



UEPB

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS V
CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E SOCIAIS APLICADAS**

AFRÂNIO VYCTOR CAVALCANTE SANTOS

**A TELEVISÃO EURONEWS COMO INSTRUMENTO DE DIPLOMACIA PÚBLICA
DA UNIÃO EUROPEIA**

**JOÃO PESSOA - PB
2021**

AFRÂNIO VYCTOR CAVALCANTE SANTOS

**A TELEVISÃO EURONEWS COMO INSTRUMENTO DE DIPLOMACIA PÚBLICA
DA UNIÃO EUROPEIA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Relações
Internacionais da Universidade Estadual
da Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
Relações Internacionais.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Sílvia Garcia Nogueira

**JOÃO PESSOA - PB
2021**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S237t Santos, Afrânio Vyctor Cavalcante.
A televisão Euronews como instrumento de diplomacia pública da União Europeia [manuscrito] / Afranio Vyctor Cavalcante Santos. - 2021.
28 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Internacionais) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Biológicas e Sociais Aplicadas, 2021.

"Orientação : Profa. Dra. Silvia Garcia Nogueira ,
Coordenação do Curso de Relações Internacionais - CCBSA."

1. Diplomacia pública. 2. Mídia. 3. União Europeia. 4.
Diplomacia midiática. I. Título

21. ed. CDD 327.14

AFRÂNIO VYCTOR CAVALCANTE SANTOS

**A TELEVISÃO EURONEWS COMO INSTRUMENTO DE DIPLOMACIA PÚBLICA
DA UNIÃO EUROPEIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Relações Internacionais.

Aprovada em: 24 / 05 / 2021 _____.

BANCA EXAMINADORA

Silvia G. Nogueira

Silvia Garcia Nogueira (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Filipe Reis Melo

Filipe Reis Melo
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Mônica de L. N. Santana

Mônica de Lourdes Neves Santana
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico este trabalho à minha mãe, Ana Cristina, e meu Pai, José Afrânio, por todo o suporte e crédito em mim depositados.

Obrigado.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a toda equipe do Campus V, que com todas as dificuldades, faz acontecer uma instituição extremamente séria e comprometida com a educação e a produção científica, no meio de um bairro periférico de uma capital nordestina.

Agradeço a meus professores da Universidade Estadual da Paraíba, por toda humanidade e sensibilidade que o curso de Relações Internacionais é conduzido.

Agradeço a banca examinadora, professor Filipe Reis Melo e professora Mônica Santana, profissionais que admiro e sou grato por ter a honra de tê-los lendo este trabalho.

À minha orientadora Silvia Nogueira, que sempre foi solícita e comprometida com seu papel de educadora e cientista.

Agradeço aos meus pais e minhas irmãs, Arla e Kacyana, minha base familiar de amor infinito.

À todas as minhas tias, que sempre me trataram com afeto e contribuíram de diversas formas durante minha trajetória.

À minha tia, Dr.^a Telma Cortizo, o meu exemplo mais próximo de dedicação à ciência, que me inspira não só através de seu trabalho, mas também com palavras de carinho e incentivo.

Agradeço a meus amigos de Maceió, João Pessoa, São Paulo, Foz do Iguaçu, Natal, Londrina, Porto Alegre, Porto Velho, Palmas, Teresópolis, Turku, Salta, Nova Délhi e Alexandria. Vocês são muitos, e durante a graduação, foram diversas vezes, cada um a sua maneira, meu porto seguro. Muito obrigado.

“Quem controla a mídia, as imagens,
controla a cultura.”

Allen Ginsberg, escritor e ativista norte-
americano.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CGUE	Comissão Geral de Comunicação da União Europeia
FMI	Fundo Monetário Internacional
RI	Relações Internacionais
UE	União Europeia

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
A ASCENSÃO DA MÍDIA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS	10
A DIPLOMACIA MUDIÁTICA.....	13
A UNIÃO EUROPEIA COMO “COMUNIDADE IMAGINADA”	15
A TV EURONEWS COMO INSTRUMENTO DE DIPLOMACIA PÚBLICA DA UNIÃO EUROPEIA	18
CONCLUSÃO	23
REFERÊNCIAS.....	25
ANEXO A – GRADE DE PROGRAMAS DA EURONEWS (2016)	27

RESUMO

A Sociedade da Informação revolucionou o modo de se fazer política. Através dos aparatos tecnológicos e de comunicação de massas disponíveis, a mídia tornou-se uma ferramenta relevante nas Relações Internacionais, sendo utilizada como objeto diplomático. A Diplomacia Midiática é discutida em três modelos analíticos, que servem de base para a identificação de padrões no uso da mídia como ferramenta política, sendo o modelo de Diplomacia Pública o foco deste trabalho. A União Europeia utiliza-se do recurso de Diplomacia Pública para a construção de uma identidade europeia, que se caracteriza dentro da Europa como uma comunidade imaginada. Visto isso, esta pesquisa visa apresentar a utilização da Diplomacia Pública cuja Televisão Euronews é um exemplo. Através de exploração bibliográfica e documental, o presente estudo discute a mídia nas relações internacionais, a fim de compreender a Diplomacia Midiática e a construção de uma identidade europeia com a ajuda da TV Euronews. Conclui-se que a Euronews é um instrumento de Diplomacia Pública desde sua criação.

Palavras-chave: Diplomacia Pública. Mídia. União Europeia. Diplomacia Midiática.

ABSTRACT

The Information Society has revolutionized the way of doing politics. Through the technological and mass communication available devices, the media has become a relevant actor in International Relations, being used as a diplomatic object. The Media Diplomacy is discussed in three analytical models, which serve as a basis for identifying patterns in the use of the media as a political tool, with the Public Diplomacy model being the focus of this work. The European Union uses the resource of Public Diplomacy to build a European identity, which stands out within Europe as an imagined community. In view of this, the present work aims to present the use of Public Diplomacy in which the Euronews Television is an example. Through bibliographic and documentary exploration, this paper discusses the media in international relations, in order to understand Media Diplomacy and the construction of a European identity with the help of the Euronews TV. It is concluded that Euronews is an instrument of Public Diplomacy since its creation.

Keywords: Public Diplomacy. Media. European Union. Media Diplomacy.

INTRODUÇÃO

A fragmentação do poder proporcionada pela Era da Informação (Valente, 2007) instituiu uma nova organização do cenário internacional, fazendo emergir novos atores na política mundial. A interdependência proposta por Keohane e Nye (1989) mostra que os Estados passaram a conviver com os conceitos de sensibilidade e vulnerabilidade no mundo globalizado, e que o acesso à informação amplia essas características nesta era. Através da Cyberpolitik (Rothkopf, 1998), os Estados entendem que a revolução da Era da Informação, de acordo com Valente (2007), é um novo espaço para manutenção e aquisição do poder, que pode ser redimensionado através das tecnologias e da comunicação em massa.

Nesse panorama, a mídia ascende como ator nas Relações Internacionais e passa a ser encarada como ferramenta diplomática, como proposto por Gilboa (1987). O autor apresenta modelos analíticos da atuação da mídia, que servem como base para o entendimento do objeto de pesquisa deste trabalho: a rede Euronews, canal multilíngue, que se propõe a transmitir notícias sob um ponto de vista europeu.

Ao pensar num ponto de vista europeu, traz-se à pesquisa uma reflexão sobre a Europa como uma “comunidade imaginada”, conceito proposto por Anderson (1983), destacando que o processo de criação de uma comunidade passa pelo processo de sua construção identitária, no qual a mídia tem grande participação.

A fim de buscar resultados desta pesquisa, foram usadas fontes bibliográficas de referência como Gilboa (2000), Valente (2007), Valdeón (2009) e documentos oficiais obtidos nos sites da Euronews¹ e do Parlamento Europeu² de maneira exploratória, para responder a seguinte questão: a Televisão Euronews serve como objeto de Diplomacia Pública da União Europeia?

A primeira seção é dedicada a uma explanação sobre a mídia nas Relações Internacionais, contextualizando o surgimento dela como ator, e mostrando como passou a ser um recurso dos governos.

A segunda seção apresenta os três modelos de Diplomacia Midiática propostos por Gilboa, Diplomacia Pública, Diplomacia na Mídia e Diplomacia Feita pela Mídia, a fim de entender como a mídia pode atuar nas Relações Internacionais.

¹ <https://www.euronews.com/>

² <https://www.europarl.europa.eu/portal/en>

A terceira seção, procura explicar a ascensão de uma política comum europeia, e a preocupação em ter uma atuação diplomática uníssona da União Europeia, que optou pela mídia para ajudar no processo de construção de uma identidade europeia.

A quarta e última seção disserta sobre a Euronews, procurando identificar através de sua história e atuação, elementos que caracterizem a TV como um instrumento de Diplomacia Pública, e sua importância na construção de uma identidade europeia.

A ASCENSÃO DA MÍDIA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

O final do século XX marca o início de um novo momento social, quando as informações passam a ter um destaque permitido pela revolução científica e tecnológica da época. A chamada sociedade da Informação, de acordo com Castells (1999), é “composta por tecnologias de informação e comunicação que abarcam a aquisição, o armazenamento, o processamento e a distribuição da informação por meios eletrônicos, como rádio, televisão, telefone, computadores, entre outros”. Conforme o autor, a sociedade da informação traz consigo uma nova instituição de organização da economia e da sociedade, com um caráter geral, ilimitado e rápido da difusão da informação, que carrega valor político e econômico, solidificando a informação como um instrumento de aquisição e manutenção de poder.

Keohane e Nye (1989) argumentam que em vez de centralizar e burocratizar o acesso à informação, o avanço tecnológico traz uma descentralização dela, que passa a ser amplamente distribuída. Conforme os autores, através de organizações em rede, surgem novos tipos de comunidades e demandas de papéis diferentes para o governo, fazendo com que diversos atores emergjam e tenham poder de desempenhar papéis na política mundial.

Os autores entendem que na Era da Informação, a globalização e a interdependência estão presentes entre os Estados, e que isto cria uma sociedade em rede. Assim, com a disseminação das informações, o poder se faz distribuído e as redes de informação acabam com o monopólio da burocracia tradicional. Keohane e Nye (1989) observam que dadas as circunstâncias proporcionadas pela disseminação da informação, os líderes políticos agora desfrutam de menos graus de liberdade antes de reagir aos acontecimentos, tendo que dividir o palco com outros atores.

O conceito de interdependência apresentado por Keohane e Nye (1989) traz uma nova capacidade analítica para enxergar esta configuração inédita de poder global. Os autores tratam a interdependência como uma dependência mútua, que “refere-se a situações caracterizadas por efeitos recíprocos entre países ou entre atores em diferentes países” (KEOHANE; NYE, 1989, p. 8).

Nesse cenário de interdependência, os autores explicam dois conceitos-chave que definem o poder na interdependência: sensibilidade e vulnerabilidade. Sensibilidade seria entendida como a reação instantânea de um Estado a uma determinada política ou conjunto delas, presumindo que estas permaneçam imutáveis; já a vulnerabilidade seria a capacidade de reação de um Estado, considerando fatores como dispendiosidade e disponibilidade de alternativa que os atores tem. A sociedade da informação e suas tecnologias, de acordo com Burity (2013), fazem então que esta capacidade de sensibilidade e vulnerabilidade sejam ampliadas, visto que fica mais fácil reagir mundialmente a determinada política.

Dado este novo panorama proporcionado pela sociedade da informação, de acordo com Rothkof (1998), há uma nova forma de prática da política internacional, denominada *cyberpolitik*, que se utiliza dos recursos de comunicação, informática e estrutura da mídia por todo o globo. Valente (2007) aponta que a *cyberpolitik* é o novo cenário, e não uma diminuição do poder do Estado. Este, em vez ter seu poder diminuído pela revolução tecnológica e na comunicação, passa a ampliar e redimensionar a ação, ainda se fundamentando em aspectos políticos, econômicos e militares. O autor destaca a importância do discurso neste cenário, como um instrumento de propagação de ideias políticas, que muitas vezes ocorre através da fusão internacional das empresas de comunicação.

O crescimento de conglomerados de comunicação e a fusão de empresas desse setor vêm ocorrendo desde o final dos anos 1970 (SILVA, 2008). Nessa década, o Fundo Monetário Internacional (FMI), através de políticas mais racionais de base keynesiana, permitiu a ascensão de uma nova mentalidade na esfera administrativa e empresarial, passando a favorecer mecanismos de fusão e concentração das grandes corporações internacionais (VICENTE, 2006).

Esses valores de mercado se expandiram também às faculdades norte-americanas, que, de acordo com Nogueira e Burity (2014), acompanharam a tendência neoliberal, corroborando os valores de isenção e imparcialidade na formação dos novos profissionais, fazendo-se entender que a informação que importa

é aquela feita por uma imprensa livre, sem ideologias ou governantes. As autoras afirmam que apesar dessa mudança de percepção marcar claramente uma diminuição da influência dos veículos estatais sobre a opinião de suas populações, tais imparcialidade e isenção jornalísticas logo são desmistificadas, por meio da identificação da relação político-econômica das empresas privadas com os governantes.

O artifício utilizado por políticos e empresários, de acordo com Mamou (1992), é o da desinformação, que pode causar descrédito a custo de engano, mentiras e segundas intenções no jogo de poder. O autor explica que os jornalistas julgam se os fatos narrados pelas fontes possuem capacidade de virar notícia, diferenciando o jornalista do cidadão comum, pois ao primeiro cabe o julgamento da notícia. De acordo com Pena (2006), os jornalistas trabalham como porteiros da informação, detendo o poder de barrar ou passar notícias, já que podem escolher o que vai ao ar ou não.

Pena (2006) aponta que a influência do governo na mídia se dá inicialmente através da seleção de conteúdo que será publicado (*agenda setting*). Valente (2007) explica que caso um Estado tenha uma forte *agenda setting*, juntamente da competência de colocar um assunto em pauta na mídia internacional, possui também a capacidade de atuar sobre as elites ou os atores democráticos que formulam e fazem a manutenção dos interesses nacionais e sobre a opinião pública mundial.

Considerando o *modus operandi* do campo da comunicação, Nogueira e Burity (2014) explicam que é visível uma tendência de governos a dar mais atenção às suas políticas comunicacionais no nível internacional. Desse modo, por um lado, os governos tentam definir a agenda da mídia mundial chamando atenção para temas de interesse e, assim, influenciar a opinião pública mundial para criar um ambiente favorável à implementação de suas políticas; por outro, os governos têm que estar atentos à recepção de seu país aos formadores de opinião, e à opinião pública mundial, que podem influenciar o trajeto e a maneira de como as decisões governamentais se concretizarão. A próxima sessão visa entender como a mídia pode atuar nas relações internacionais, tratando da Diplomacia Midiática através de três modelos analíticos propostos por Gilboa (2001).

A DIPLOMACIA MIDIÁTICA

A palavra mídia deriva do latim *médium*, que significa meio, ou espaço intermediário; evolui no Brasil a partir do termo em inglês *media*, e hoje é utilizada para se referir de maneira genérica aos veículos, meios e canais de comunicação, como jornais, rádio e televisão (CAMARGO, 2009). A globalização, de acordo com Sato (2001), considerando o panorama tecnológico contemporâneo, implica numa influência cada vez maior dos meios de comunicação no cotidiano dos cidadãos; onde também, neste novo cenário, a influência dos cidadãos em matéria política cresce, dado o acesso expandido à informação.

Camargo (2008) explica que a atuação da mídia no sistema internacional é diferenciada das atuações de outros atores. visto que Estes possuem identidades³ mais ou menos constantes, que se baseiam em tradições, e se comportam com certa previsibilidade, a mídia se diferencia mostrando ser um ator de múltiplas faces, ficando impossível associá-la a uma identidade fixa, visto que seu semblante depende do contexto, do tipo de veículo e da própria direção do meio de comunicação (Camargo, 2008).

A palavra ator, derivada do latim *actore* significa agente do ato, aquele que atua, interpreta, desempenha determinado papel. Ator das relações internacionais, desta forma é o ente ou grupo social que atua na sociedade internacional, que é o agente do ato internacional, que desempenha determinado papel na sociedade internacional. Entretanto, nem todo ente ou grupo social é um ator internacional. Isto porque, o ator internacional deve ter a capacidade de participar das relações significativas do ponto de vista internacional e nem todos os grupos sociais gozam dessa prerrogativa. (Marques, 2008)

Apesar da crescente relevância dos meios de comunicação nas relações internacionais, o estudo sobre Mídia no campo acadêmico das Relações Internacionais ainda apresenta pouca produção, ocupando uma posição marginal tanto nela quanto na área da comunicação (Camargo, 2008). Hoje, apesar do tema ainda ocupar posição marginal, cada vez mais autores divulgam trabalhos na área, como Marinucci (2008), Nogueira (2012), Burity (2013) e Lessa (2020).

³ Conforme Wendt, identidade é “uma propriedade de atores intencionais que gera disposições motivacionais e comportamentais” (2003, p. 224)

Eytan Gilboa (2002), autor pioneiro nos estudos de Mídia e Relações Internacionais, explica que a diplomacia tradicional, antes fechada entre diplomatas e governos que detinham a informação, agora divide espaço com uma nova forma de diplomacia. Proporcionada pela revolução da informação no século XX, esta nova diplomacia, situada na era da mídia, opõe-se a tradicional através do exercício diplomático difundido no conhecimento das massas através do acesso a informação (Gilboa, 2002).

O trabalho de Gilboa (2001) infere que a falta de modelos analíticos e a confusão na definição de conceitos inibe os progressos de estudos da mídia em Relações Internacionais. Assim, o autor apresenta três modelos conceituais para promover um estudo da mídia de forma analítica e sistemática como instrumento central na política externa. São eles: a Diplomacia Pública, a Diplomacia na Mídia e a Diplomacia feita pela Mídia. Conforme o autor, cada um desses modelos analíticos só tem o uso apropriado de acordo com características ou condições presentes, em que cada modelo terá diferentes variáveis éticas e profissionais para os três atores protagonistas envolvidos na diplomacia - os funcionários, a opinião pública e a mídia.

A Diplomacia Pública é definida como “uma comunicação direta com povos estrangeiros, com o objetivo de afetar seus pensamentos e em última instância, de seus governos” (tradução livre)⁴ (GILBOA, 2001, p. 4). O autor explica que além das mídias de massa, outros recursos podem ser utilizados com o objetivo de influenciar um governo estrangeiro através de seus cidadãos: o intercâmbio científico e cultural entre estudantes, estudiosos, intelectuais e artistas; a participação em festivais e exposições públicas; a criação e manutenção de centros culturais; o ensino de idiomas; associações comerciais etc. Gilboa explica que os canais de mídia de massa são usados diretamente para afetar o grande público, enquanto aqueles de cunho cultural estão orientados pelas audiências de elites que acreditam ter influência na opinião pública (GILBOA, 2001).

Apesar de serem conceitos semelhantes, a Diplomacia na Mídia se diferencia da Diplomacia Pública pois enquanto na primeira a principal ferramenta é a propaganda, a segunda utiliza a mídia como um meio de negociação. Normalmente a Diplomacia Pública antecede a Diplomacia na Mídia, criando uma base de preparação do público para as negociações e suas consequências (VALENTE, 2007). De acordo

⁴ “[...] one of direct communication with foreign peoples, with the aim of affecting their thinking and, ultimately, that of their governments” GILBOA, 2001, p. 4.

com Gilboa (2001), as formas de atuação são chaves para as diferenciações nos conceitos: enquanto a Diplomacia Pública se preocupa com a formação de imagem e da propaganda política, a Diplomacia na Mídia se faz através da cobertura da mídia em diversos eventos com presenças de Chefes de Estado e mediadores internacionais, como conferências e entrevistas.

A Diplomacia feita pela Mídia, conforme Gilboa (2001), enxerga a mídia além de um instrumento que o Estado usa para buscar seus interesses, mas como um ator nas Relações Internacionais. O autor elucida que neste modelo, a mídia atua como mediadora de conflitos internacionais na fase de renegociação, sendo de suma importância a obtenção de informações sobre o outro Estado, de modo a ter dados suficientes para uma análise de vantagens e desvantagens de dada negociação, fazendo com que a mídia atue enfim como um aparelho que leva e traz as mensagens (GILBOA, 2001).

Considerando o panorama teórico apresentado, as sessões a seguir visam entender a União Europeia (UE) como um ator que faz uso de Diplomacia Midiática, a partir do conceito de “comunidade imaginada”, proposto por Anderson (1983); e verificar se a Televisão Euronews é ou não é um instrumento de Diplomacia Pública da UE.

A UNIÃO EUROPEIA COMO “COMUNIDADE IMAGINADA”

A preocupação sobre uma atuação internacional da União Europeia não é um processo recente em sua história. De acordo com Luciano (2014), após o desfecho da Segunda Guerra Mundial, os países da Europa Ocidental Continental apresentavam uma demanda de construção de uma comunidade política europeia, com o intuito de evitar novas ondas revanchistas nesse continente tão marcado por conflitos no início século XX.

O fim da Guerra Fria (1991) é um marco para o bloco econômico. De acordo com Saraiva (2004), após a queda do Muro de Berlim (1989), os Estados-membros passaram a dar uma atenção especial a questões de segurança e política externa, em que o papel da União Europeia no mundo foi recolocado, e através do Tratado de União Europeia (TUE), as bases da UE foram lançadas para sua participação externa, mesmo sem muitas modificações profundas.

A Comissão da União Europeia, segundo Polonska-Kimunguyi e Kimunguyi (2012), decidiu no início dos anos 1990 que os valores que formariam a base da identidade europeia seriam a rejeição da guerra, a luta contra a pobreza e o desemprego, a proteção do meio ambiente, os Direitos Humanos, a liberdade e a democracia, a riqueza e a diversidade da cultura europeia.

De acordo com os autores, a ideia de promover uma identidade europeia através da mídia já era conversada pela Comissão Europeia desde o meio dos anos 1980. Esses debates culminaram numa solenidade de declaração da identidade europeia em 1983, para chamar atenção dos líderes dos Estados-membros no sentido de promover “a percepção de um senso europeu e empreender novas ações conjuntas em nas áreas de cultura, informação, educação, política, audiovisual e artes” (POLONSKA-KIMUNGUYI e KIMUNGUYI, 2012, p. 107).

O tratado de Maastricht, de acordo com Nicoleta (2013), foi um marco para o desenvolvimento da integração europeia, definindo a política de relações exteriores e de segurança da UE. Conforme Polonska-Kimunguyi e Kimunguyi (2012), o tratado aumentou significativamente a esfera de governança da União Europeia, incluindo aparatos sobre uma cidadania europeia, além de abarcar cultura, educação, juventude, proteção ao consumidor e saúde pública como temas sob a jurisdição da União Europeia.

Os autores apontam que como a identidade europeia não estava enraizada na mente das pessoas, novas políticas sobre informação foram desenvolvidas depois de Maastricht como uma ferramenta para a construção tanto do cidadão europeu, quanto da própria ideia de Europa. Os fundadores da Comunidade Europeia logo perceberam que mesmo que a cooperação econômica trouxesse visíveis resultados no campo econômico, as barreiras culturais não desapareceriam de maneira tão simples.

Em seu livro *Comunidades Imaginadas* (1983), Anderson explica que os Estados modernos pensam suas comunidades a partir de práticas culturais e administrativas; em que tais práticas servem de estímulo aos cidadãos, para a aceitação da definição de obrigações enquanto membros de dada comunidade. De acordo com autor, o Estado promove em sua construção de “Comunidade Imaginada” uma busca pela identidade dos cidadãos junto ao Estado, atuando como um promotor de alfabetização e de uma gramática comum, onde tais sujeitos submetidos a esse processo reconhecem narrativas e imagens coletivas na mídia. Estas imagens e

narrativas somadas a eventos e relatos, formam um romance que se cruza com a vida do espectador, fazendo assim com que ele se veja como parte de uma “comunidade imaginada” (Anderson, 1983).

Polonska-Kimunguyi e Kimunguyi (2012), mostram que a Europa iniciou um plano ambicioso para a criação de uma imagem pan-nacionalista, baseado no desenvolvimento das indústrias de mídia. Williams (2005) aponta que o plano colocava a TV em foco, pois era consenso que a televisão tinha um apelo mais influente e menos carregado de nacionalismo do que as mídias impressas. No ano de 1980 surge então no Parlamento Europeu a ideia da criação de um canal de televisão pan-europeu, com o objetivo de atender à Europa com programas sobre política, educação, informações culturais e entretenimento.⁵ O parlamento Europeu, pronto para financiar o projeto de uma rede de TV que abrangesse toda a Europa e se alinhasse com seus objetivos de pan-nacionalismo, colocou em prática na década de 1980 dois projetos iniciais, a Eurikon TV, e a Europa TV, que falharam após alguns anos de operação; foi na terceira tentativa que a rede Euronews foi criada, transmitindo pela primeira vez em 1993, com atividade contínua até hoje (POLONSKA-KIMUNGUYI e KIMUNGUYI, 2012).

A construção de identidade europeia através da Euronews, de acordo com Woodward (1997), segue o conceito de que a identidade traz uma ideia de quem somos e como nos relacionamos com os outros e com o mundo, marcando as maneiras que as pessoas se identificam como iguais e, simultaneamente, como identificam outros como diferentes. Conforme Valdeón (2009), identidade nacional é um conceito que se projeta como uma “comunidade imaginada”, ou uma combinação de fatores como um passado, presente e futuro coletivos juntos a uma cultura em comum. O autor, ao analisar o canal Euronews, adiciona ao conceito anterior uma proposição de Edensor (2002), para quem identidade nacional (ou neste caso, supranacional) passa a ser entendida como um composto dinâmico e multidimensional de redes.

Castells (1999) aponta que as novas condições históricas da Sociedade da Informação configuram uma nova economia, que é: informacional, visto que a produtividade e competitividade dos agentes neste contexto dependem de sua

⁵ ‘Motion for a resolution on radio and television broadcasting in the European Community’, Official Journal of the European Communities, European Parliament Doc. 1-409, 1980.

capacidade de gerir e aplicar a informação com base em seus conhecimentos; global, pois as atividades produtivas destes agentes se organizam em escala global; e em rede, pois a concorrência se dá em uma rede global de interação entre as redes empresariais. Uma rede, conforme Castells (1999), se faz a partir de um conjunto de elementos que se comunicam entre si.

A Euronews, de acordo com Valdeón (2009), surge como uma dessas redes, visando preencher lacunas desta sociedade multicultural, multilíngue e politicamente orientada, com o objetivo da promoção do conceito de identidade supranacional. O autor afirma que na Euronews a identidade é construída nas bases do que visam ser aspectos únicos na Europa, que se refletem na estrutura de seu canal, de seu site na internet e na seleção de notícias.

A EURONEWS COMO INSTRUMENTO DE DIPLOMACIA PÚBLICA DA UNIÃO EUROPEIA

Com atuação desde o no início dos anos 1990, a Euronews foi desenvolvida com dois objetivos primários: o de criar uma voz num ambiente global dominado pela mídia norte-americana e ser um suporte para o projeto de integração da União Europeia (POLONSKA-KIMUNGUYI e KIMUNGUYI, 2012). O canal se diferencia dos demais, utilizando-se de uma perspectiva pan-nacionalista, contando com jornalistas e redatores de diversas nacionalidades em sua equipe desde seu primeiro dia no ar. Hoje emite sinal para 166 países, em 12 idiomas, alcançando 150 milhões de pessoas todos os meses, e chegando em 67% dos lares europeus (Global Web Index – Adobe Analytics, Novembro de 2020).⁶

Conforme o Media Kit⁷ disponibilizado pela TV Euronews em 2016, o canal subdivide sua programação nas categorias: notícias, esportes e clima, negócios, relações internacionais da União Europeia, reportagens e sociedade, ciência e meio ambiente, e estilo de vida. Cada categoria citada, engloba programas que são transmitidos nos idiomas árabe, francês, inglês, alemão, grego, húngaro, italiano, persa, português, russo, espanhol, turco e ucraniano. Estes programas, de acordo com o Media Kit, além de serem disponibilizados no site da TV, são transmitidos via

⁶ <https://per.euronewsabout.enwscld.com/about>

⁷ https://static.euronews.com/about/2016_12_MEDIA_KIT_ENGLISH.pdf

internet em tempo real, em todos os idiomas que a Euronews trabalha, de maneira gratuita.

Desde o princípio, a rede contou com apoio financeiro da União Europeia sob o argumento da promoção de reforço de identidade e integração. O financiamento da UE é fundamental no orçamento do Euronews, que recebe uma média de 24.5 milhões de Euros anualmente da UE, o que significa um terço de seu orçamento anual. (2014-2018) (Press Release, Luxemburgo, 14 de Maio de 2019, Corte de Auditores da UE).⁸

A construção de identidade, de acordo com Somers e Gibson (1994), se dá num processo de auto identificação em histórias ou num repertório de histórias enredadas. Neste sentido, Valdeón (2009) coloca a Euronews como um exemplo modelo, visto que a TV pode rearranjar as notícias criando uma narrativa comum à comunidade, dado seu modelo técnico de trabalho.

Tal modelo técnico se caracteriza no que diz respeito às principais diferenças da Euronews frente a outras mídias de notícia. Dada a natureza multilinguística do canal, Valdeón (2009) explica que a fonte da programação vem de conglomerados midiáticos, e quando chegam na redação da Euronews, passam por um processo de revisão do conteúdo, no qual os jornalistas responsáveis fazem um *voiceover*, ou seja, sobrepõem suas vozes num vídeo que não apresenta um jornalista âncora, e mostram as imagens de acordo com o texto falado, que foi traduzido por um colaborador nativo dentre os 12 idiomas no qual o conteúdo será transmitido, a fim de fazer o entendimento do espectador de cada país ser pleno. O autor argumenta que esta técnica de produção permite a segurança de que o conteúdo permaneça o mesmo em todos os idiomas e que assim consegue prover uma perspectiva europeia dos eventos.

Ao pensar a Europa enquanto uma “comunidade imaginada”, Parés (2007), argumenta que a Europa não existe “de verdade”, e o que existe é um processo interno de expansão de suas regras, e um processo externo contínuo com o desenvolvimento do continente. Valdeón (2009) corrobora a ideia ao tratar a Euronews como uma das várias instituições desses processos, que engajam as populações para promover uma coesão de pensamento europeu. Essas instituições tentaram e tentam avançar na construção de um conceito de identidade europeia, com um foco especial em

⁸ <https://www.eca.europa.eu/en/Pages/NewsItem.aspx?nid=12122>

multiculturalismo⁹ e tolerância¹⁰. Apesar de hoje, 88% das ações da rede estarem sob posse da empresa Media Globe Network, e 12% de companhias estatais da área de comunicação (República Tcheca, Chipre, Algéria, Grécia, Tunísia, Egito, França, Ucrânia, Malta, Itália, Bélgica, Irlanda, Portugal, Rússia, Eslovênia, Suíça, Romênia, Suécia, Finlândia e Emirados Árabes Unidos)¹¹, Valdeón (2009), caracteriza a Euronews como uma instituição de serviço público, visto que a formação da rede foi através das Estatais, e mesmo com a venda das ações durante os períodos posteriores, a proposta do canal de ser um discurso para a União Europeia permanece a mesma. O autor aponta que é importante entender que a TV não foi criada apenas para a veiculação de notícias, mas para funcionar como um agente ativo na construção sócio-política do que é chamado de Europa.

Valdeón (2009) afirma que apesar de analisar a narrativa do canal como imprecisa no que diz respeito a uma unidade europeia, a TV tem seu valor como agente construtor de identidade, pois é considerada o canal de notícias mais popular da Europa, que inclusive serviu de modelo na aparição de réplicas como a Telesur, canal de notícias multiestatal com sede na Venezuela, que visa passar uma perspectiva da América do Sul e América Central sobre os eventos do mundo (VALDEÓN, 2009).

A formação da TV Euronews para fins de construção de uma identidade europeia, pode ser caracterizada com uma abordagem de Diplomacia Pública, considerando os modelos propostos por Gilboa em seu artigo *Diplomacy in the Media Age: Three Models of Use and Effects* (2001). O autor explica que a Diplomacia Pública possui três variantes: a básica, que utiliza o uso da mídia e outros meios de comunicação para ganhar a batalha sobre a mente das pessoas em governos autoritários; a variante transnacional não-estatal, que engloba os objetivos e meios da variante básica, mas não deixa claro quem iniciou e quem as usa; e a variante de relações públicas domésticas, que se utiliza da Diplomacia Pública para buscar apoio interno e a execução ou a continuidade de decisões políticas.

⁹ Ao lidar com o múltiplo, o diverso e o plural, o multiculturalismo encara as identidades plurais como a base de constituição das sociedades. Leva em consideração a pluralidade de raças, gêneros, religiões, saberes, culturas, linguagens e outras características identitárias para sugerir que a sociedade é múltipla [...].” (Canen, p. 94, 2007)

¹⁰ A tolerância requer de nós aceitar as pessoas e consentir suas práticas mesmo quando as desaprovamos fortemente. Tolerância então envolve uma atitude intermediária entre a absoluta aceitação e a oposição imoderada. (Scanlon, p. 31, 2009)

¹¹ <https://euronewsabout.enwscld.com/about>

Apesar de ser utilizada inicialmente para o combate de regimes autoritários, Gilboa (2001) mostra que a variante de Diplomacia Pública básica agora é usada em sociedades democráticas, que remodelam o seu uso, incluindo atores não estatais, novos tipos de relações entre os atores, novos objetivos como a manutenção e a criação de políticas, e novas técnicas, como a contratação de companhias de relações públicas.

A grade de programação da Euronews, aqui apresentada no anexo A, apresenta diversos programas que contemplam a ideia de um discurso europeu único, principalmente nas categorias de relações internacionais da União Europeia e de notícias. Tais categorias apresentam programas informativos que buscam explorar a internacionalidade do canal, e eventualmente trazem convidados de países pertencentes a UE para entrevistas e debates. É o caso do programa “The Global Conversation”, que, conforme o Media Kit da TV Euronews (2016), traz tomadores de decisão para conversar com jornalistas da Euronews para uma troca de ideias sobre assuntos das relações internacionais. Já o programa “State of the Union”, é apresentado como um resumo semanal dos principais eventos da União Europeia, numa conversa com os telespectadores dos diversos países através das redes sociais, permitindo assim um engajamento com as ideias transmitidas, e senso de participação na construção do discurso.

Apesar das outras categorias da Euronews não serem especificamente sobre notícias políticas, é notório o esforço da TV para manter uma grade que constantemente põe a Europa em pauta. Os programas Sport, Musica, Cult, Sci-tech, Aid Zone e Real Economy, adicionam uma carga cultural a programação semanal, sempre com o foco na Europa ou no ponto de vista europeu sobre os eventos, esportes, tecnologia, negócios e economia no mundo.

Em maio de 2019, a Corte Europeia de Auditores publicou um relatório¹² intitulado “Como a Comissão monitora o suporte da UE à Euronews”. Neste documento, a Corte explica como funciona o monitoramento financeiro da rede, e explicita os motivos para tal suporte. Através da análise do relatório, é possível identificar elementos que confirmam o uso da Euronews como um instrumento de Diplomacia Pública básica proposta por Gilboa (2001). O relatório mostra que uma avaliação de 2009 da Comissão Geral de Comunicação da União Europeia (CGCUE)

¹² https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/RCR_EURONEWS/RCR_EURONEWS_EN.pdf

concluiu que a Euronews pode afirmar que desempenha um papel de serviço público - tal avaliação deixa claro que a Euronews é um organismo que prossegue um fim de interesse geral europeu no domínio da informação.

Conforme o relatório de 2019, a CGUE confirmou ano após ano que as circunstâncias para apoio da União Europeia continuaram válidas até 2018, onde a situação muda quando entra em vigor o novo Regulamento Financeiro da União Europeia, que deixa de fazer referência a organismos de interesse geral da União. Neste ano, de acordo com o documento, nenhum Estado-membro da União Europeia considerou a TV Euronews como um organismo público, visto que não lhe concedem financiamento, e não a tratam como uma prioridade. Apesar da queda de apoio político à rede, o relatório conclui que é necessário um sistema, ainda não criado, de controle e monitoração dos gastos, e a União Europeia continua dando suporte à rede, mesmo com as novas medidas do novo Regulamento Financeiro.

Em 2020, a Euronews publicou um relatório de transparência¹³ para deixar claro sua posição de serviço público à UE. Neste relatório, a rede explica como ainda garante uma perspectiva europeia em sua programação. Conforme tal documento, a perspectiva europeia das notícias faz parte dos valores que a TV preza, e que isso não significa uma cobertura somente das notícias da UE, mas sim uma construção de narrativa que reflete os interesses e valores dos espectadores Europeus.

O relatório de 2020 afirma que a perspectiva europeia se constrói a partir do que a Televisão constrói em sua programação através de reportagens sobre os assuntos da UE, num sentido amplo, indo além de notícias diárias sobre atividades das instituições da UE; divulgação das notícias numa perspectiva transfronteiriça, juntamente de questões que têm influência direta na política da UE; relatórios sobre assuntos internacionais que são relevantes de maneira direta e indireta para os cidadãos da UE, tendo em conta uma perspectiva europeia, com comentaristas selecionados que residam na UE, ou tenham uma posição que os qualifique para comentar de um ponto de vista europeu.

Através desse relatório, a rede Euronews defende que a cobertura de notícias que faz é adequada aos assuntos da UE, provém uma perspectiva europeia, e faz com que os espectadores vejam a Euronews como uma fonte confiável de notícias atualizadas sobre a UE e seus Estados-membro; como um canal com o equilíbrio certo

¹³ <https://static.euronews.com/website/pdf/euronews-transparency-report-2020.pdf>

entre as notícias locais, europeias e internacionais; como um agente contribuinte para os debates sobre as questões europeias; e finalmente, como uma contribuição para a sensação de identidade europeia.

CONCLUSÃO

A expansão tecnológica vivenciada no final do século XX proporcionou o alargamento das esferas de poder através do acesso ao fácil intercâmbio de informações pelo globo. Isto resultou numa nova realidade do sistema internacional, que passou a contar com novos atores e formas de lidar com a política mundial.

Neste contexto, este trabalho mostrou como a mídia atinge papel de ator nas Relações Internacionais. Os governantes entenderam que devem dar mais atenção a suas políticas comunicacionais a nível internacional (Nogueira e Burity, 2014), e passam a procurar utilizar a mídia através da agenda setting, para influenciar a opinião pública, a fim de atingir seus objetivos políticos, transformando a mídia num objeto diplomático, de manutenção e construção de imagem, que Gilboa (1987), conceitua como Diplomacia Midiática.

Através de um processo consciente de atuação internacional, a União Europeia passou a preocupar-se com a construção de uma Diplomacia Midiática para construção de uma identidade europeia. A Euronews surge como um instrumento que visa auxiliar neste processo de construção desta Europa, encarada neste trabalho como uma “comunidade imaginada”, conceito de Anderson (1983), que explica que o Estado atua como um construtor da identidade de sua população; Neste trabalho, tal conceito foi utilizado para embasar a construção da comunidade europeia.

Os modelos de Diplomacia Midiática propostos por Gilboa (2001), que são a Diplomacia Pública, a Diplomacia na Mídia, e a Diplomacia Feita pela Mídia foram base para identificar a Televisão Euronews como objeto de Diplomacia Midiática da União Europeia. Concluiu-se que a TV se mostra parte de uma Diplomacia Pública básica da UE, servindo durante anos como voz uníssona da Europa enquanto “comunidade imaginada”.

Apesar da Euronews ter contribuído na construção da identidade desta comunidade, o mais recente relatório da Corte Europeia de Auditores (2019) sobre a

Euronews, questiona a relevância da TV nos anos anteriores, principalmente pelas mudanças no Regulamento Financeiro da União Europeia, que passa a não contemplar instituições do interesse geral da União. Apesar disto, a Euronews continua com o subsídio da UE, e responde em 2020 com um relatório de transparência onde se reafirma como dispositivo de Diplomacia Pública através da narrativa proposta em sua programação.

Conclui-se então, que a Euronews serve como um instrumento de Diplomacia Pública da União Europeia, e mantém o mesmo objetivo de promover um discurso europeu desde sua criação. Também fica claro que apesar da TV Euronews ser um instrumento de Diplomacia Pública para a União Europeia durante anos, hoje sua importância é questionada pela própria UE. Fica sugerido como tema para futuros trabalhos, um aprofundamento sobre o canal enquanto instrumento de Diplomacia Pública na atualidade, para verificar a relevância do artifício de construção de identidade na Europa nos dias de hoje.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, v. 1, 1999.

CANEN, Ana. **O multiculturalismo e seus dilemas: aplicações na educação. Comunicação e Política**, v. 25, n. 2, p. 91-107, 2007.

BURITY, Caroline Rangel Travassos. **A influência da mídia nas relações internacionais: um estudo teórico a partir do conceito de diplomacia midiática**. Revista Contemporânea, UERJ, Rio de Janeiro. Diplomacia Pública, 2013.

CAMARGO, Julia. **Ecossistema do fragor: a invasão do Iraque em 2003: a mídia internacional e a imprensa brasileira**. 142f. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) – Instituto de Relações Internacionais, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

GILBOA, Eytan. **American public opinion toward Israel and Arab-Israeli conflict**. Lexington: Lexington Books, 1987.

_____. **Diplomacy in the media age: three models of uses and effects**. *Diplomacy and Statecraft*, v. 12, n. 2, 2001.

_____. **Global Communication and Foreign Policy**. *Journal of Communication*. Volume 2, n. 4, 2002.

ADOBE ANALYTICS. **Global Web Index**, Q1 2020, SocialBakers

KEOHANE, Robert; NYE, Joseph. **Power and Interdependence**. Londres: Harper Collins, 1989.

LUCIANO, Bruno Theodoro. **A Construção de uma Diplomacia Europeia: Desenvolvimento da Política Externa da União Europeia após o Tratado de Lisboa**. Boletim Meridiano 47, vol. 15, UNB, Brasília, 2014.

MAMOU, Yves. **A culpa é da imprensa. Ensaio sobre a fabricação da informação**. São Paulo: Marco Zero, 1992.

MARQUES, Guilherme Bez. **Velhos e novos atores: as Relações Internacionais de Vestfália ao século XXI**. *Revista lus Gentium: Teoria e Comércio no Direito Internacional*, n. 1, jul. 2008.

NICOLETA, Vasilcovschi. **A new Economic Diplomacy Towards The Eastern Partnership States**. *EURINT 2013: The EU as a model of soft power in the Eastern neighbourhood*. Iasi, Romania, 2013.

NOGUEIRA, Silvia Garcia; BURITY, Caroline. **A construção da imagem do Brasil no exterior e a Diplomacia Midiática no Governo Lula**. *Revista de Ciências Sociais*, n. 41, 2014.

POLANSKA-KYMUNGUYI, Eva; KIMUNGUYI, Patrick. **From European Identity and Media Imperialism to Public Diplomacy: The Changing Rationale Behind Euronews**. VIEW Journal of European Television History and Culture, n. 1, 2012.

ROTHKOF, David. **Cyberpolitik: the changing nature of power in the Information Age**. Journal of International Affairs, v. 51, 1998.

SARAIVA, Miriam Gomes. **A União Europeia como ator internacional e os países do Mercosul**. Rev. Bras. Polít. Int. 46 (1), 2004.

VALDEÓN, Roberto A. **Euronews in Translation: Constructing a European perspective for/of the world**. Universidad de Ovideo, Espanha, 2009.

VALENTE, Leonardo. **Política externa na Era da Informação**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

WENDT, Alexander. **Social Theory of International Politics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

WILLIAMS, Kevin. **European Media Studies**, Hodder Education, 2005.

ANEXOS

Anexo A – Grade de programas da Euronews (Media Kit 2016)

news**news**

The latest international news updated round the clock.

insight

An in depth coverage and analysis of the day's main event with duplexes, interviews and local expertise.

no comment

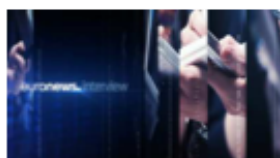
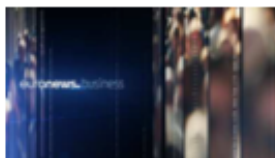
The most striking images from around the world, unedited, with original sound.

interview

Face-to-face interviews with leading figures of the news.

the global conversation

International decision-makers engage with euronews journalists in a frank and constructive exchange of ideas on global affairs.

**business****business**

The latest business and financial news.

markets

Stock exchanges, currency rates and commodity prices.

business line

This week's top stories with wider analysis and a dedicated segment focusing on the digital evolutions.

business planet

Turning the spotlight on European Small and Medium Enterprises.

target

Target's aim is unwavering and direct: get to the heart of what matters in business.

real economy

How does Europe move from crisis to growth? Real Economy hones in on the macroeconomic issues that impact our everyday lives, looking for solutions that work.

sports & weather**sport**

Summaries, highlights and results of major sporting events.

the corner

The latest results of the European football leagues.

speed

Highlights of motorsports events around the world.

gravity

Spotlight on all ski competitions, historical ski moments and striking images.

meteo world

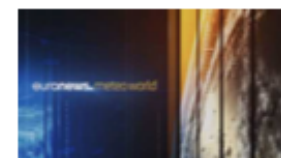
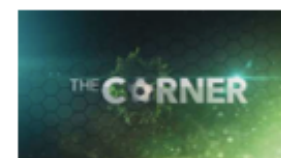
An overall look at the forecasts across the continents.

meteo europe

Concise and constantly updated European weather forecasts.

meteo airport

For viewers on the move, weather forecasts of the major international airports.



european affairs

state of the union

Weekly review of the main events, enriched by online users reactions.

insiders

Insiders brings in depth investigations, and exclusive reports from the field.

focus

An event or current affairs issue under the spotlight for in-depth analysis.

the brief from brussels

All the latest news, interviews and analysis concerning the EU from the euronews' team in Brussels.

science & environment

sci-tech

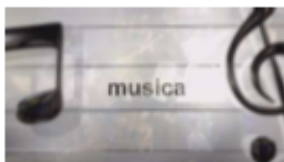
The latest innovations in technology and science including an extensive coverage of international trade shows.

space

All space related activities: science, manned flights, launches.

futuris

Bringing European's leading research advancements to the public.



reportages & society

aid zone

With millions of people forced out of their homes around the world due to conflicts or natural disasters, Aid Zone looks at the plight of some of these refugees and migrants and the people and organisations who are trying to help them.

lifestyle

cult

A daily look at arts, entertainment and the world around us.

cinema

The latest news about the international film industry.

cinema box

A look at alternative productions to the Hollywood blockbusters.

musica

Classical music: concerts, artists and festivals in Europe.

life

Travelling around a different country offering a new perspective of its culture, heritage or business.

postcards

Hidden or forgotten attractions of a nation, a fresh look at famous landmarks, fascinating insights and practical tips.

