupações e dúvidas manifestadas por países e cidadãos de diferentes quadrantes à medida que se aproximava o alargamento da UE, a Comissão Europeia adoptou, em Maio de 2000, uma “Estratégia de Comunicação para o Alargamento”. Os objectivos principais desta estratégia são os seguintes:

- Nos Estados-Membros
 - Comunicar as razões para o alargamento;
 - Promover o diálogo e o debate na sociedade;
 - Informar acerca dos países candidatos.
- Nos países candidatos
 - Melhorar o conhecimento e a compreensão do público;
 - Explicar as implicações da adesão;
 - Explicar os preparativos para aceder ao estatuto de Estado-Membro.

Quadro 1.10. Apoio à adesão nos candidatos/novos Estados-Membros

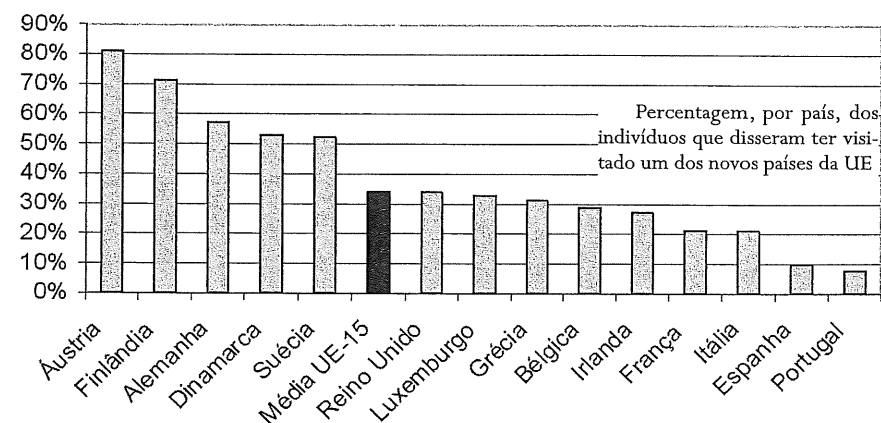
Respostas às questões: *Pensa que a adesão do seu país à UE será positiva ou negativa? Caso se realizasse amanhã um referendo sobre a questão da adesão do seu país, pessoalmente votaria a favor ou contra?*

(resultados expressos em percentagem de inquiridos)

	Adesão será positiva	Votaria a favor da adesão
Hungria	67	77
Eslováquia	58	69
Polónia	52	61
Média de 10 países	52	61
Lituânia	48	53
Chipre	47	58
Malta	45	47
Eslovénia	43	62
Rep. Checa	43	50
Letónia	35	45
Estónia	32	39

Fonte: Eurobarómetro, Novembro de 2002, cit. in Wim Kok, “Alargar a União Europeia – Realizações e Desafios”, *Relatório à Comissão Europeia*, Março de 2003, p. 83.

Gráfico 1.2. O conhecimento dos nossos vizinhos



Fonte: Eurobarómetro – EB Flash 14 de Março de 2003.

A implementação da estratégia de comunicação para o alargamento é baseada em três princípios:

– Descentralização: segue uma abordagem descentralizada, através das Representações da Comissão e dos Gabinetes do Parlamento nos Estados-Membros e das Delegações nos países candidatos, tendo em vista corresponder às necessidades e condições específicas de cada país individualmente.

– Flexibilidade: em ordem a adaptar os variáveis desafios da comunicação às dinâmicas essenciais do processo.

– Sinergia: essencial para assegurar a fluidez da comunicação, pelo que a estratégia de comunicação procura envolver “alvos” prioritários e multiplicadores:

– Instituições políticas (Parlamento Europeu e outras instituições europeias, governos, parlamentos nacionais e assembleias regionais);

– Empresas e indústrias (empresários, sindicatos, associações profissionais, empresas de media);

– Sociedade civil (Organizações não governamentais – ONG’s, organizações religiosas e intelectuais, universidades, escolas e professores do ensino secundário e superior, meios de comunicação social).

O financiamento total da estratégia de comunicação para o alargamento é de cerca de 150 milhões de euros para o período 2000-2006 (ver Quadro 1.11).

Quadro 1.11. Estratégia de comunicação da UE (2000 – 2006):
orçamento em milhões de euros

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Total
PECO:	4,5	8,5	8,9	9,8	9,3	5,3	3,75	50,05
Turquia:	0,5	0,6	0,7	1	1	1	1	5,8
Malta:	-	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	1,5
Chipre:	-	0,2	0,2	0,3	0,4	0,4	0,2	1,8
Sub-total:	5,0	9,50	10,0	11,50	11,0	7,0	5,15	59,10
EM*	0,5	5,4	9,75	13,0	13,5	9,75	6,0	57,9
SC**	2,5	3,7	4,7	4,7	4,7	4,7	4,7	29,7
TOTAL	8	18,6	24,45	29,20	29,20	21,45	15,85	146,75

PECO = 10 Países da Europa Central e Oriental candidatos à UE (Estados Membros desde Maio de 2004);

EM* = Estados Membros (UE15)

SC** = Serviços Centrais

Fonte: DG Alargamento, Unidade de Informação, Alargamento da União Europeia – “Dos seis aos quinze... e mais além”, p. 69.

1.6. IDENTIDADES NACIONAIS *VERSUS* IDENTIDADE EUROPEIA

1.6.1. Enquadramento

Ao longo da sua existência, a UE nunca processou a adesão de tantos novos Estados Membros em simultâneo. Desde o primeiro alargamento, contou com nove novos membros num período de 30 anos – agora, acolheu dez de uma só vez. Embora este alargamento represente um aumento de apenas um quinto da população, há um número significativo de novos países representados nas instituições.

Mas as questões postas pelo alargamento são bem mais profundas do que a governação ou os mecanismos de tomada de decisão. Alargada a 25 e, mais tarde, provavelmente a mais membros, a União englobará uma diversidade de povos, línguas e culturas muito maior. Que consequências poderá isso ter nas identidades locais, nacionais e europeia dos seus cidadãos? Que espécie de identidade europeia é possível com um grupo tão diverso de países? Sucumbirá a identidade nacional dos países “pequenos” à influência da UE, ou dos seus vizinhos? Estes problemas existenciais não são exclusivos das elites intelectuais, até porque surgem num período em que a mobilidade e a migração levaram a uma sociedade cada vez mais variada na Europa, que inclui muitos imigrantes de países não comunitários e não europeus. Na realidade, a questão das atitudes da sociedade em relação a “estrangeiros” e “outros” – assimilação, integração, exclusão – é amplamente colocada à Europa, independentemente do alargamento da UE.

Em certa medida, as respostas a algumas destas questões são dadas pela experiência anterior adquirida no processo de integração europeia: as identidades nacionais e regionais não diminuíram e, nalguns casos, até emergiram mais claramente graças ao enquadramento europeu. Todavia, tal não significa que as dinâmicas não evoluam. Por outro lado, e sobretudo, aquela argumentação, por ser simplista, não equaciona devidamente as distintas perspectivas sobre a identidade europeia e sua compatibilização com as identidades nacionais.

1.6.2. Emergência de uma identidade europeia e identidades nacionais

Se simplificarmos as teorias existentes sobre a emergência de uma identidade europeia, conseguimos identificar três grandes tendências na literatura e nas pesquisas disponíveis, diferindo umas das outras pelas possíveis fontes de identificação europeia que defendem. Assim, podemos denominar estas aproximações de “cultural”, “instrumental” e “cívica”. Entre estas diferentes teorias há, porém, uma preocupação comum na relação que tentam estabelecer entre as identidades nacionais e a identidade europeia dos cidadãos.

- Perspectiva cultural

O grupo de análises que poderemos incluir na teoria “cultural” argumentam que se emergir uma identidade europeia, esta terá imensas dificuldades em se basear nos mesmos elementos que constituem os fundamentos das identidades nacionais — como herança histórico-cultural comum, língua, mitos e heróis, símbolos e apelos emocionais. Segundo esta aproximação, uma identidade europeia até pode ser estabelecida através do processo “clássico” da criação de nações como o que se assistiu durante o século XIX e início do século XX, mas agora desenvolvendo-se ao nível europeu e incluído na tentativa de construir uma Europa mais forte e coesa. Contudo, tal processo será certamente mais problemático do que no caso dos Estados nacionais, devido a factores culturais, linguísticos, económicos e geopolíticos.

As diferenças culturais e estruturais são tão profundas na Europa e as resistências das identidades nacionais são de tal modo firmes que as expectativas sobre a emergência de uma tal identidade europeia serão essencialmente utópicas. Embora teoricamente seja possível a emergência de uma identidade europeia como projecto “cultural”, isso seria essencialmente uma criação artificial e certamente muito prolongada no tempo que, em última análise, conduziria à substituição das identidades nacionais. Neste sentido, a emergência de uma identidade europeia competiria com as identidades “culturais” nacionais, isto é, a progressiva identificação europeia enfraqueceria a relação dos cidadãos com a identidade nacional, numa espécie de jogo de soma zero.

Por outro lado, perante a ausência de uma verdadeira base “cultural” comum, a identidade europeia seria provavelmente mais fraca do que as actuais identidades nacionais, o que não só contribui para uma grande cepticismo em torno da possibilidade de tal identidade emergir como, se tal viesse a acontecer, poderia facilitar um processo de retrocesso posterior. Ou seja, a eventual debilidade da identidade europeia poderia não impedir a reemergência das antigas identidades nacionais, ou então de novas identidades que, em último caso, poderiam colocar em perigo o projecto europeu.

No entanto, a difícil compatibilização entre as identidades nacionais e europeia não se aplica às identidades regionais e locais, cuja substituição do enquadramento nacional pelo enquadramento europeu poderia ser mais simples do que a substituição das identidades nacionais por uma identidade europeia. Daí que, no caso de se querer forçar a criação de uma identidade cultural europeia, isso pode implicar a instrumentalização das identidades locais e regionais no dismantelamento das identidades e das fidelidades nacionais. Em muitos casos, o apelo a uma “Europa das regiões” em detrimento da “Europa das nações” parece apontar nesse sentido.

Quando, no final dos anos 80, a UE lançou um número de iniciativas destinadas a criar uma “identidade europeia”, os Estados-Membros responderam incorporando no Tratado de Maastricht uma cláusula que estabelece que a União deve respeitar as identidades nacionais respectivas dos Estados (Artigo F, número 1).

Esta reacção, bem como a introdução do princípio de subsidiariedade e a rejeição do termo “federal” revelam que, de acordo com a concepção de identidades da teoria “cultural”, os Estados viram na criação de uma identidade europeia uma ameaça às suas próprias identidades nacionais e às lealdades nacionais dos seus cidadãos. De facto, no início dos anos 90, a identidade nacional foi usada pelas elites políticas para defenderem o estatuto de independência e soberania. Devido à proximidade dos laços entre identidade nacional e independência nacional, muitos especialistas argumentaram que o processo de criação de uma identidade europeia podia ser vista como uma ameaça, e incompatível com a identidade nacional, tornando-a num objectivo praticamente impossível de atingir.

A verdade é que, se emergir uma identidade “cultural” europeia, ela deverá assentar em fundamentos suficientemente vagos que consiga abarcar a enorme diversidade de identidades nacionais, coexistindo ambas, sem competirem nem se substituírem, mas complementando-se — um pouco à semelhança do que acontece entre as identidades nacionais e regionais ou locais, mas noutra escala. Neste caso, a dificuldade maior reside em encontrar os denominadores “culturais” comuns que permitam à europeia existir efectivamente como uma espécie de “guarda-chuva” muito amplo sobre todas as identidades nacionais. Daí que cada vez mais análises apontem a emergência de uma identidade europeia assente noutros fundamentos que não os “culturais”, facilitando a preservação e, portanto, a coexistência com as identidades culturais nacionais.

- Perspectiva instrumental

Uma segunda perspectiva, que poderemos denominar de teoria “instrumental”, baseia as identidades, quer as nacionais quer a europeia, nos cálculos individuais de interesse próprio. Com efeito, um número significativo de autores argumenta que, tal como as organizações políticas estatais surgiram por imperativos de segurança, justiça e bem-estar, as percepções dos cidadãos em termos de ganhos e perdas podem levá-los a uma progressiva identificação europeia. Quanto mais pessoas considerarem que o nível nacional já não é suficientemente eficaz para responder aos seus problemas e satisfazer as suas aspirações, mais forte será a identidade com a Europa. Assim, para esta teoria instrumental, quanto melhor for a avaliação dos cidadãos sobre os resultados das políticas europeias, mais eles se sentirão “europeus”. Esta avaliação da “identidade” em termos de custos-benefícios implica a tentativa europeia de justificar elevadas performances e a demonstração das insuficiências nacionais. A questão é que a avaliação dos resultados Europa versus Estado nem sempre é fácil de distinguir, e não é líquido — bem pelo contrário — que os resultados dessa equação sejam equivalentes em todos os países.

- Perspectiva cívica

Um terceiro grupo de análises, que denominaremos de teoria “cívica”, vislumbra o desenvolvimento das identidades em torno de regras para a coexistência pacífica, normas culturais partilhadas e crenças comuns. Para esta perspectiva, a substância da pertença à UE e, portanto, da identidade europeia, reside no compromisso assente em valores comuns, expresso nos seus documentos constitutivos, compromisso esse que fixa direitos e deveres da sociedade civil cobrindo áreas específicas da vida em sociedade e que transcendem as diferenças orgânicas num sentido mais etno-cultural-nacionalista. Deste modo, a emergência de uma esfera pública europeia é crucial para a emergência de uma identidade europeia.

Ou seja, independentemente das componentes das identidades nacionais, a identidade europeia pode ser baseada nos elementos “cívicos”. E esta identidade “cívica” pode ser compatível com as identidades nacionais, isto é, não as enfraquece, antes complementa-as.

1.6.3. Principais elementos de identificação nacional e europeia

Ponderando as diversas perspectivas com alguns critérios de identificação, vêm sendo feitos estudos sobre as identidades nacionais e europeia nos antigos e nos novos membros da UE. Um desses estudos, publicado em Julho de 2004², contempla a análise de tendências identitárias de dez casos, entre novos e antigos membros da União: Alemanha Ocidental, Alemanha Oriental, Áustria, Reino Unido, Itália, Espanha, Grécia, Hungria, Polónia e República Checa.

Tendo por base os dados recolhidos e fornecidos em diversos estudos de opinião efectuados pelo Eurobarómetro, os autores daquele estudo elaboraram um vasto conjunto de tabelas e de figuras onde reflectem os dados à luz de critérios previamente estabelecidos. São alguns desses elementos que a seguir se apresentam. Deste modo, os quadros 1.12 e 1.13 mostram o sentimento de proximidade dos cidadãos em relação à sua nação e à Europa/UE, respectivamente; o quadro 1.14 apresenta a compatibilidade entre as identidades nacionais e a europeia; os quadros 1.15 e 1.16 demonstram, por sua vez, as principais componentes das identidades nacionais e europeia dos países considerados.

Pela análise dos quadros 1.13 e 1.14 verifica-se, sem surpresa, que os cidadãos europeus expressam um sentimento de grande proximidade às respectivas nações, embora também seja manifesta uma grande proximidade aos outros cidadãos europeus se somarmos os sentidos de “próximo” e de “muito próximo”. Se compararmos a proximidade em relação às duas identidades, verifica-se que não há propriamente a transferência de lealdades nacionais para uma identificação europeia. Verifica-se, antes, a tendência para a coexistência das duas identidades, nacional e europeia, embora com apego bastante mais forte em relação à primeira.

² Antonia Ruiz Jiménez, Jaroslav Józef Górniak, Anka Kosc, Paszkal Kiss e Maren Kandulla, “European and National Identities in EU’s Old and New Member States: Ethnic, Civic, Instrumental and Symbolic Components”, European integration online papers (Eiop), vol. 8 (2004), n.º 11, 29.7.2004. In: <http://eiop.or.at/eiop/texte/2004-011a.htm>.

Quadro 1.12: Proximidade dos cidadãos em relação à sua Nação

	Percentagem “muito próximo”		Percentagem “muito próximo” + “próximo”	
	1995	2002	1995	2002
Alemanha Ocidental	24,2	26,1	79	80,7
Alemanha Oriental	27,7	29	81,3	73,5
Áustria	56,1	30,9	90,8	81,3
Reino Unido	24	14,1	70	78,6
Itália	42,9	38,9	70,6	87,8
Espanha	42,7	45,8	89,5	89,4
Grécia	-----	46,8	-----	84,9
Hungria	79,6	65,9	96,4	96,8
Polónia	54,6	42,7	93,9	93,8
Rep. Checa	47,5	28,4	91,7	71,8

Fonte: Antonia Ruiz Jiménez, Jaroslav Józef Górniak, Anka Kosc, Paszkal Kiss e Maren Kandulla, “European and National Identities in EU’s Old and New Member States: Ethnic, Civic, Instrumental and Symbolic Components”, European integration online papers (Eiop), vol. 8 (2004), n.º 11, 29.7.2004. In: <http://eiop.or.at/eiop/texte/2004-011a.htm>, tabela II. Aqui encontram-se também os dados técnicos relativos a estes estudos de opinião.

Quadro 1.13: Proximidade em relação à UE/Europa

	Percentagem “muito próximo”			Percentagem “muito próximo” + “próximo”		
	1995	UE-2002 (a)	E-2002 (b)	1995	UE-2002 (a)	E-2002 (b)
Alemanha Ocidental	11,9	4	5,4	58,8	30	40,8
Alemanha Oriental	12,2	3	4,4	59,1	29,3	38,7
Áustria	27,3	5,5	7,8	68,6	32,4	43,3
Reino Unido	4,2	1,8	3	21,3	19,4	27,2
Itália	23	4,2	10,5	69	43,5	58
Espanha	20,5	8,1	-----	62,3	40,5	56,4
Grécia	-----	5,2	7,8	-----	27,8	35,2
Hungria	75,7	9,7	14,9	94,3	45,8	42
Polónia	29	5,2	6,6	70,7	37,1	43,3
Rep. Checa	30,1	4,9	4,8	80,5	43,2	45,4

(a) = proximidade face aos cidadãos da UE;

(b) = proximidade em relação a outros europeus, incluindo quer dos cidadãos da UE quer de outros países do Continente que ainda não faziam parte da União.

Fonte: “European and National Identities in EU’s Old and New Member States...”, *ibid.*, tabela III.

Quadro 1.14: Identidades nacionais versus identidades “duplas”- europeia e nacional

	Percentagem da população com identidade “dupla”: nacional e europeia (a)	Percentagem da população com identidade “dupla” menos a população apenas com identidade nacional (b)	Força comparativa das identidades nacionais e europeias (c)
Alemanha Ocidental	47	-6	.715
Alemanha Oriental	45	-10	.792
Áustria	51	2	.689
Reino Unido	36	-28	.758
Itália	64	28	.669
Espanha	61	22	.718
Grécia	40	-20	1.099
Hungria	54	8	1.043
Polónia	46	-8	1.012
Rep. Checa	54	8	.748

(a) = Percentagem dos que se sentem próximos ou muito próximos da sua nação e, simultaneamente, se consideram próximos ou muito próximos da UE.

(b) = Percentagem da população com duas identidades (sentindo-se próximo ou muito próximo quer da sua nação quer da UE) menos a percentagem da população apenas com identidade nacional (muito próximo ou próximo dos seus países mas não muito ou nada próximo da UE). Um valor negativo indica que a maior parte da população do país apenas se revê na identidade nacional. Um valor positivo indica que a percentagem daqueles com identidade dupla ultrapassa a percentagem de população apenas com identidade nacional.

(c) = Independentemente da percentagem da população que regista apenas identidade nacional ou que demonstra identidade dupla, esta coluna mede a força relativa de ambas as identidades. Trata-se do valor médio subtraindo a identificação média com a UE da identificação média com a nação. Um valor positivo indica que a proximidade à nação é mais forte do que a proximidade à UE.

Fonte: “European and National Identities in EU’s Old and New Member States...”, ibid., tabela IV.

Em relação aos critérios de identificação, o quadro 1.15 leva-nos a constatar que a identidade nacional se baseia muito nos elementos histórico-culturais: a língua, a cultura, os antepassados e a História são os itens mais mencionados, tanto nos antigos como nos novos membros da UE. Curiosamente, entre os mais importantes itens de identificação nacional, a soberania surge numa posição relativamente secundária, eventualmente já por força do desgaste provocado quer pelo processo de integração europeia, quer pela aceleração do processo de globalização. De facto, a soberania dos Estados tem sofrido uma enorme erosão por pressões oriundas “de cima”, “de baixo” e “de dentro” e parece começar a deixar de ser encarada como elemento vital de identificação nacional.

Paradoxalmente, a língua/cultura e a civilização são igualmente bastante citados pelos cidadãos europeus entre os elementos de identificação europeia mais importantes, embora a História seja relegada para um nível bastante inferior. Em termos

de identificação europeia, os itens “livre circulação e residência” e “economia” figuram entre os mais citados. Por estranho que pareça, os “direitos” são mencionados com menor vigor na identificação europeia do que entre os critérios de identificação nacional. Como é evidente, nem a soberania nem o orgulho europeu ocupam lugares destacados entre os mais importantes itens de identificação europeia.

Quadro 1.15: Identificação nacional
(itens mencionados entre os cinco mais importantes)

LÍNGUA	Menção total	10: todos
	Menção no primeiro lugar	8: AL Or, AU, RU, IT, ES, PL, HU, RCh
CULTURA	Menção total	8: AL Or, AL Oc, AU, RU, IT, ES, HU, RCh
	Menção no primeiro lugar	1: AL Oc
ANTEPASSADOS	Menção total	8: AL Or, AL Oc, RU, IT, GR, PL, HU, RCh
	Menção no primeiro lugar	0
HISTÓRIA	Menção total	7: AL Or, AL Oc, AU, GR, PL, HU, RCh
	Menção no primeiro lugar	0
SÍMBOLOS	Menção total	5: IT, GR, PL, HU, RCh
	Menção no primeiro lugar	0
DIREITOS	Menção total	5: AL Or, AL Oc, AU, IT, ES
	Menção no primeiro lugar	0
FRONTEIRAS	Menção total	4: AU, RU, ES, PL
	Menção no primeiro lugar	0
ORGULHO PATRIÓTICO	Menção total	2: RU, GR
	Menção no primeiro lugar	0
SOBERANIA	Menção total	1: RU
	Menção no primeiro lugar	0

Fonte: “European and National Identities in EU’s Old and New Member States...”, ibid., tabela VI.

Em síntese, comparando os mais importantes itens de identificação nacional e europeia, não se pode afirmar em absoluto que haja uma clara distinção entre eles, embora na identificação nacional se reconheça o predomínio dos elementos histórico-culturais enquanto que na identificação europeia dos elementos culturais e civilizacionais surgem, a par da livre circulação e residência e da economia, como os mais relevantes. Talvez ao invés do que muitos poderiam supor, nem a soberania aparece destacada na identificação nacional nem os direitos surgem no topo da identificação europeia.

Evidentemente, os novos membros da UE trazem com eles as suas diferenças. Mas a percepção dessas diferenças tende a ser distorcida na Europa Ocidental, ainda por força da experiência de divisão política que criou, na Europa, uma barreira artificial entre Oriente e Ocidente. A verdade, porém, é que a experiência da “cortina de ferro” foi temporária, numa perspectiva mais vasta da História. Desde há muito que estes países têm participado na interacção das influências culturais da Europa continental e têm tomado parte de diversos agrupamentos administrativos e políticos existentes na Europa ao longo dos séculos.

Os novos membros possuem uma rica herança cultural para partilhar com os outros europeus. Em domínios como a arte, arquitectura, música, cinema ou literatura, a sua contribuição é significativa para enriquecer o património cultural da UE. No que diz respeito aos valores e ideais, os novos membros desejam participar integralmente na construção das políticas e da “identidade” europeias.

1.7. OS MEDIA E AS IDENTIDADES EUROPEIAS

A integração e a expansão da UE implicam quer o encorajamento da identificação colectiva com a União quer a identificação das diversas nacionalidades com “os outros”. O aprofundamento da UE requer a perda de competências e de soberania nacionais em novos domínios, havendo que assegurar o crucial envolvimento dos cidadãos europeus no processo de governança ao nível europeu, ultrapassando o muito referido e criticado défice democrático na construção europeia. A expansão da União a “novos europeus” é considerada vital para estabilizar as novas democracias e espalhar os “ideais europeus” a todo o Continente, significando igualmente que novas nacionalidades estão incluídas e se movem livremente dentro das fronteiras da UE. «Unidade na Diversidade» é, mais do que nunca, o slogan de uma União que procura conciliar os processos de alargamento e de aprofundamento. Perante estes complexos desafios, os media constituem um elo importante para uma certa “europeização” das identidades e da participação dos cidadãos.

A influência dos media na formação da “identidade” costuma ser examinada ao nível nacional ou regional e considerada como complementar à educação e/ou à convivência histórica. Algumas perspectivas recusam a noção de que os media produzem, de facto, efeitos sobre a formação de identidades nacionais, argumentando normalmente com a subsistência de identidades regionais e locais na esfera intra-estatal. Mas, para aqueles que consideram relevante o impacto dos media na formação das identidades nacionais e regionais, a sua contribuição inclui a utilização de língua/linguagens comuns, a representação da História documentando um passado “comum” e o recurso constante a situações que reforcem o laços da comunidade através de referências culturais. As informações veiculadas através dos media desempenham igualmente um papel importante, apresentando as agendas

nacionais e os relevantes assuntos do dia, dando também uma perspectiva nacional sobre os acontecimentos externos. Outros eventos e rituais, como eleições, casamentos ou funerais e acontecimentos desportivos ou prémios de mérito, fazem parte do processo.

Quadro 1.16: Identificação Europeia
(itens mencionados entre os cinco mais importantes)

LIVRE CIRCULAÇÃO E RESIDÊNCIA	Menção total	9: AL Or, AL Oc, AU, RU, IT, ES, GR, PL, RCh
	Menção no primeiro lugar	5: AL Or, AL Oc, AU, RU, GR
LÍNGUA/CULTURA	Menção total	9: AL Or, AL Oc, AU, RU, IT, ES, PL, HU, RCh
	Menção no primeiro lugar	0
ECONOMIA	Menção total	8: AL Or, AL Oc, RU, IT, ES, GR, PL, HU
	Menção no primeiro lugar	2: IT, ES
CIVILIZAÇÃO	Menção total	7: AL Or, AL Oc, AU, RU, PL, HU, RCh
	Menção no primeiro lugar	3: PL, HU, RCh
FRONTEIRAS	Menção total	6: AL Or, AL Oc, AU, ES, GR, RCh
	Menção no primeiro lugar	0
DIREITOS	Menção total	3: RU, IT, ES
	Menção no primeiro lugar	0
EXÉRCITO	Menção total	3: IT, GR, PL
	Menção no primeiro lugar	0
ORGULHO EUROPEU	Menção total	2: HU, RCh
	Menção no primeiro lugar	0
SOBERANIA	Menção total	1: GR
	Menção no primeiro lugar	0
HISTÓRIA	Menção total	1: HU
	Menção no primeiro lugar	0

AL Or = Alemanha Oriental; AL Oc = Alemanha Ocidental; AU = Áustria; RU = Reino Unido; IT = Itália; ES = Espanha; HU = Hungria; RCh = República Checa; GR = Grécia; PL = Polónia.

Fonte: “European and National Identities in EU’s Old and New Member States...”, *ibid.*, tabela VII.

Transpondo estas reflexões para o nível europeu, compreendem-se de imediato as dificuldades em associar os media à formação da “identidade europeia”: além da discutível noção e existência de “identidade europeia”, qualquer esforço dos media para representar a “Europa” e uma certa “europeização” dos assuntos é feito, por um lado, através das respectivas línguas, perspectivas e representações culturais nacionais e, por outro, sem deixar de reflectir a realidade da diversidade de povos;

nações e identidades que vivem no seio da União e, mais amplamente, no Velho Continente.

Porém, se os media não são decisivos na formação de “uma identidade europeia”, a verdade é que são importantes na identificação colectiva dos cidadãos com a UE. Primeiro, é através dos media que a maior parte dos cidadãos se informa sobre os assuntos europeus, conhece os “actores europeus” e as instituições da UE, e acompanha as actividades e a construção europeia. Em segundo lugar, os media são os grandes difusores de novos conceitos, vocabulário e linguagem “europeus”, bem como das grandes decisões e celebrações europeias. Terceiro, ao acompanhar as actividades da União, ainda que privilegiando uma perspectiva nacional, os media informam sobre as ocorrências noutros Estados-Membros, estabelecem comparações e acabam por contribuir para um maior conhecimento mútuo entre os países e os cidadãos da União. Quarto, à medida que a UE se vai integrando e tornando cada vez mais um protagonista na Europa e no mundo, na defesa de interesses e de valores que são comuns à generalidade dos Estados-Membros e dos cidadãos, os media descrevem a UE face aos “outros” protagonistas internacionais, esbatendo assim diferenças internas e salientando o acervo comum. Com efeito, as informações da e sobre a UE, veiculadas, em grande medida, através dos media, desempenham um papel importante na identificação europeia, uma vez que assim se divulga a agenda europeia e se dá uma perspectiva europeia sobre os acontecimentos.

Finalmente, os media contribuem ainda para a expressão da cidadania europeia e para a participação democrática dos cidadãos na construção europeia. Em virtude da complexidade do sistema de governança e de representação na UE, é importante que os cidadãos europeus consigam perceber e identificar as diferentes esferas que influenciam os vários aspectos das suas vidas, ao nível local, regional, nacional ou europeu. Por isso, o conceito de “identidade europeia” é muitas vezes explorado como panaceia perante as mutações decorrentes da integração, na medida em que a identificação colectiva favorece a construção europeia e a participação dos cidadãos. A função dos media é de fornecer informação, educação e entretenimento. Mas através das suas representações e análises, os media influenciam as percepções dos cidadãos e, enquanto espaço de informação e educação, ajudam a desmantelar (ou a solidificar) as fronteiras/barreiras quer entre as nacionalidades quer entre os cidadãos e a UE. Não é de estranhar, por isso, que através dos media as elites políticas procurem influenciar as percepções públicas e favorecer o entendimento pelos cidadãos dos assuntos europeus.

Por seu lado, igualmente através dos media, os cidadãos podem discutir, debater, influenciar ou negociar o processo democrático e importantes assuntos políticos. Na realidade, os media são uma das mais importantes fontes de informação e de participação que alimentam o exercício da cidadania, incluindo a cidadania europeia. E, até pelo défice democrático existente na construção europeia, os media funcionam como mecanismos de controlo das actividades e dos

actores políticos europeus, bem como de avaliação da performance nacional face aos restantes parceiros da União.

Ao reportarem as diversas dimensões da construção europeia, ao promoverem o debate e participação dos cidadãos e ao difundirem as realidades e perspectivas dos demais Membros da União, os media dão um importante contributo para a “europeização” da identificação colectiva no quadro da União. Por outro lado, ao mesmo tempo que ajudam a formar a “identidade europeia”, os media deverão continuar a ser importantes elementos de consolidação das identidades nacionais, regionais e locais, em particular numa União que se alargou de 15 para 25 Membros e se prepara para continuar a acolher novas nacionalidades. É paradoxal, sem dúvida, o papel dos media na formação de identidades no âmbito da construção europeia.

1.8. SÍNTESE CONCLUSIVA

A história da UE é um caso de sucesso de integração regional, com sucessivos alargamentos bem sucedidos. Esses alargamentos não impediram, no entanto, o aprofundamento da integração. O processo de integração europeia, mais do que a simples pertença institucional à CEE/UE, tem sido acompanhado por uma certa “europeização”, em diferentes níveis - político, cultural, económico, social, geográfico, normativo.

Existe uma forte ligação entre o alargamento da UE e os media, quer pela “europeização” do contexto em que estes operam, quer por via do próprio papel dos media na europeização das percepções e identificação colectiva dos cidadãos europeus.

O mais recente alargamento, em 2004, a 10 novos Estados-Membros do Centro e Leste Europeu e bacia mediterrânica, despoletado pela oportunidade histórica que correspondeu a queda do Muro de Berlim, marcou pela sua invulgar dimensão. No entanto, a principal motivação para este alargamento foi a mesma que havia estado na génese do projecto europeu na década de 50: a promoção da paz, estabilidade, segurança, democracia e prosperidade económica.

O alargamento foi bem recebido quer pelos cidadãos dos países aderentes, quer pelos cidadãos dos “velhos” Estados-Membros, não obstante alguns receios, essencialmente relacionados com o impacto de eventuais fluxos migratórios, diminuição dos padrões de protecção dos consumidores e do Ambiente, bem como a nível das dificuldades institucionais de funcionamento da UE alargada. Para ajudar a perceber o alargamento e para dar resposta às dúvidas e preocupações dos cidadãos, a Comissão Europeia lançou uma importante “Estratégia de Comunicação para o Alargamento”.

Discutiu-se que espécie de identidade europeia é possível no contexto de uma União alargada a 25 países, englobando tal diversidade de povos, línguas e culturas. Sucumbirá a identidade nacional dos países “pequenos” a uma identidade europeia? E qual o papel das identidades regionais? A experiência de anteriores alargamentos

parece apontar para o reforço das identidades nacionais e regionais, não obstante o aprofundamento da integração.

De facto, a propósito da emergência de uma identidade europeia, passaram-se em revista as três principais tendências de investigação. A perspectiva cultural, que descreve as identidades como resultantes de fundamentos partilhados, sugere que uma eventual identidade europeia teria de se basear em elementos suficientemente vagos - cuja enumeração está longe de ser consensual - para abarcar a enorme diversidade de identidades nacionais i.e. a identidade europeia complementar, em vez de substituir, as identidades nacionais.

A perspectiva instrumental coloca as identidades como fruto de uma análise custos-benefícios levada a cabo pelas sociedades, em cada momento. Neste contexto, uma identidade europeia pressuporia que a UE fosse entendida como fonte de ganhos face aos Estados nacionais. No entanto, nem sempre é fácil distinguir entre resultados da Europa e resultados nacionais e essa análise está longe de ser equivalente em todos os países. Por fim, a perspectiva cívica tem por base um conceito de identidade europeia assente em elementos cívicos, a nível de compromissos políticos, direitos e deveres sociais, entre outros, expressos nos documentos constitutivos da UE. A identidade europeia poder-se-ia então assumir independentemente dos fundamentos das identidades nacionais.

Não parece haver uma clara distinção entre os elementos de identificação nacional e europeia, embora na identificação nacional surjam à cabeça os aspectos histórico-culturais (e não a soberania, como se poderia pensar), enquanto que na identificação europeia são os aspectos civilizacionais, a livre circulação e residência e os aspectos económicos que aparecem como mais relevantes.

Não é consensual a influência dos media na formação de identidades nacionais ou de uma identidade europeia. Mas os media informam sobre os principais acontecimentos e dão a conhecer os principais actores europeus; contribuem para um maior conhecimento sobre os outros Estados; falam da UE por oposição a outros blocos, assim esbatendo diferenças internas; divulgam a agenda europeia; promovem uma perspectiva europeia sobre os desenvolvimentos; e contribuem para a expressão da cidadania e participação democrática dos cidadãos na construção europeia.

Neste contexto, é cada vez mais claro que os media constituem um elo importante para a tal "europeização" das identidades, para a participação dos cidadãos e para a sua identificação colectiva com a UE. Há que repensar a estratégia de comunicação da UE e procurar dinamizar os media no sentido de se abrirem à informação emanada das comunidades, de se tornarem eles próprios agentes mais transparentes, e de ir além da performance institucional e burocrática da União, procurando captar a verdadeira experiência social, cultural e política europeia.