

cultura: imagens e representações

ESTUDOS DO SÉCULO

XX

número 8 . 2008

Janela entreaberta?
Imagens e representações jornalísticas
de temas europeus

Ana Isabel Martins

Ana Isabel Martins. Mestre em Estudos Europeus pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Bolseira de Doutoramento da FCT e Investigadora do Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX da Universidade de Coimbra – CEIS20.

Introdução

Mais do que um continente, a Europa é um conceito¹; mais do que uma área geográfica, é um sistema de valores ‘civilizacionais’² ou uma realidade humana³; mais do que um conjunto de fronteiras físicas, é uma mistura de limites ideológicos e psicológicos⁴; mais do que uma entidade territorial, é um espaço histórico, político e cultural⁵; finalmente, mais do que um mero grupo de Estados, é uma ideia de ‘comunidade’⁶. Não obstante as suas diferentes formulações, as *eurowisões* destes especialistas parecem evocar uma noção-chave no contexto das teorias do nacionalismo: as “comunidades imaginadas” de Benedict Anderson⁷, cujos membros se encontram unidos por um sentido de pertença e lealdade voluntárias.

Julgamos que este pressuposto da identidade apreendida numa esfera mental se adapta de forma plena a uma ideia de Europa que representa, *per se*, um conceito potencialmente identitário⁸, tornando-se um terreno fértil para explorar a utilização de um conjunto de códigos – como expressões idiomáticas, estereótipos ou símbolos culturais – cuja descodificação depende, em larga medida, dos sistemas de crenças, experiências e visões dos receptores.

Pela força motriz da UE redefiniram-se cartografias geográficas (pensemos na promissora ‘Política de Vizinhança’), estratégicas (aponte-se o ‘eixo franco-alemão’, a dinâmica das ‘duas ou várias velocidades’, o ‘núcleo duro’ ou o ‘Clube *Med*’), económicas (recordemos a inédita ‘Zona Euro’), ideológicas (com os binómios ‘Velha’-‘Nova’ Europa ou ‘Europeístas’/‘Eurocépticos’) e até ontológicas (traduzidas nas alegorias do *Homo Erasmus*, do *Homo Europeanus* ou, numa variação terminológica cunhada pelo antropólogo Marc Abélès, do *Homo Comunitarius*)⁹.

Longe de meras comunidades imaginadas, estes referentes deixam entrever uma vasta e complexa teia de intersecções político-identitárias no seio do palco europeu, enraizada numa linguagem própria que transborda as páginas de dicionários, glossários e obras técnicas. A simples associação do adjetivo ‘europeu’ a diversos conceitos jurídico-institucionais (como ‘Parlamento’, ‘cidadania’ ou ‘Constituição’) e simbólicos (‘Espaço Público’) imprime um carácter de urgência à reflexão sobre os horizontes de governação e poder que se rasgam a partir dos arquétipos originários.

¹ BARENO, I. – *Um Imaginário Europeu*. Lisboa: Caminho, 2000, p. 105.

² DELANTY, G. – *Inventing Europe: Idea, Identity, Reality*. London: Palgrave Macmillan, 1995, p. 30.

³ ALMEIDA, R. – *Portugal e a Europa: Ideias, Factos e Desafios*. Lisboa: Edições Sílabo, 2005, p. 21.

⁴ 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, p. 10.

⁵ RISSE, T. – “An emerging European Identity? What we know, and how to make sense of it”. Lecture delivered at the University of Helsinki, 2003, April 25, p. 2.

⁶ VASCONCELOS, A. – *Valores da Europa: Identidade e Legitimidade*. Cascais: Principia, 1999, pp. 47-48.

⁷ ANDERSON, B. – *Imagined Communities*. New York: Verso, 1991.

⁸ ROBERTSON, A. – *US, Them and Television News Narratives: Constructing Europe in TV News Broadcast* [Em linha]. University of Tampere, 2001 [01.09.02]. Disponível em WWW: < URL: http://www.uta.fi/conference/PAG/PAG_papers_alex_robertson.pdf >.

⁹ ABÉLÈS, M. – “Homo Communautarius”. In: KASTORYANO, R. [dir.] – *Quelle Identité pour l’Europe? Le Multiculturalisme à l’Épreuve*. Paris: Presses Sciences PO, 1998, p. 43-63.

Nesta linha de pensamento, revela-se igualmente incontornável a emergência de uma miríade de vocábulos – uma espécie de ‘Europês’, para recorrer a um *meta-neologismo* – que encontram no prefixo ‘euro-’ (‘Eurodeputados’, ‘Eurocracia’, ‘Eurodivisa’, ‘Euronews’ ou ‘Eurolândia’, entre outros) a sua mais evidente configuração verbal.

Cultura e representação: os media como janela

Os meios de comunicação desempenham um papel fundamental na representação do imaginário europeu. Esta ideia encontra-se, de resto, bem patente na própria teoria clássica de Anderson, que vincula a imprensa europeia setecentista à missão pioneira de representar “o tipo de comunidade imaginada” emergente à época: a nação¹⁰.

Projectando esta tese seminal nos espaços comunicativos hodiernos, diversos autores situam a hipótese normativa de uma identidade colectiva numa dimensão temporal (fundada numa memória, tradição, passado e herança comuns) e espacial (assente na demarcação de territórios e fronteiras reguladoras de princípios de inclusão e exclusão). Os media emergem, assim, como veículos simbólicos dotados de grande influência na definição de interações sociais e culturais e, muito particularmente, nos conceitos que cada grupo reconhece como os seus traços distintivos¹¹. Num estudo onde procuram analisar a reconfiguração das paisagens comunicativas modernas, David Morley e Kevin Robins chegam mesmo a falar de “comunidades re-imaginadas” – paráfrase da tese de Anderson que coloca precisamente a tónica na necessidade de repensar as representações socioculturais à luz das actuais escalas de pertença e identidade(s)¹².

O processo de integração europeia oferece, neste contexto, um forte potencial de inovação ao nível das construções mediáticas. Através do olhar jornalístico, ‘Bruxelas’ há muito que deixou de designar uma mera capital para se converter numa voz transversal às notícias sobre a Comunidade. Adicionando-lhe um vasto leque de verbos performativos (como ‘decidir’ ou ‘permitir’), os jornais, a rádio e a televisão imprimem-lhe os contornos personificados de um verdadeiro actor político.

E não devemos esquecer, aliás, a exímia capacidade com que os enunciados noticiosos dilatam e reinventam o próprio jargão comunitário. Bastará relembrar a semântica de um ‘regresso à Europa’, amplamente difundida pelos media aquando da adesão dos Dez em 2004, estendendo a metáfora *kunderiana* de um *Ocidente raptado*¹³; ou descobrir na fotografia conjunta dos líderes da UE, registada pelas lentes mediáticas no encerramento de cada Conselho Europeu, um autêntico prolongamento visual da ideia de ‘família europeia’, já evocada por Winston Churchill em 1946 e de imediato absorvida e eternizada pelo universo semântico da UE.

¹⁰ ANDERSON, B. – ob. cit., p.25.

¹¹ FITZGERALD, T. – “Media, Ethnicity and Identity”. In: SCANNELL, P., SCHLESINGER, P. and SPARKS, C. [eds.] – *Culture and Power – A Media, Culture and Society Reader*. London: Sage Publications, 1992, p. 112-133.

¹² MORLEY, D. and ROBINS, K. – *Spaces of Identity. USA: The International Library of Sociology*, 2000.

¹³ KUNDERA, M. – “L’Occident kidnappé ou la tragédie de l’Europe centrale”. In: *Le Débat*. Paris: Les Éditions Gallimard, 1983, novembre, n.º 27, p. 3-22.

A questão que se coloca é, no entanto, a de saber até que ponto é que o tratamento mediático de temas europeus abre efectivamente uma janela sobre a construção comunitária ou se restringe, pelo contrário, a ‘estórias’ circunscritas às altas esferas de decisão e círculos de legitimação do poder formal, e unicamente motivadas pelas supracitadas decisões políticas ou acontecimentos simbólicos, como as cimeiras.

No presente artigo será nosso objectivo clarificar esta indagação teórica através de um estudo de caso: a análise da cobertura jornalística dos referendos ao Tratado que Estabelece uma Constituição para a Europa (TCE) na imprensa europeia de referência. A este propósito, a investigação incidiu sobre quatro jornais nacionais – *El País* (Espanha), *Le Monde* (França), *Público* (Portugal) e *The Guardian* (Reino Unido)¹⁴. Foram contabilizadas todas as peças publicadas nas duas semanas que antecederam e nos três dias que se sucederam aos referendos espanhol (20 de Fevereiro de 2005), francês (29 de Maio de 2005) e holandês (1 de Junho de 2005).

Versando sobre um tipo de acontecimento político precisamente orientado para a participação cidadã, julgamos que esta plataforma empírica nos poderá fornecer importantes pistas relativas ao grau de participação do público num debate à escala europeia, e aos moldes em que se processou a sua representação na imprensa. Particularmente interessante será comprovar, neste contexto, o modo como as mensagens e os sentidos essenciais da mensagem jornalística parecem encontrar na dimensão visual – as fotografias que acompanham os artigos – a sua máxima expressão.

Vozes e silêncios noticiosos

O processo de integração europeia assumiu-se, desde os primórdios, como uma vasta construção de elites¹⁵, edificada sobretudo a partir de uma lógica de cima para baixo (*top-down*). Se os cinquenta anos de construção comunitária foram marcados por diversos pontos de contraste entre a perspectiva dos cidadãos e das instâncias decisórias face à UE, parece-nos que essa disparidade se faz sentir de forma particularmente intensa no momento actual.

Os resultados opostos registados nos quatro referendos ao TCE (‘sim’ em Espanha e no Luxemburgo; ‘não’ em França e na Holanda) são exemplo disso mesmo. Os escrutínios nos quais a Constituição foi rejeitada proporcionam, aliás, um estudo de caso particularmente interessante, por evidenciarem a existência de pretensões inconciliáveis não só entre cidadãos e elites, como também no seio destas. É precisamente a partir deste ângulo que se torna interessante explorar a constelação de actores na cobertura jornalística dos referendos.

A literatura nesta área permite-nos partir para a investigação com algumas expectativas. Sabemos que o carácter hegemónico das fontes vinculadas com as elites do poder tem sido um traço sobejamente identificado nas pesquisas empíricas no âmbito da sociologia do jornalismo¹⁶. No que toca à realidade europeia, pese embora a

¹⁴ Doravante designados, quando oportuno, pelas siglas EP, LM, Pub e TG, respectivamente.

¹⁵ DELANTY, G. – ob. cit., p. 2 e SCHLESINGER, P. – “Identities: traditions and new communities – a response”. In: *Media, Culture & Society*. London: Sage Publications, 2002, Vol. 24(5), p. 643-648.

¹⁶ GANS, H. – *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon, 1980 e TUCHMAN, G. – *Making News: a Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press, 1978.

multiplicidade de interações (movimentos, ONGs, média, instituições, entre outros) que aí ocorrem, este aspecto tende a acentuar-se¹⁷. Diversos estudos assinalam o silenciamento noticioso das vozes ligadas à sociedade civil, em favor do destaque concedido a figuras políticas, sobretudo do Governo¹⁸.

A análise do *corpus* permitiu-nos registar uma clara preponderância dos protagonistas nacionais sobre os intervenientes da UE. A tendência para uma nacionalização das fontes prolongou-se na constatação de que, durante o primeiro referendo constitucional, todos os jornais – à excepção do *Público*, talvez devido à relação de proximidade com o vizinho ibérico – privilegiaram as suas fontes internas, em detrimento de personalidades espanholas ou europeias. Estas últimas estiveram, aliás, ausentes nas publicações portuguesa e britânica.

Explorando agora o enfoque concedido aos actores políticos informais – redes públicas de discussão à margem do quadro de legitimação do poder formal, como sindicatos, ONGs, blogues, igrejas ou centros de investigação, entre outros –, verificámos que o seu papel foi claramente minoritário nas quatro publicações. Enquadrada no contexto da UE e do seu tradicional problema de legitimidade, esta evidente subalternização noticiosa dos cidadãos face às elites do poder parece adicionar ao estigma do ‘défice democrático’ a hipótese de um análogo ‘défice mediático’. Chegados a este ponto, será agora relevante projectar estes valores numa análise de carácter qualitativo, com vista a perceber em que moldes se traduziu a presença de pessoas anónimas nos jornais.

Estereótipo e imagens mediáticas

Com o intuito de perceber de que forma se traduziu a presença dos cidadãos comuns na imprensa, julgamos oportuno convocar uma noção que tem conhecido uma importância crescente no seio das Ciências Sociais: a de “estereótipo”. Introduzida por Walter Lippman¹⁹, opera actualmente em diferentes horizontes de pesquisa, entre os quais nos cumpre destacar a teoria da identidade social²⁰. No âmbito desta corrente, os seus objectivos prendem-se com um exercício de sistematização da realidade social complexa; de auto-identificação (*selfstereotyping*) como membro de uma comunidade; e de comparação face aos membros de outras comunidades²¹.

Ao classificar os estereótipos como “actos comunicativos”, porque imbuídos de uma dimensão de “construção cultural” e “juízos partilhados”, Condor postula a sua importância no âmbito dos meios de comunicação²². De facto, enquanto processos

¹⁷ BEE, C. and BELLO, V. – “A European model of public sphere: towards a networked governance model”. Lecture delivered at the “Italian Political Association Society Annual Conference”, Padova, 2004, September 15-17, p. 20.

¹⁸ WIMMER, J. – “Counter-public spheres and the revival of the European public sphere”. In: *Javnost – The Public*. Ljubljana: European Institute for Communication and Culture, 2005, Vol. 12(2), p. 93-109.

¹⁹ LIPPMAN, W. – *Public Opinion*. New York: Free Press, 1922.

²⁰ HOGG, A. and ABRAMS, D. [eds.] – *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations*. New York: Routledge, Chapman & Hall, 1988.

²¹ PICHLER, F. – “Affection to and exploitation of Europe. European identity in the EU”. In: *Reihe Soziologie*. Wien: Institut für Höhere Studien (HIS), 2005, Mai, n.º 71, p. 4.

²² CONDOR, S. – “Social stereotypes and social identity”. In: HOGG, A. and ABRAMS, D. [eds.] – *Social Identity Theory. Constructive and Critical Advance*. New York: Springer, 1990, p. 231-249.

de rotulagem, designação e classificação, estes dispositivos facilitam a caracterização e significação de pessoas ou acontecimentos por parte do discurso jornalístico, cristalizando ideias capazes de estabilizar e estruturar a nossa relação com a realidade circundante. Como nota Fowler sobre o caso específico da imprensa:

[Os estereótipos] (...) constituem categorias que projectamos no mundo para que este faça sentido. É assim que construímos o mundo. E a nossa relação com os jornais oferece um poderoso contributo a este processo de construção²³.

As visões estereotipadas acarretam, no entanto, vários perigos para as rotinas de produção jornalística, já que as suas generalizações acabam frequentemente por se traduzir mais numa desfiguração do real do que na sua organização categórica.

No quadro dos temas concernentes à Europa, palco de múltiplas interações identitárias, este risco tem sido, aliás, particularmente documentado, sobretudo em estudos sobre as imagens televisivas. Deirdre Kevin reporta-se a alguns programas (e.g. *Eurotrash*, no britânico *Channel 4*) que, embora movidos pelo propósito de dar a conhecer outros países e culturas europeias, acabam por recorrer a estereótipos, por vezes irónicos²⁴. Numa pesquisa sobre o canal *ARTE*, Maria João Silveirinha detecta uma tendência semelhante: longe de promover, naquele que seria um plano ideal, representações influenciadas por dinâmicas de comunicação intercultural, este *medium* limita-se a reproduzir um conjunto de convicções e atitudes generalizadas que reforçam as oposições sequenciais ‘centro-periferia’ e ‘elites-cidadãos’²⁵.

Fotografias de imprensa e tipificação social

No âmbito do presente estudo, parece-nos que o recurso a perspectivas estereotipadas dominou claramente as configurações discursivas relativas às correntes de opinião de pessoas singulares. Neste contexto, propomos a aplicação, aos agentes noticiosos desta natureza, do conceito narratológico de “personagem-tipo”, entendido como

personagem-síntese entre o individual e o colectivo, entre o concreto e o abstracto, tendo em vista o intuito de ilustrar de uma forma representativa certas dominantes (profissionais, psicológicas, culturais, económicas, etc.) do universo diegético em que se desenrola a acção, em conexão estreita com o mundo real com que estabelece uma relação de índole mimética²⁶.

Adoptando os referendos como o “universo” em que se desenrola a “acção”, verificámos que todos os elementos humana e socialmente essenciais desse período convergiram nas representações visuais dos cidadãos intervenientes nas peças²⁷.

²³ FOWLER, R. – *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. New York: Routledge, 1991, p. 17.

²⁴ KEVIN, D. – ob. cit., p. 178.

²⁵ SILVEIRINHA, M. – “Take a walk on the wild side: Europeanizing from the centre”. Lecture delivered at the Conference “Communication in Crisis”, University of Massachusetts, Amherst, USA, 2007, March 31-April 1.

²⁶ LOPES, A. e REIS, C. – *Dicionário de Narratologia*. Coimbra: Almedina, 1996, p. 411.

²⁷ LUKÁCS, G., *apud* LOPES, A. e REIS, C. – ob. cit., p. 411.

Enquanto ilustração dos artigos, estes actores concentraram os traços que as análises políticas (Eurobarómetros e outras sondagens) apontaram como definidores da experiência colectiva do debate constitucional (abstenção em Espanha, receios socioeconómicos em França e na Holanda).

Nesta conformidade com o senso comum, bem como na adaptação aos fenómenos sociais e aos valores partilhados, entrevê-se a natureza do jornalismo enquanto construção social da realidade²⁸. Com efeito, essas imagens corroboraram visualmente tais generalizações, reforçando um conjunto de factos desconstruído pela chave interpretativa dos receptores.

As fotografias encerraram múltiplos níveis de significados conotativos, aos quais não será alheia uma componente metafórica, baseada na aplicação de associações e analogias²⁹. A sua descodificação pode, por exemplo, depender da capacidade com que o receptor interpreta gestos, posturas corporais e expressões faciais³⁰. É o caso da figura que acompanha a peça “Em França de manhã vota-se ‘sim’ e à tarde vota-se ‘não’” (Pub 25.05.05) que, apresentando um indivíduo com uma das mãos na cabeça, gesto normalmente conotado com uma atitude de incerteza, prolonga visualmente a temática central do artigo: os eleitores indecisos [Figura 1].



Mais do que meros propósitos estéticos, a inserção de pessoas anónimas nas fotografias prende-se com uma dimensão ideológica imanente. Durante o referendo espanhol, os retratos de alguns dos cidadãos entrevistados nos textos “A ver se nos dão algum dinheiro” (EP 21.02.05) e “Voto de gratidão no olival” (EP 21.02.05) apontaram para isso mesmo. Apresentando, respectivamente, um idoso junto da neta e um jovem num tractor, adequaram-se perfeitamente aos horizontes semânticos de um texto sobre as dificuldades económicas vividas por uma franja da população rural, altamente dependente das ajudas comunitárias [Figuras 2 e 3].

²⁸ GOFFMAN, E. – *Frame Analysis*. New York: Free Press, 1974 e TUCHMAN, G. – ob. cit.

²⁹ HUXFORD, J. – “Beyond the referential: Uses of visual symbolism in the press. In: *Journalism*. London: Sage Publications, 2001, Vol. 2(1), p. 45-71.

³⁰ Cf. HALL, S. – “Encoding and Decoding in Television Discourse”. In: DURING, S. [ed.] – *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge, 1993, p. 90-103.



Assim, expuseram de forma evidente o poder dos estereótipos enquanto actos comunicativos ao serviço de um exercício de estratificação social³¹, ancorando-se na evidência teórica de que a representação de classes sociais menos favorecidas se presta mais a transposições visuais do que verbais. Do mesmo modo, durante os referendos francês e holandês, a captação de imagens de transeuntes em frente de cartazes pelo 'sim' e pelo 'não' colocou a tónica na centralidade das questões sociais que afectavam a vida das famílias (note-se, por exemplo, a figura de um pai passeando um bebé), no seio de uma opinião pública fortemente dividida [Figura 4].



³¹ CONDOR, S. – ob. cit.

Conclusões

A análise de imagens e representações culturais veiculadas pelos media ganha particular interesse quando direccionada para temáticas europeias – ou não se enquadrasse a Europa na noção de “comunidade imaginada”, palco de permanentes negociações identitárias e escalas de pertença múltiplas. A análise da cobertura jornalística dos referendos à Constituição Europeia – tema particularmente permeável à reflexão sobre a informação e participação cidadã – deixou, contudo, entrever alguns limites subjacentes à construção sociocultural do Velho Continente.

Cumpre-nos reiterar, neste contexto, o forte desequilíbrio patente ao nível das fontes noticiosas: o estatuto dominante das *vozes* inscritas no quadro da legitimação do poder formal, no reverso do qual se inscreveu um *silêncio* noticioso sobre as entidades da sociedade civil, revelou que o tratamento mediático de assuntos europeus parece assimilar os limites intrínsecos das práticas do jornalismo político em geral.

As fotografias publicadas nos jornais em estudo constituem o prolongamento visual desta repartição desigual no que concerne aos protagonistas. Marcadas pela mesma lógica elitista e de poder que preside à escolha dos actores noticiosos, estas imagens tendem a veicular visões estereotipadas dos cidadãos comuns. Embora clarificando o papel do jornalismo na estruturação e representação da sociabilidade quotidiana, parecem encerrar todas as fragilidades inerentes à noção de “personagem-tipo”. Ao claro potencial de síntese (descrição da fatia maioritária da realidade) que esta concepção pressupõe opõe-se, na verdade, um franco limite de representatividade (visão estereotipada que marginaliza as correntes minoritárias).

Em função destes traços definidores do tratamento jornalístico dos escrutínios ao TCE, parece-nos legítimo reconhecer nas notícias de imprensa a ideia de uma *janela* para o mundo. Trata-se, porém, de uma *janela* entreaberta, dando apenas preferência a algumas ‘paisagens’ sociais e culturais – em última análise, como o próprio processo de integração europeia.

Fontes

Edições dos jornais *El País*, *Le Monde*, *Público* e *The Guardian* publicadas de 5 a 23 de Fevereiro de 2005 e de 14 de Maio a 4 de Junho de 2005.

BIBLIOGRAFIA

- ABÉLÈS, M. – “Homo Communitarius”. In: KASTORYANO, R. [dir.] – *Quelle Identité pour l'Europe? Le Multiculturalisme à l'Épreuve*. Paris: Presses Sciences PO, 1998, p. 43-63.
- ALMEIDA, R. – *Portugal e a Europa: Ideias, Factos e Desafios*. Lisboa: Edições Sílabo, 2005.
- ANDERSON, B. – *Imagined Communities*. New York: Verso, 1991.
- BARRENO, I. – *Um Imaginário Europeu*. Lisboa: Caminho, 2000.
- BEE, C. and BELLO, V. – “A European model of public sphere: towards a networked governance model”. Lecture delivered at the “Italian Political Association Society Annual Conference”, Padova, 2004, September 15-17.

- CONDOR, S. – “Social stereotypes and social identity”. In: HOGG, A. and ABRAMS, D. [eds.] – *Social Identity Theory. Constructive and Critical Advance*. New York: Springer, 1990, p. 231-249.
- DELANTY, G. – *Inventing Europe: Idea, Identity, Reality*. London: Palgrave Macmillan, 1995.
- FITZGERALD, T. – “Media, Ethnicity and Identity”. In: SCANNELL, P., SCHLESINGER, P. and SPARKS, C. [eds.] – *Culture and Power – A Media, Culture and Society Reader*. London: Sage Publications, 1992, p. 112-133.
- FOWLER, R. – *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. New York: Routledge, 1991.
- GANS, H. – *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon, 1980.
- GOFFMAN, E. – *Frame Analysis*. New York: Free Press, 1974.
- HALL, S. – “Encoding and Decoding in Television Discourse”. In: DURING, S. [ed.] – *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge, 1993, p. 90-103.
- HOGG, A. and ABRAMS, D. [eds.] – *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations*. New York: Routledge, Chapman & Hall, 1988.
- HUXFORD, J. – “Beyond the referential: Uses of visual symbolism in the press. In: *Journalism*. London: Sage Publications, 2001, Vol. 2(1), p. 45-71.
- 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.
- KUNDERA, M. – “L'Occident kidnappé ou la tragédie de l'Europe centrale”. In: *Le Débat*. Paris: Les Éditions Gallimard, 1983, novembre, n.º 27, p. 3-22.
- LIPPMAN, W. – *Public Opinion*. New York: Free Press, 1922.
- LOPES, A. e REIS, C. – *Dicionário de Narratologia*. Coimbra: Almedina, 1996.
- MORLEY, D. and ROBINS, K. – *Spaces of Identity*. USA: The International Library of Sociology, 2000.
- PICHLER, F. – “Affection to and exploitation of Europe. European identity in the EU”. In: *Reihe Soziologie*. Wien: Institut für Höhere Studien (HIS), 2005, Mai, n.º 71.
- RISSE, T. – “An emerging European Identity? What we know, and how to make sense of it”. Lecture delivered at the University of Helsinki, 2003, April 25.
- ROBERTSON, A. – *US, Them and Television News Narratives: Constructing Europe in TV News Broadcast* [Em linha]. University of Tampere, 2001 [01.09.02]. Disponível em WWW: <URL: http://www.uta.fi/conference/PAG/PAG_papers_alexarobertson.pdf>.
- SCHLESINGER, P. – “Identities: traditions and new communities – a response”. In: *Media, Culture & Society*. London: Sage Publications, 2002, Vol. 24(5), p. 643-648.
- SILVEIRINHA, M. – “Take a walk on the wild side: Europeanizing from the centre”. Lecture delivered at the Conference “Communication in Crisis”, University of Massachusetts, Amherst, USA, 2007, March 31-April 1.

- TUCHMAN, G. – *Making News: a Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press, 1978.
- VASCONCELOS, A. – *Valores da Europa: Identidade e Legitimidade*. Cascais: Principia, 1999.
- WIMMER, J. – “Counter-public spheres and the revival of the European public sphere”. In: *Javnost – The Public*. Ljubljana: European Institute for Communication and Culture, 2005, Vol. 12(2), p. 93-109.