Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
www.cecs.uminho.pt

A Política Europeia de Audiovisual e a Identidade na Europa •

Anabela Carvalho
Professora Auxiliar

carvalho@ics.uminho.pt

Universidade do Minho
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Campus de Gualtar
4710-057 Braga
Portugal

• CARVALHO, A. (1994) "A Política Europeia de Audiovisual e a Identidade na Europa", *Cadernos do Noroeste*, Centro de Ciências Históricas e Sociais da Universidade do Minho, Vol. 7, No. 2, p. 39-54.

Resumo

A União Europeia procura acelerar e regular o processo de transnacionalização (ultrapassagem das fronteiras nacionais) dos fluxos de informação no espaço dos seus Estados-membros. Conceptualiza o audiovisual como um meio para criar um novo espaço de identidade que coincida com o espaço político-económico da União. É nossa finalidade examinar tal relação de causalidade proposta pela Política Comunitária de Audiovisual.

Na parte final deste artigo, desenvolvemos uma análise da Directiva 89/552/CEE "Televisão sem Fronteiras", documento basilar da Política Comunitária de Audiovisual.

Palavras-chave: Audiovisual; União Europeia; Europa; Identidade

A Política Comunitária de Audiovisual e a Identidade Europeia

ANABELA SIMÕES DE CARVALHO

1. Introdução

Neste artigo pretende-se analisar a Política de Audiovisual da Comunidade Europeia atentando, em particular, na articulação que essa Política faz entre três realidades - **comunicação pelos *media***, **espaço** e **identidade colectiva.**

Por **comunicação pelos *media*** entenderemos a actividade de difusão de informação através de um meio (imprensa, rádio ou televisão) capaz de alcançar um público vasto e disperso. No caso estudado, cingir-nos-emos à comunicação audiovisual e, especificamente, à televisão.

O **espaço** será perspectivado de várias formas. Referi-nos-emos a:

- espaços políticos - coincidentes com as fronteiras político-administrativas dos Estados, ou de Organizações Internacionais de natureza política;

- espaços socio-culturais ou espaços de identidade - espaços com alguma homogeneidade de valores, concepções, atitudes e práticas, cujas fronteiras serão as linhas de tensão entre *nós* e os *outros*; a sua configuração pode coincidir ou não com a dos espaços políticos.

Identidade colectiva será entendida como a partilha de um conjunto de características culturais por uma colectividade que, de certa forma, a singulariza, a diferencia de outras colectividades. A identidade define-se, fundamentalmente, ao nível do (sócio-)cultural. Não é uma realidade estática, mas em permanente transformação, pelo que há que considerá-la nas suas dinâmicas interna e externa. A interacção que se desenvolve entre as colectividades é quase sempre motor de mudanças (mais ou menos profundas) nas identidades.

A relação entre a comunicação pelos *media*, o espaço e as identidades colectivas. tem vindo a adquirir uma grande actualidade, na sequência, sobretudo, de transformações no primeiro domínio (a comunicação pelos *media*.).

Tais transformações estão fortemente associadas a evoluções no campo das tecnologias que servem a comunicação e a informação. Os progressos ocorridos nesta área têm suscitado novas possibilidades na recolha, tratamento e difusão da informação.

A relação da informação com o tempo e com o espaço tem-se alterado substancialmente. Por um lado, é nítido o efeito de grande acelaração da informação. O lapso de tempo que medeia o acontecimento e a recepção da notícia é cada vez menor. Simultaneamente, as distâncias espaciais diluem-se. O espaço é percorrido de forma quase instantânea. Por outro lado, intensificam-se os fluxos de informação transfronteiros - não constrangidos pelas fronteiras políticas dos Estados. A geografia política deixa, em certa medida, de definir a geografia da informação.

Começaremos por descrever, brevemente, as transformações referidas - em especial, o processo de transnacionalização da informação. A Política Comunitária de Audiovisual tem como objectivo acelarar ou intensificar tal tendência no espaço europeu e constituir um espaço audiovisual comum.

Os reflexos dessas mudanças nas culturas e nas identidades colectivas tem suscitado uma ampla discussão entre investigadores mas ainda não são conhecidos com rigor. Já que alguns dos mais importantes diplomas da Comunidade Europeia (no domínio do audiovisual) estabelecem uma relação de causalidade entre a existência de um espaço mediático comum e a existência de uma identidade comum, iremos reflectir um pouco sobre tal relação.

Passaremos, de seguida, à análise específica de tal projecto de fomento de um espaço identitário na Comunidade Europeia por via do audiovisual.

Na parte final deste artigo far-se-á uma análise do documento basilar da Política Comunitária de Audiovisual - a Directiva 89/552/CEE "Televisão sem Fronteiras". Procuraremos interpretar o seu texto à luz da problemática antes apresentada.

2. 0 Estado e a Transnacionalização / Desterritorialização da Informação

O **Estado** é, na acepção de N. Elias, um "**espaço social pacificado**"[1] (definição com nítida inspiração weberiana).

O espaço social do Estado-Nação tem, tradicionalmente, sido também o **espaço comunicativo** por excelência - as práticas comunicativas eram definidas, quase

[1] N. ELIAS (1982), *The Civilising Process* (vol. 2): *State Formation and Civilisation*, Oxford, Basil Blackwell cit. por P. SCHLESINGER (1991b: 299)

exclusivamente, no espaço nacional, em respeito a um conjunto determinado de normas culturais (Schlesinger, 1991b: 299).

A partir do surgimento dos satélites de difusão directa, a informação transnacionaliza-se. A **transnacionalização** da informação é o fenómeno de difusão de informação independentemente dos limites territoriais do Estado. O espaço do Estado-nação torna-se permeável a fluxos transfronteiros de dados.

Como tal, o poder regulador do Estado no campo da comunicação e da informação decresce enormemente. A delimitação política dos espaços perde, assim, importância - as fronteiras nacionais perdem o seu poder estruturador dos circuitos da informação, sobretudo no domínio do audiovisual.

Poderemos, então, falar de uma parcial **desterritorialização** da informação - há uma desconexão de muitos circuitos de informação em relação aos espaços ou **territórios** nacionais.

É óbvio que não ocorreu uma desintegração das estruturas nacionais de informação. Estas passaram a operar em simultâneo com estruturas supranacionais ou mesmo globais (com capacidade para alcançar todo, ou quase todo, o planeta).

A **deslocalização**, quer das práticas, quer dos conteúdos da comunicação a que se refere I. Pailliart (1990) é, assim, apenas parcial.

Mas há, de facto, uma remodelação da **geografia da informação** quando o Estado e os seus limites territoriais deixam de condicionar toda a difusão de mensagens através dos *media*. Verifica-se uma transposição da soberania do Estado em matéria de informação.

Podemos considerar que uma nova "ordem" da informação se vai definindo. Como refere E. Noam, na "ordem" informativa tradicional, "as redes de comunicação electrónica, organizadas territorialmente, baseavam-se, politicamente, no desejo do Estado de controlar as comunicações; economicamente, no desejo de protecção lucrativa de organizações públicas; e socialmente, na referência partilhada da cultura nacional" (traduzido de Noam, 1993: 202). Actualmente, existe uma tendência para a globalização de redes mediáticas, para o fortalecimento do sector privado e para o desenvolvimento de produtos culturais globais. Muitos analistas referem a emergência de uma cultura global, outros de culturas ou subculturas desligadas de memórias territoriais (Barbero, 1993: 27).

Que relação terão, de facto, os *media* com as mudanças nas culturas e que efeitos terão na construção e/ou mudança das identidades colectivas?

3. Os *Media* e os Espaços de Identidade

Vários autores consideram que as mudanças na configuração dos circuitos de informação têm repercussões importantes no domínio da **cultura** e da **identidade colectiva**, podendo mesmo **reconfigurar** os espaços de identidade.

Esta questão integra-se na temática da mudança social (e cultural) e da relação dos *media* com a mesma. Os *media* serão uma causa ou um efeito da mudança social?

Diferentes autores perspectivam diferentemente esta relação.

Como salienta Schlesinger (1991a: 138 e 1993: 303), grande parte do debate recente sobre a interacção *media*-identidade tem assentado no pressuposto de que os *media* desempenham um papel crucial na construção, articulação e manutenção de várias formas de identidade colectiva.

I. Pailliart (op. cit.) tem, nesta linha, uma perspectiva que poderemos considerar arquetípica. Considera que "le rôle des médias dans la production des territoires est primordial" (p. 172).

Concebe o **território** como um espaço de coerência, um lugar de reconstituição do sentido (p. 169). Na sua opinião, o território resulta de um **processo** de constituição. Nesse processo, os *media* terão uma função determinante como agentes de mudança (p. 164). "Ils possèdent même une valeur intrinsèque, celle de transformer le social" (p. 172).

Considera que em vários cenários sócio-culturais está a ocorrer, ou poderá vir a ocorrer, um fenómeno de **reterritorialização -** definição de novos espaços de coesão - por acção dos *media*.

Na sua óptica, os *media* homogenizam as sociedades (p. 164). "L'information joue un rôle central [dans la] mise en place d'une communauté d'idées et de valeurs." (p.165).

I. Pailliart considera, como já se referiu, que o território é um espaço dinâmico . "(...) il n'existe que parce qu'il est dans une situation de continuelle production de lui-même, les médias participant étroitement de cet incessant mouvement." (p.172).

Schlesinger opõe-se a esta concepção dos efeitos dos *media* nas sociedades. Apelida como "falácia da distribuição" o seguinte pressuposto deste tipo de análise: "it is

supposed that distributing the same cultural product leads to an identity of interpretation on the part of those who consume it." (1993: 12).

De facto, muitas análises assentam numa falsa premissa relativamente aos efeitos dos *media*: a ideia de que a difusão de informação elimina (quase necessariamente) desigualdades e cria "comunidades de ideias e de valores" (Pailliart, op. cit.:165).

Schlesinger contrapõe: "(...) this is really the crudest determinism, for the availability of particular audiovisual texts does not define what is made of them in the context of reception, especially when they are absorbed through different cultural and linguistic frameworks". (1993: 12-13). De facto, os estudos sobre os efeitos dos *media* têm indiciado a existência de mecanismos complexos de mediação da relação entre a mensagem mediática e o seu receptor. Qualquer tentativa de teorizar de forma simplista acerca do processo de consumo da informação deverá ser preterida.

Schlesinger considera que se deve começar por analisar a forma como as identidades colectivas se constituem e "enquadrar a cultura e a comunicação no âmbito dessa problemática. Deve-se evitar assumir, a priori, ligações entre os *media* e as identidades colectivas". (1991b: 307)

Subscrevemos a postura de cautela de Schlesinger bem como a ênfase que coloca na necessidade de desenvolver a investigação sobre estes temas.

4. Reterritorialização pela Informação - o Projecto de um Espaço Audiovisual e Identitário Europeu

A Política Comunitária de Audiovisual tem como finalidade a transnacionalização da comunicação audiovisual no espaço da Comunidade Europeia.

Os diplomas comunitários não conceptualizam de forma coerente a questão da(s) cultura(s) e identidade(s) na Europa e os efeitos do audiovisual nessas realidades. Alguns dos mais importantes textos - nomeadamente a Directiva 89/552/CEE "Televisão sem Fronteiras" - apresentam como objectivo último a criação de uma identidade comum no espaço da Comunidade Europeia, através do audiovisual.

4.1. A Política Comunitária de Audiovisual e a Questão da Identidade Europeia

O primeiro documento comunitário, de relevo, sobre comunicação audiovisual data de 1984 e intitula-se "Télévision sans Frontières. Livre Vert sur l'Établissement du Marché Commun de la Radiodiffusion, notamment par Satéllite et par Cable" (COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES, 1984). A Comissão formula aí algumas sugestões relativas às emissões transfronteiras de televisão. Pretende a abolição de "toutes les restrictions, descriminatoires ou d'un autre ordre, aux émissions radiodiffusés en provenance d'autres États membres" (p. 1) e sugere algumas medidas no campo da publicidade, da protecção de crianças e adolescentes e dos direitos de autor. O audiovisual é conceptualizado como matéria de natureza técnica e económica mas também **social**, **educativa** e **cultural** (p. 3) e apresentado como um "factor particularmente importante" para que a Comunidade Europeia seja "une entité économique, sociale et politique de plus en plus intégrée." (p. 3)[2].

A Política Comunitária de Audiovisual é lançada no Conselho Europeu de Rodes, em 1988. Desde então, os vários documentos da Comunidade Europeia sobre audiovisual descrevem de forma diferente (por vezes mesmo contraditória) quer o panorama europeu em matéria de **cultura** e **identidade** - unidade e/ou diversidade, quer a **influência do audiovisual** a esse nível.

Vejamos:

A. Alguns textos sublinham a vontade de **preservar** a **diversidade cultural** da Europa.

"(...) a livre circulação dos programas [deve ocorrer] no respeito pelas diversidades culturais" (Conselho Europeu de Madrid, 1989: 8)[3].

Afirma-se que:

- existe uma situação de pluralidade, de diversidade cultural;

- **o audiovisual não deve modificar tal situação.**

B. Noutros textos, assume-se o parodoxo da **unidade cultural na diversidade**.

Nas conclusões da presidência do Conselho Europeu de Rodes (1988), por exemplo, refere-se a "riqueza da cultura europeia na diversidade" (Conselho Europeu,

[2] Sublinhado nosso.
[3] Sublinhado nosso.

1988: 7). Da mesma forma, o Conselho Europeu de Estrasburgo destaca a necessidade de "valorizar e promover a cultura europeia na sua riqueza e diversidade" (Conselho Europeu, 1989: 9)[4].

Há, sustenta-se, **uma cultura** cuja característica é a **diversidade**.

O referido Conselho Europeu de Rodes considera que :

- **existe uma cultura ou identidade cultural europeia**;
- **a comunicação audiovisual a irá consolidar**.

"Estas acções [que façam surgir um mercado audiovisual europeu] contribuirão para reforçar substancialmente a identidade cultural europeia." (Conselho Europeu, 1988: 7)[5].

C. Noutros textos, ainda, o projecto de união audiovisual é apresentado como o **meio de conferir uma identidade europeia** aos vários povos que habitam o espaço europeu. Uma cultura comum seria promovida (nalguns textos, sugere-se, mesmo, que seria constituída) pela produção e consumo de televisão (e cinema). Um espaço identitário, um *território*, seria **criado** pela comunicação audiovisual.

A Directiva 89/552/CEE "Televisão sem Fronteiras" é o documento legal mais importante da Política Comunitária de Audiovisual. À Directiva subjaz essa lógica de **reterritorialização pela informação**.

Como refere Schlesinger (1993: 10), no Livro Verde de1984 ("Télévision sans Frontières") e na Directiva de 1989 é estabelecida uma conexão causal entre o funcionamento dos *media* e a criação duma identidade europeia. "(...) the transmission and consumption of television programs was held to be identity-confering, although no mechanisms whereby this shaping process might occur were ever specified."(1993: 10). Voltaremos à Directiva mais à frente, quando a tratarmos especificamente.

Em *O Sector do Autdiovisual no Contexto do Grande Mercado Europeu* (uma brochura informativa) podem identificar-se as duas últimas perspectivas que referimos (B e C). "O sector audiovisual sem fronteiras está doravante ao nosso alcance. Se os Doze o instituirem rapidamente, contribuirá para dar ao grande mercado europeu a sua dimensão cultural" e, por outro lado, "para reforçar nos europeus o sentimento de pertença a uma mesma Comunidade."(p. 53)[6].

---

4 " "

5 " "

6 Sublinhado nosso.

4.2. O Audiovisual e a Construção de uma Identidade Europeia

Alguns autores têm considerado que é a capacidade de exercer soberania política que transforma a mera identidade cultural numa identidade nacional (cf. M. Parés i Maicas [7], referido por Schlesinger, 1991b: 302). No espaço comunitário europeu não pré-existe uma identidade cultural comum (mas uma grande diversidade cultural e linguística). Pretende-se criar uma identidade cultural supra-nacional através de um acto de soberania política (também supranacional).

"In the European context, public-service broadcasting and broadcasting controlled more directly by the state have been seen until quite recently as the cultural arm of nation-building. Radio and television have been conceived of as providing a focus for the political community, for uniting the nation. Broadcasting, in this perspective, has been perceived as a source of common meanings and of cultural cohesion, providing an agenda for the citizen. It is this essentially *national* conception of television that has been transposed to the *supranational* level." (Schlesinger, 1993: 10) [8].

A racionalidade subjacente a este processo de transposição de um conceito nacional para o nível transnacional suscita-nos alguns comentários.

Por um lado, torna-se manifesto que as estruturas políticas de nível supranacional da Comunidade Europeia se atribuem uma missão cultural decalcada das de nível nacional. A viabilidade desta transferência de uma lógica cultural nacional para o nível transnacional é duvidável. O projecto europeu de audiovisual assenta num velho modelo nacional, como refere Schlesinger. Utilizá-lo relativamente a mudanças sociais e culturais num plano transnacional pode dar origem a erros de interpretação, de concepção e de estratégia.

Por outro lado, parece-nos haver uma redução ao nível político-legal de uma dinâmica sócio-cultural muito vasta e complexa. Aos actos de decisão política e de legislação é atribuída uma importante força criadora: a capacidade de construir um espaço identitário original através da tansnacionalização das emissões televisivas. Pretende-se gerir a dinâmica sócio-cultural de um espaço, e a sua dinâmica económica,

---

[7] M. PARÉS I MAICAS (1988), "Comunicación Social y Identidad Cultural en los Paises sin Estado", p. 59-77, in *La Comunicación en los Naciones sin Estado*, Bilbao, Facultad de Ciencias Sociales y de la Información.

[8] Sublinhado nosso.

por negociação, deliberação e regulamentação multinacional. Negligencia-se a questão da vontade, da iniciativa e da imaginação dos sujeitos envolvidos neste processo.

O re-desenho de fronteiras simbólicas (sócio-culturais) é sempre um projecto de difícil concretização que se torna quase impossível se fôr pensado apenas a nível político.

P. Schlesinger resume magistralmente estas questões:

"What has been presuposed by the attempt to create an audiovisual space is a set of quite specific conditions: (a) that a sector of cultural activity can be transformed by policy means, (b) that the means and ends of cultural policy can be adequately identified and acted upon, (c) that the space within which policy action is to take place is bounded and relatively predictable, and (d) that a viable balance between state intervention and the operations of the market might be achieved." (1993: 14).

5. Directiva 89/552/CEE "Televisão sem Fronteiras" - Questões e Contradições

A Directiva "Televisão sem Fronteiras", constitui, desde 3 de Outubro de 1991[9], o quadro jurídico de referência para o exercício das actividades de radiodifusão televisiva na União Europeia. A Directiva efectua, nessa matéria, uma coordenação de determinadas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-membros.

São os seguintes os domínios abrangidos por essa coordenação: promoção da distribuição e da produção de programas televisivos europeus (art. 4º a 9º), publicidade e patrocínio (art. 10º a 21º), protecção dos menores (art. 22ª) e direito de resposta (art. 23º).

A nossa análise será centrada na parte introdutória da Directiva em que se apresentam os "considerandos" que justificam a regulamentação decidida e, também, nos artigos que regulamentam a distribuição e produção de programas televisivos europeus.

[9] Data limite para entrada em vigor, nos Estados membros da Comunidade Europeia, das "disposições legislativas, regulamentares e administrativas necessárias para dar cumprimentro à (...) directiva" (art. 25º).

5.1. Audiovisual e Identidade

A Directiva 89/552/CEE assenta numa lógica que, como vimos, é comum a vários diplomas comunitários e basicamente redutora e simplista. Apresenta a transnacionalização do audiovisual como uma via para a integração sócio-cultural do espaço europeu - "Considerando que os objectivos da Comunidade (...) consistem em realizar uma união cada vez mais estreita entre os povos europeus. (...) as emissões transfronteiras realizadas graças às diferentes tecnologias constituem um dos meios para prosseguir os objectivos da Comunidade" (p. 23).

A existência de aparatos tecnológicos capazes de transnacionalizar a comunicação a todo o espaço da Europa comunitária não é suficiente para a emergência dessa comunicação (Wolton, 1994: 68) e, muito menos, para a constituição de uma cultura e identidade comuns. "(...) il n'y a pas de lien direct entre la décision de faire l'Europe politique, avec Maastricht, et l'émergence, au niveu des peuples, d'un project collectif suffisament organisé et attractif pour déboucher sur une utilisation des tecnhiques de communication.", observa D.Wolton (0p. cit.: 68). "Le drame pour l'Europe démocratique résulte du fait que les techiques et le marché sont *en avance* sur la culture, c'est à dire la demande. Il n'y a pas de communication européenne, parce qu'il n'y a pas de citoyen européen." (ibidem).

5.2. Mercado (Audiovisual) e Identidade

De seguida, a Directiva 89/552/CEE resume esse projecto de união sócio-cultural pelo audiovisual a uma questão económica.

A integração será alcançada pela constituição de um "mercado comum de produção e distribuição de programas" (p. 23). Recorre-se ao Tratado de Roma para justificar este objectivo: este "prevê a livre circulação de serviços (...) sem exclusão relativa ao seu conteúdo cultural" (p. 23 da Directiva)

Pela Directiva pretende-se criar um mercado livre e homogéneo de produtos audiovisuais. Associa-se a configuração desse mercado à configuração de um novo espaço identitário. Como sugere Venturelli parece querer criar-se uma identidade colectiva "based on a metaculture of shared consumption" (1993: 508).

O pendor demasiado economicista da Directiva é, na nossa opinião, outro aspecto que distorce a interpretação dessas realidades multifacetadas que são a cultura e a identidade.

5.3. Audiovisual e Interesse Público

O audiovisual tem, historicamente, sido gerido pelas autoridades públicas (estatais) em referência à ideia de interesse público. O "interesse público" tem sido um fundamento cívico fundamental de toda a política pública de comunicação audiovisual nas democracias ocidentais.

A Directiva 89/552/CEE exclui esta fundamentação e situa toda a questão da regulação do audiovisual no plano económico, de mercado. "(...)the EC Directive on transfrontier broadcasting supports the general trend towards market-oriented *re*regulation and thus speeds the retreat from the concept of citizenship in a public service philosophy." (Venturelli, op. cit.: 504).

Como dissemos, a lógica que norteia a Política Comunitária de Audiovisual é acentuadamente economicista. Pretende-se refrear a entrada de produtos audiovisuais americanos no continente europeu; desenvolver uma produção capaz de competir com a oferta americana. O mercado comum de audiovisual é pensado exclusivamente em termos da dinâmica económica que pode gerar. Não há qualquer preocupação em regulamentar as emissões televisivas quanto ao tipo de programas e sua qualidade. Impõem-se quotas relacionadas com a origem dos programas, mas não com a sua natureza. Não se discutem os interesses das audiências.

Venturelli considera que "(...) the problematic European insistence upon creating a European cultural identity partly by means of transforming the European media environment into a transnational one, expresses a profound disarray of contradictory socio-political values, beliefs and traditions that point to differing and irreconcilable choices." (id.: 514).

Este autor refere mesmo a existência de riscos para as democracias nesse projecto europeu. "A linear connection between transnationalization and democracy should not be assumed in policy research because the process of *re*regulation which makes transnationalization possible, in many instances implies a steady and dangerous dissolution of the infrastructure of civil society. At a time when xenophobic mass ideologies are rampant in Europe, this dissolution ought to be of some concern." (id.: 515-6).

5.4. Contradições

A Directiva 89/552/CEE apresenta vários princípios regulamentares que estão em oposição.

Por um lado, define a prevalência dos quadros jurídicos nacionais - "(...) é necessário que todas as emissões provenientes da Comunidade e destinadas a ser captadas no seu interior (...) respeitem a legislação do Estado-membro de origem (...)" (p. 24). Por outro lado, afirma o domínio do espaço transnacional. "(...) é essencial que os Estados-membros velem por que sejam evitados actos que possam prejudicar a liberdade de circulação e de comércio das emissões televisivas ou que possam promover a criação de posições dominantes suceptíveis de conduzir a restrições ao pluralismo e à liberdade da informação televisiva no seu conjunto." (p. 24). Como sugere Venturelli (id.: 509) esta parte do texto da Directiva define os *media* como um campo de batalha, como um domínio em que ocorrem combates por várias formas de dominação.

O art. 2º obriga todos os Estados-membros a aceitarem as emissões de radiodifusão televisiva originárias de outros Estados-membros. Esta regulamentação baseia-se no princípio de que se um programa satisfaz os requisitos da legislação de um Estado da Comunidade, deve ser considerado aceitável em todos os outros. Uma grande parte do texto está consagrada a uma harmonização mínima das legislações nacionais por forma a tornar o art. 2º aplicável na prática. Define parâmetros para a percentagem de publicidade tolerada na programação e para a protecção de crianças e jovens. Na realidade, apenas a violação reincidente do artigo que proíbe a transmissão de programas "que possam prejudicar gravemente o desenvolvimento físico, mental e moral dos menores (art. 22º) é considerado como base legítima para a interrupção de recepção de emissões do estrangeiro por parte do Estado receptor." (Maggiore,1991: 34). Podemos identificar nestas disposições uma diminuição do poder estatal de administrar os fluxos de comunicação audiovisual.

Mas a Directiva não tem um carácter exclusivamente preceptivo (não apenas obriga a alguma coisa). É também concessiva em relação à possibilidade de os Estados-membros preverem, "no que respeita aos organismos de radiodifusão televisiva sob sua jurisdição (...) normas mais rigorosas ou mais pormenorizadas nos domínios abrangidos pela (...) directiva." (art. 3º, nº1). É outra contradição em que incorre a Directiva. Por um lado, estabelece-se a obrigatoriedade de os Estados-membros aceitarem as emissões provenientes dos outros Estados-membros com base na harmonização da legislação. Por

outro lado, sustenta-se a possibilidade de haver diferenças de legislação e, portanto, de essas emisssões não serem conformes à legislação do Estado receptor.

6. Conclusões

A Política Comunitária de Audiovisual coloca várias questões relacionadas, fundamentalmente, com a transnacionalização da informação e a construção e mudança das identidades colectivas.

Pretende constituir um mercado audiovisual transnacional no espaço da União Europeia e expressa uma relação de causalidade entre a existência desse mercado e a emergência de uma identidade colectiva. Esta seria criada por esse espaço audiovisual. Esta relação não é aceite por autores como P. Schlesinger e S. Venturelli cujas posições subscrevemos.

Por outro lado, parece-nos que, na Europa, os espaços nacionais continuam e continuarão a corresponder a espaços de identidade. "(...) contrary to the postmodernist thinking, the elaboration of national identity within the nation-state still offers an appealing grand narrative." (Schlesinger, 1993: 9) O ressurgimento de aspirações e projectos de autonomia política com base em identidades sócio-culturais específicas é, aliás, um dos traços mais marcantes dos tempos actuais.

Pensamos, além do mais, que o projecto de criação de uma identidade europeia pelo audiovisual é apenas uma justificação nobre para uma necessidade muito concreta de natureza económica: dinamizar e rentabilizar a produção europeia de audiovisual.

A Directiva 89/552/CEE, o documento mais importante da Política Comunitária de Audiovisual, reflecte estas (e outras) questões e apresenta aspectos contraditórios. As ambiguidades e debilidades da Directiva têm-se traduzido em várias formas de incumprimento das mesmas por parte dos Estados-membros, expressas na *Comunicação da Comissão ao Conselho e ao Parlamento Europeu relativa à aplicação dos artigos 4º e 5º da Directiva 89/552/CEE "Televisão sem Fronteiras""* (COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS, 1994). Levanta-se a questão das sanções às infracções e a relativa falta de coercibilidade do Direito Comunitário, como de todo o Direito Internacional.

7. Bibliografia

- BARBERO, J.-M. (1993), "Latin America: Cultures in the Communication Media", *Journal of Communication*, 43(2), p. 18-30

- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (1988), *O Sector Audiovisual no Contexto do Grande Mercado Europeu*, Luxemburgo, Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias

- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (1989), "Directiva do Conselho de 3 de Outubro de 1989 relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-membros relativas ao exercício de actividades de radiodifusão televisiva", *Jornal Oficial das Comunidades Europeias* - Nº L 298 - 17.10.89, p. 23-30

- COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (1994), *Comunicação da Comissão ao Conselho e ao Parlamento Europeu relativa à aplicação dos artigos 4º e 5º da Directiva 89/552/CEE "Televisão sem Fronteiras"*, COM (94) 57 final, Luxemburgo, Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias

- COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES (1984), *Television sans Frontières. Livre Vert sur l'Établissement du Marché Commun de la Radiodiffusion, notamment par Sattélite et par Cable. Sommaire. (Communication de la Commission au Conseil)*, COM (84) 300 final/2, Luxembourg, Service des Publications Officielles des Communautés Européennes

- CONSELHO EUROPEU (Estrasburgo, 1989), "Conclusões da Presidência", in COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (1990), *A Política Europeia para o Audiovisual. Colectânea de Textos Políticos e Legislativos*, Luxemburgo, Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, p. 9

- CONSELHO EUROPEU (Madrid, 1989), "Conclusões da Presidência", in COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (1990), *A Política Europeia para o Audiovisual. Colectânea*

de Textos Políticos e Legislativos, Luxemburgo, Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, p. 8

- CONSELHO EUROPEU (Rodes, 1988), "Conclusões da Presidência" in COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (1990), *A Política Europeia para o Audiovisual. Colectânea de Textos Políticos e Legislativos*, Luxemburgo, Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, p. 7

- MAGGIORE, M. (1990), *A Produção Audiovisual no Mercado Único*, Luxemburgo, Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias

- NOAM, E. (1993), "Reconneting communications Studies with Communication Policy", *Journal of Communication*, 43 (3), p. 199-206

- PAILLIART, I. (1990), "De la Production des Territoires", in MIÈGE, B. (Dir.) (1990), *Médias et Communication en Europe*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, p. 163-72

- SCHLESINGER, P. (1991a), *Media, State and Nation. Political Violence and Collective Identities*, London, Sage

- SCHLESINGER, P. (1991b), "Media, the political order and national identity", *Media, Culture and Society*, vol.13, p. 297-308

- SCHLESINGER, P. (1993), "Wishful Thinking: Cultural Politics, Media, and Collective Identities in Europe", *Journal of Communication*, 43(2), p. 6-30

- VENTURELLI, S. (1993), "The Imagined Transnational Public Sphere in the European Community's Broadcast Philosophy: Implications for Democracy", *European Journal of Communication*, vol.8, p. 491-518

- WOLTON, D. (1994), "L'Europe aux Risques de la Communication", *Médias Pouvoirs*, nº. 33, p. 63-70