

«Onde quer que se encontre... o mundo português». Representações de Portugal e da emigração na informação da RTP Internacional

Manuel Antunes da Cunha*

Resumo

A criação da RTP Internacional (1992) teve um impacto inegável no modo de fazer informação em Portugal. Difundidos em directo na RTP 1, RTPi e RTP África, o *Jornal da Tarde* e o *Telejornal* passaram a dispor de novos públicos-alvo. Ao analisarmos o conteúdo de um magazine semanal de informação destinado às comunidades portuguesa, esboçámos a(s) imagem(ns) de Portugal e da emigração vulgarizadas pela televisão pública não apenas junto dos telespectadores residentes no estrangeiro mas também no território nacional, uma vez que um número significativo de reportagens provém ou é utilizado pelos serviços noticiosos dos outros canais. Em síntese, a narração televisiva insiste no sucesso da diáspora além-fronteiras e no seu apego às origens, promovendo ainda para o exterior uma imagem do país assente na tradição e na modernidade. Em contrapartida, os magazines de informação produzidos pelas próprias comunidades consolidam os espaços de expressão específicos das diferentes microsferas públicas da diáspora.

Palavras-chave: emigração; identidade nacional, serviço público de televisão, RTPi.

1. Introdução

Desde a Revolução dos Cravos, nenhum dos grandes textos legislativos sobre o serviço público de televisão omite a referência ao vínculo que se supõe indissociável entre este meio de comunicação social e as *comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo*¹. Uma leitura transversal dos programas dos governos constitucionais pós-1974 confirma

* Institut Français de Presse (Universidade Paris II) / FCT (Lisboa). manuel.cunha@hotmail.com

¹ Cf. nomeadamente os sucessivos estatutos da RTP (1980, 1992, 2003, 2007), contratos de concessão do serviço público (1980, 1993, 1996, 2003, 2008) e leis da televisão (1979, 1990, 1998, 2003, 2007).

o consenso em torno de uma tal representação. Na verdade, é sobretudo a partir do século XIX que o imaginário português confere à emigração um lugar de relevo no repertório dos recursos identitários sobre os quais se erige a ideia de Nação. Em épocas tão diversas como a Monarquia, a República ou o Estado Novo, um sem-número de personalidades oriundas dos mais variados quadrantes políticos alimentou a retórica da dispersão lusitana. Desde o 25 de Abril, esse discurso tem idealizado o sucesso além-fronteiras e a fidelidade às raízes de uma diáspora convertida em «sucédâneo psicológico» (Rocha-Trindade, 1984) do antigo império colonial. Sob o impulso de um imaginário que quase sempre omite as motivações do êxodo, as comunidades portuguesas foram entronizadas embaixadoras de Portugal no mundo. Na senda dos Descobrimentos, a figura do Português-emigrante evoca as metáforas de *navio-nação* e de *povo-peregrino*, como se fizesse parte da essência de ser Português experimentar a condição de diáspora. Assim se explica que a RTP Internacional (RTPi) tenha sido uma das iniciativas mais consensuais do sector audiovisual na era democrática.

A criação de um canal internacional teve um impacto incontestável na informação televisiva. Difundidos em directo na RTP 1, RTPi e RTP África, o *Telejornal* e o *Jornal da Tarde* adaptaram-se progressivamente aos novos públicos-alvo. Apesar da inclusão nas missões de serviço público, as referências à emigração no âmbito do *Telejornal* continuam a ser escassas no início dos anos 90 (Lopes, 1999). Uma década depois, a análise das aberturas do principal serviço noticioso da RTP, SIC e TVI deixa já antever uma maior atenção aos portugueses residentes no estrangeiro (Brandão, 2002). Apesar de não haver estudos específicos sobre esta matéria, é perceptível que a diáspora tem hoje um lugar cativo nos espaços público e mediático portugueses. As reportagens alusivas à eleição de Alda Pereira-Lemaître para a presidência da Câmara de Noisy-le-Sec, nos arredores de Paris, (Março 2008), ao encontro do Primeiro-Ministro José Sócrates com emigrantes na Venezuela (Maio 2008) ou à reacção dos Portugueses face à onda de violência na África do Sul (Maio 2008) são apenas três exemplos dessas referências quase quotidianas².

2. A informação do serviço público para/sobre as comunidades

Dia após dia, os jornais televisivos produzem narrações sobre a actualidade. Jean-Pierre Esquenazi assimila os três actos constitutivos de todo o órgão de informação – relatar, explicar e encenar a realidade quotidiana – aos três espaços da sociologia do discurso: produção, carácter discursivo do objecto e recepção. O conceito de notícia, que o autor define como «um facto tal como é representado por um meio de comunicação social» (2002: 46)³, permite delimitar o espaço da produção (espaço *indéxico*) no qual se opera o encontro entre jornalistas e fontes. Mas a notícia é um facto devidamente enquadrado que «se torna compreensível quando colocado no âmbito de uma configuração onde avizinha outros factos, constituindo cada um deles um elo da cadeia narrativa que os

² O mesmo acontece nos documentários, nos *talk-shows* (*Praça da Alegria, Portugal no Coração*), nas telenovelas, nas cerimónias televisivas (Expo 98, Euro 2004, 10 de Junho), etc...

³ As traduções são da nossa responsabilidade.

une» (2002: 46). Uma tal estrutura, a que o sociólogo francês dá o nome de *acontecimento*, remete para o carácter discursivo do objecto (espaço *referencial*). Por último, um *dispositivo* dá forma a esse facto relatado e explicado. Institui-se, deste modo, «um espaço de comunicação entre um *medium* e o público tal como é representado pelo primeiro» (espaço *deíctico*) (2002: 110). Vejamos o exemplo seguinte. Um jornalista relata a subida de divisão da equipa de futebol dos Lusitanos de Créteil. Trata-se de uma *notícia*. Contudo, ao interpretar essa performance desportiva como símbolo da integração e do sucesso da comunidade portuguesa radicada em França, transforma essa notícia em *acontecimento*. Para difundir essa representação do real, a informação é encenada por meio de imagens e de um texto. Estamos perante um *dispositivo*. É evidente que a escolha dos temas, a interpretação que deles é feita, assim como a relação estabelecida com o público, dependem da filosofia editorial e do lugar que cada meio de comunicação social ocupa no espaço público.

A análise do alinhamento de um jornal televisivo permite-nos precisamente decifrar esse trabalho de configuração do mundo, de «construção social da realidade» (Berger & Luckmann, 1999). Enquanto instituição e actor social *engagé*, cada redacção cultiva um conjunto de fontes, opera uma selecção de factos e atribui determinados papéis aos indivíduos aos quais se refere. Insinua-se um imaginário junto de um público que se supõe partilhar uma dada visão do mundo. Por outras palavras, uma *proposta de sentido* (Jost, 1999) é endereçada a um *telespectador institucional* (Esquenazi, 1995). Sem ter a pretensão de abarcar todas as representações veiculadas pelo serviço público, debruçámo-nos sobre os principais espaços de informação da RTP Internacional dedicados à diáspora. O magazine semanal *Sinais* – entretanto rebaptizado *RTPi Notícias* – é um lugar privilegiado para observar a(s) imagem(ns) de Portugal e da emigração difundidas ao longo da última década não apenas junto dos telespectadores residentes no estrangeiro mas também no território nacional, uma vez que um número significativo de reportagens é utilizado por (ou provém de) outros serviços noticiosos da RTP.

Contrariamente às edições diárias, este ponto de encontro não constitui propriamente um ritual repetitivo, previsível, quase imemorial e tranquilizador (Sorlin, 1995: 117-119)⁴. A meio caminho entre os formatos do telejornal e do magazine, o ritmo deste espaço semanal é um pouco mais pausado e os convidados menos constrangidos pelo tempo. Apesar das mudanças sucessivas no interior da grelha, esta «viagem ao mundo português» – assim é descrita pelos apresentadores – assume-se como uma verdadeira encruzilhada, um marco simbólico, um biorritmo na configuração de um espaço público lusófono em formação. «Onde quer que se encontre» – outra das expressões predilectas da RTPi – supõe que a filiação étnica, as afinidades culturais e os laços afectivos mobilizam cada um dos telespectadores enquanto membro de um «nós» transnacional. Não obstante abordar a actualidade de Portugal, da diáspora e do mundo lusófono, o jornal *para e das* comunidades dispõe de um orçamento e de uma rede restrita de correspon-

⁴ O jornal, sucessivamente intitulado *Sinais*, *Repórter RTP Comunidades*, *Jornal das Comunidades* e *RTPi Notícias*, mudou regularmente de lugar na grelha de programação, de *pivot*, de cenário e de genérico. A RTPi difunde uma série de outros serviços noticiosos (*Telejornal*, *Jornal da Tarde*, *Notícias de Portugal*, *Telejornal Açores*, *Telejornal Madeira*, *Repórter África*).

dentes. O produto final traduz, por isso, o compromisso entre os objectivos da emissão, a sensibilidade dos jornalistas e a escassez de meios.

Começámos por analisar quarenta edições de *Sinais*, difundidas entre 1 de Setembro de 2000 e 2 de Julho de 2001. A amostra é constituída por 569 peças, perfazendo uma duração de 39 horas 40 minutos e 40 segundos, o que equivale a uma média de quatro minutos e onze segundos por reportagem. De modo a dissecar o teor desse discurso, elaborou-se uma grelha de análise a partir de quatro variáveis estruturantes: país de referência, categoria temática, perspectiva e tempo⁵. A primeira categoria não procura apenas indicar o local ou a procedência dos actores de cada notícia. Trata-se, sobretudo, de caracterizar o mapa *geomediático* da lusofonia e da luso-descendência⁶, de determinar os territórios com os quais são mantidas relações económicas, culturais, diplomáticas ou de outra índole. Quer seja a propósito da visita de um ministro canadiano a Lisboa, da estadia do Presidente da República português em Otava ou das actividades de uma associação de emigrantes em Montreal, o Canadá é designado como sendo o país de referência. Assim sendo, a subcategoria *Portugal* designa apenas os factos ocorridos no território nacional com protagonistas residentes. Em contrapartida, todas as manifestações extraterritoriais são classificadas em função do local onde decorrem. Por último, os itens *Diáspora*, *CPLP*, *União Europeia* e *Internacional* referem-se a unidades plurinacionais.

Inscrever uma reportagem numa determinada *temática* – a segunda variável – nem sempre é evidente. A título de exemplo, a homenagem a um lusitanista italiano tanto poderia inserir-se na subcategoria *língua portuguesa* como em *comemoração/homenagem*. A nossa classificação procura realçar o enquadramento mediático que transforma um facto em notícia. Seleccionou-se sempre a categoria que se afigurava como sendo a mais pertinente, entre as dezanove concebidas no âmbito desta pesquisa, tendo em conta o assunto destacado quer pelos jornalistas quer pelos entrevistados. Utilizou-se o mesmo procedimento para determinar a *perspectiva*, o processo através do qual a notícia se converte em acontecimento. Tendo por objectivo circunscrever as diversas tonalidades do discurso informativo, esta terceira variável constrói-se a partir do ponto de vista narrativo subjacente a cada reportagem. Quando se aborda a diáspora, distinguimos as peças sobre a emigração propriamente dita (*vitalidade* ou *debilidade comunitária*), as suas relações com os países de acolhimento (*integração/sucesso* ou *exclusão/adversidade*) e com o país de origem (*regresso às origens* ou *diferendo com Portugal*). Quando se trata de Portugal, instituímos as seguintes subcategorias: *projecção internacional*, *promoção*, *solicitude*, *cooperação* e *dificuldades*. As restantes peças estão agrupadas sob o item *olhar sobre outrem*, neste caso concreto outros povos e territórios, muitas vezes lusófonos.

De acordo com as estatísticas relativas aos países de referência, as reportagens sobre os portugueses *intra muros* constituem 22% da amostra, enquanto os países da CPLP

⁵ A análise das categorias temáticas e de cada alinhamento pode ser consultada em Antunes da Cunha, 2006.

⁶ Reintroduzido no início dos anos 80 pela classe política, o termo “luso-descendente” é utilizado para designar os portugueses da segunda e terceira gerações residentes no estrangeiro. Possui uma conotação genealógica e étnica. O termo “lusofonia” – que evoca um debate muitas vezes polémico sobre os escritos de Gilberto Freyre, mas também a identidade da CPLP – faz alusão a uma herança cultural partilhada pelos países de língua oficial portuguesa, a diáspora lusitana e os falantes de língua portuguesa em geral.

representam 12%. Outra terça parte do tempo de antena é monopolizada por cinco territórios com forte concentração lusitana que então dispunham – ou não estavam muito afastados – de uma delegação da RTP: França (8%), Suíça (7,5%), Canadá (7%), África do Sul (7%) e Estados Unidos (5,5%). O último terço da amostra faz alusão à diáspora em geral (13%), à União Europeia (2,5%) e a duas dezenas de países espalhados pelos cinco continentes. Assim descontextualizados, tais dados não tornam mais inteligível a configuração discursiva deste espaço de informação. Senão vejamos: embora todas tenham ocorrido em França, a estreia do filme *Capitães de Abril*, a detenção de camionistas portugueses em Calais e uma iniciativa da associação de luso-descendentes *Cap Magellan* realçam realidades completamente diferentes. Só a perspectiva permite descobrir o sentido conferido à territorialização da notícia, à escolha dos actores inquiridos e à natureza dos comentários. Pelo facto de integrarem sistemas gerais de explicação, as notícias tornam-se acontecimentos, fundamentados num conjunto de conhecimentos, de juízos e de valores (Esquenazi, 2002: 17). No nosso estudo de caso, a redacção reparte equitativamente as reportagens de *Sinais* entre Portugal (48%) e a diáspora (47%), levando a cabo algumas breves incursões junto doutros povos e culturas (5%).

2.1. Representações da diáspora: integração, sucesso e apego às origens

Começemos pela diáspora. Neste âmbito, o magazine destaca as relações com os países de acolhimento (17% do tempo de antena, dos quais 9% relativos à *integração/sucesso* e 8% à *exclusão/adversidade*), sem descurar os laços com a terra das origens (13,5%, dos quais 11,5% relativos ao *regresso às origens* e 2% aos *diferendos com Portugal*) nem as comunidades propriamente ditas (11,5%, dos quais 11% relativos à *vitalidade* e 0,5% às *debilidades*). A esses números, acrescem ainda as sínteses noticiosas e as revistas de imprensa dos jornais *para e da* emigração (5%), cujo conteúdo não se presta a este tipo de classificação. O retrato das comunidades portuguesas aqui bosquejado é deveras lisonjeiro. Três quartos destas peças fazem referência a um colectivo que conseguiu inserir-se nas sociedades de acolhimento, preservar as raízes lusíadas e cultivar uma vitalidade endógena a toda a prova.

O relato da integração conjuga-se quase sempre no singular. O que é feito dessas famílias que atravessaram a fronteira à procura de melhores condições de vida? A resposta esboça-se através de uma galeria de retratos constituída, entre muitos outros, por um dirigente sindical (Canadá), um mestre no fabrico do queijo *gruyère* (Suíça), um cirurgião estético (Israel) um cozinheiro de renome internacional (Austrália), um empresário (Namíbia) e o melhor artesão de França. Esses «portugueses de sucesso» personificam o caminho percorrido desde os anos 60, época marcada pelas imagens da clandestinidade e dos bairros de lata. Não é, por isso, de estranhar que 32 dos 45 retratos difundidos ao longo desse ano descrevam percursos coroados de êxito, sendo que apenas um faça referência ao sofrimento gerado pela experiência migratória⁷. Para

⁷ Trata-se de um jovem de 27 anos residente na Bélgica, sem recursos económicos e com uma doença incurável. Os 45 retratos abordam a integração/sucesso (32), o regresso às origens (6), a promoção (2), o olhar sobre outrem (2), a projecção internacional (1), a cooperação (1) e a exclusão/adversidade (1).

além destes casos pessoais, a política, as manifestações artísticas, culturais e desportivas constituem outras áreas nas quais se ilustra essa proverbial capacidade de adaptação às mais variadas latitudes outrora defendida por Gilberto Freyre.

Uma outra dimensão privilegiada pelo magazine *Sinais* diz respeito à relação com a herança lusíada. A distância física, inerente à condição de diáspora, é aqui amenizada por meio da mobilização associativa, da defesa da língua, da preservação das tradições culturais e da fidelidade a uma identidade secular. Embora uma fracção das reportagens relativas ao **regresso às origens** aluda aos actos eleitorais, os baixos índices de participação sugerem que o culto das raízes passe muito mais por um apego quase visceral a um *modo português de estar no mundo* (Castelo, 1999) do que propriamente pelo contributo cívico na estruturação da colectividade nacional. Peças sobre as festividades da Páscoa em Newark e do Natal em Joanesburgo, por exemplo, evocam o convívio familiar, a doçaria tradicional, as ornamentações, as solenidades religiosas, os usos e costumes através dos quais se materializa o Portugal além-fronteiras. Os laços económicos com o país de origem resumem-se a meia dúzia de peças sobre investimentos e envio de remessas⁸. Na sua relação com a pátria-mãe, o emigrante é apresentado como tenaz paladino lusitano, muito mais do que fonte de riqueza. Essa fibra patriótica evidencia-se em acções colectivas de solidariedade ou no testemunho pessoal de luso-descendentes, dos mais anónimos à Miss Suécia 2001 e às estrelas da música pop (Nelly Furtado) e do futebol (Robert Pires). Cada um destes protagonistas é simbolicamente empossado no cargo de embaixador. Perfeitamente integrados nas mais diversas sociedades, não deixam de sentir o apego às origens. Para representar condignamente a Nação, é imperativo partilhar os seus valores. Para aspirar ao estatuto de embaixador, é necessário dispor de uma certa visibilidade. É neste sentido que deve ser entendido o discurso do então Presidente da República em prol do equilíbrio entre enraizamento e integração, proferido no decorrer de um encontro com dezenas de luso-descendentes inscritos no programa *Estagiar em Portugal*:

Esta linguagem é a única de futuro... Saber se conseguiremos ter com a segunda e terceira geração dos nossos emigrantes, e com a quarta e com a quinta, relações perduráveis, relações de identidade. Ninguém quer que vocês se não integrem bem. Não é possível... Não é possível viver no Canadá sem ser Canadiano, sem jogar a cartada da cidadania canadiana. No Brasil a mesma coisa... Nos outros países... Eu tenho sempre este discurso. Não tenho o discurso da saudade. Não tenho o discurso do atraso. Tenho o discurso do futuro. Porque vocês têm de vencer!

(Jorge Sampaio, *Sinais*, 11 de Junho de 2001)

Alcançar um tal equilíbrio pressupõe uma forte coesão, uma **vitalidade comunitária**. Instantâneos sobre os portugueses de Evian, Rio de Janeiro, Sydney ou da ilha de Jersey descrevem colectividades congregadas em torno de estilos de vida, de estórias, de memórias, de lugares, de um tecido económico e de um empenhamento a nível social.

⁸ Das 31 peças incluídas na categoria *economia*, 24 referem-se a Portugal (projecção internacional 11; promoção 7; cooperação 5 e dificuldades 1), seis à emigração (regresso às origens 5 e vitalidade comunitária 1) e apenas uma a um país terceiro.

Em termos durkheimianos, podemos dizer que *Sinais* veicula uma representação e uma forma de laço social erigidas sobre a consciência colectiva e a solidariedade mecânica. Essa dimensão está patente em espaços de (re)encontro tais como associações, restaurantes, comércios, mercados, estabelecimentos bancários, clubes de futebol, concertos, bailes populares, rádios, discotecas, festivais de teatro, igrejas e outros lugares de forte conotação lusa. Afirma-se, muito mais raramente, por intermédio de mobilizações ou de confrontos como aquele que opôs a Câmara de Saint-Maur des Fossés, nos arredores de Paris, aos adeptos dos *Lusitanos*:

Jornalista (estúdio): Segunda parte do *Sinais* de hoje. Os portugueses radicados nos arredores de Paris e adeptos dos *Lusitanos* estão zangados com o presidente da Câmara de Saint-Maur. Tudo porque este se recusa a permitir que sejam realizadas as obras necessárias no estádio local que possibilitem que a equipa de futebol dos *Lusitanos* o utilize. Este fim-de-semana houve manifestação.

Jornalista (exterior): Saint-Maur, nos arredores de Paris, é o que se pode chamar um cantinho de Portugal (...).

Manifestante 1: Hoje veio ao de cima a incoerência de um “Maire”, de um homem racista. Com muita pena minha, é enquanto português com 40 anos de França que manifesto contra um acto de racismo e de xenofobia (...).

Manifestante 2: Somos pessoas dignas, pessoas que trabalham aqui há 40 ou 50 anos. Ajudámos a construir a França.

(*Sinais*, 25 de Junho de 2001)

Quer seja nas alegrias e nas esperanças quer seja nas tristezas e nas angústias, as comunidades portuguesas são apresentadas como um verdadeiro esteio das relações sociais. A vida quotidiana, o tecido associativo, os *media* e as festividades religiosas constituem os temas que melhor se prestam a esta dimensão através da qual se cultiva uma experiência federadora em torno de valores partilhados. Os milhares de participantes nas Festas do Espírito Santo (Fall River) e dos Santos Populares (Créteil), a solidariedade com as famílias de deportados (Açores), as reuniões semanais de amantes da literatura portuguesa (Genebra), a construção de um lar para a terceira idade (Caracas) ou um sarau recreativo em favor de uma associação de deficientes (Toronto) exemplificam a diversidade morfológica das redes da diáspora.

Em suma, uma parte significativa (47%) do tempo de antena especificamente dedicado às comunidades – no qual incluímos as sínteses da actualidade e as revistas de imprensa (5%) – mobiliza as dimensões positivas da integração (9%), do regresso às origens (11,5%) e da vitalidade comunitária (11%). Ao invés, a exclusão e adversidade (8%), os diferendos com Portugal (2%) e as debilidades das comunidades (0,5%) representam menos de um quarto destas reportagens. Verifica-se aqui uma nítida supremacia das peças sobre as dificuldades vividas nas sociedades de acolhimento em detrimento dos testemunhos relativos às desavenças com o país de origem ou a eventuais imperfeições imputadas aos membros da diáspora. Aliás, as três únicas reportagens sobre

a **debilidade comunitária** referem-se a um *mea culpa* colectivo, na sequência de acusações de cumplicidade no tempo do *apartheid* e de um conflito latente com as autoridades sul-africanas. Aqui, os comentários destacam, acima de tudo, a mudança de comportamento, sem se deter nos erros passados. Por seu turno, os **diferendos com Portugal** circunscrevem-se às questões de índole administrativa e às críticas contra o poder político (serviços consulares, reformas legislativas, equivalências e acesso ao ensino, etc...). O magazine da RTP Internacional não faz referência a esse verdadeiro desporto nacional que constituem as rivalidades entre os portugueses residentes e expatriados (Gonçalves, 1996), tão-somente litígios pontuais entre um conjunto de cidadãos e a administração. A única excepção prende-se com uma reportagem relativa à pequena aldeia de Queiriga, no concelho de Vila Nova de Paiva. Na sequência das imagens, um arquitecto enumera, em estúdio, algumas características das construções rurais, levantando questões relativas à “pureza” e à preservação do património. Implicitamente, critica-se a dissonância estética introduzida pelas casas dos emigrantes na paisagem tradicional. Trata-se, no decorrer do ano em análise, da única referência concreta a um choque cultural e de mentalidades. Em contrapartida, o olhar sobre os países de acolhimento é muito mais crítico.

A experiência migratória transforma-se, por vezes, num autêntico percurso de obstáculos em que o sujeito é colocado em situações sucessivas de discriminação e precariedade. Um compatriota assassinado (Luxemburgo), uma família ameaçada de expulsão (Suíça), centenas de trabalhadores explorados (Alemanha, Bélgica e Irlanda do Norte), um bairro de lata comunitário (Madrid), uma campanha xenófoba (Caracas) ou uma tomada de reféns (Cabinda) temperam a imagem idílica do sucesso. *Faits-divers* e problemas sociais constituem as temáticas mais recorrentes do repertório da **exclusão** e da **adversidade**. Amplamente coberto pelos *media* nacionais, o caso da criança portuguesa morta à fome em Genebra – depois de ter sido esquecida em casa, na sequência da detenção da mãe – deixa transparecer, em simultâneo, as carências do ambiente familiar e das autoridades locais. Uma série de outros acontecimentos, tais como a violência urbana (África do Sul), a pobreza (Venezuela) ou a discriminação escolar (Suíça) trazem a actualidade da diáspora para o âmago do espaço público português. Mais ou menos trágicas, histórias individuais e colectivas interpelam a opinião, alimentam a solidariedade com as comunidades e conferem à saga lusitana um carácter ainda mais épico. Na adversidade, o caminho percorrido por esses portugueses espalhados pelo mundo é ainda mais meritório. Ao mobilizarem-se por meio de associações, de acções de solidariedade e – muito mais raramente – de manifestações, continuam a escrever a epopeia transnacional graças ao seu labor quotidiano.

2.2. Representações de Portugal: tradição, modernidade e projecção internacional

À luz das recomendações sucessivas, a informação da RTPi é investida de uma dupla missão: facultar uma informação adicional sobre o país de origem e ampliar a visibilidade da diáspora. Na linha de outros textos legislativos, o Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, assinado a 17 de Março de 1993, recomendava que o

canal internacional assegurasse a cobertura dos principais acontecimentos nacionais e promovesse as actividades das diferentes regiões do país e das comunidades portuguesas (cláusula 5.1, § b)⁹. Todavia, não se fala de si mesmo de igual modo quando se está perante um público transnacional. As reportagens sobre Portugal, seleccionadas pela redacção, veiculam uma imagem para consumo externo¹⁰. Neste âmbito, os *faits-divers* e problemas sociais – presentes noutros serviços noticiosos – já não fazem tanto sentido. Expõe-se o melhor de si¹¹. Assim, o tempo dedicado ao país de origem (48%) divide-se do seguinte modo: promoção (20,5%), projecção internacional (17%), cooperação (6%), solicitude (3,5%) e dificuldades (1%).

A narração sobre Portugal *intra muros* promove uma imagem assente na tradição e na modernidade. Dos ofícios tradicionais aos costumes ancestrais, das manifestações culturais à actualidade sociopolítica, um conjunto de reportagens descreve uma nação moderna enraizada numa história multissecular. O restauro de uma aldeia para turismo rural, o cantar das Janeiras, cursos de pintura sobre azulejo, a caça ao javali, a reconstituição de uma feira medieval, a arte de trabalhar o granito ou o linho, de confeccionar acordeões ou trajas regionais esboçam o perfil deste *jardim à beira-mar plantado*. As tradições e o património, a arte e a cultura, a língua portuguesa, os *media*, as esferas política e económica constituem as categorias temáticas privilegiadas por esta acção de **promoção**. Todavia, o núcleo ontológico nacional não se circunscreve ao mercado da nostalgia e da saudade. Tornou-se um lugar-comum dizer que o emigrante cultivava uma percepção anacrónica do país de origem. De acordo com este pressuposto, torna-se indispensável pô-lo em contacto com as novas manifestações culturais. Um álbum dos *Madredeus*, sítios na internet sobre hotelaria e turismo, grandes nomes da literatura contemporânea, um livro de Mário Soares, a renovação do aeroporto de Faro ou as filmagens de uma *telenovela* dão corpo a um *aggiornamento* que vai de par com o orgulho pelas raízes. Não é por isso de estranhar que as referências às **dificuldades** que o país atravessa se resumam a meia dúzia de peças¹².

⁹ A cláusula 11 (artigo 4, § a, b) do Contrato de Concessão de Serviço Público de 2008 considera que a programação para os telespectadores de língua portuguesa residentes no estrangeiro deve assegurar «a cobertura de manifestações que constituam factor de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural ou desportiva» e promover «a ligação entre o país e as comunidades residentes no estrangeiro, designadamente através da emissão de programas que valorizem a língua e a cultura portuguesas».

¹⁰ Veja-se a ressalva do Relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (2002): «Numa altura em que ganham salutarmente terreno conceitos como o de interconstitucionalidade e de interculturalidade, seria pouco sensato desenhar um Serviço Público como arma na barricada da identidade nacional, pelo menos no que se refere aos canais públicos e em sinal aberto (uma vez que, por exemplo, a RTP Internacional poderá, pela sua natureza, objectivos e público-alvo, seguir uma lógica relativamente distinta)», n.º 2.1, p. 28.

¹¹ Em Setembro de 2001, um dos responsáveis do departamento de programação da RTPi confiava-nos o seguinte: «A nossa programação deve reflectir a imagem de um país seguro e sossegado, no qual as pessoas podem e devem ter confiança. É preciso mostrar que Portugal evoluiu e se modernizou. Isto é essencial para que haja repercussões práticas junto dos portugueses residentes no estrangeiro, da segunda e terceira gerações, nomeadamente no que diz respeito ao envio de remessas e ao desenvolvimento do turismo. Sem esconder as coisas, a programação não pode reflectir o que de mau existe. Esses problemas já são visíveis no *Jornal da Tarde* e no *Telejornal*. A RTPi é um canal que tem de puxar pelas nossas virtudes. É uma montra.»

¹² São reportagens sobre a falta de meios para a divulgação da língua portuguesa, a insegurança rodoviária e problemas diversos com as autoridades judiciais.

Por regra, os discursos sobre a identidade portuguesa aludem à **projeção internacional**, às marcas culturais, históricas e humanas disseminadas um pouco por todo o mundo. Um desfile de moda de Fátima Lopes (Paris), uma medalha de Nuno Delgado nos Jogos Olímpicos (Sydney), um filme de Paulo Branco (Festival de Veneza), exposições sobre Portugal (Madrid e Hanôver), uma homenagem a Eugénio de Andrade (Bordéus) ou um concerto de Maria João Pires (Bruxelas) não são mais do que momentos privilegiados dessa visibilidade extraterritorial. Que se materializa ainda na integração na moeda única europeia, no investimento económico no Brasil, na rede diplomática ou em acções de *marketing* linguístico, entre outros. Num contexto de globalização, a renovação da identidade nacional assume os contornos de um «regresso das caravelas» (Feldman-Bianco: 2001). Contribuindo com dois terços das reportagens, as categorias da arte e da cultura, da língua portuguesa e da economia modelam essa reconfiguração do «mundo português» através das imagens da inovação cultural, da força simbólica da língua e do poder estratégico do capital.

A renegociação da posição de Portugal no mundo também não pode deixar de ter em conta as dimensões da **cooperação** e da **solicitude**, nomeadamente através da participação em missões de paz ou de parcerias políticas, económicas e culturais. Por meio de acções de cooperação, o Estado português reforça as relações com potências estrangeiras e salvaguarda os seus interesses no panorama internacional. Os esforços envidados para a reconstrução de Timor-Leste, os debates sobre o futuro da CPLP ou ainda os acordos bilaterais procuram fazer do espaço público lusófono um interlocutor credível. Por seu turno, a solicitude faz referência ao domínio simbólico exercido pela pátria-mãe junto dos cidadãos nacionais residentes no estrangeiro. Um tal paternalismo toma a forma de recomendações várias, de negociações com as autoridades dos países de acolhimento ou da distribuição de decorações, comendas e outras insígnias aos emigrantes que melhor incarnam o sucesso e a fidelidade às origens. Lisboa torna-se assim o centro de uma nação desterritorializada (Feldman-Bianco, 1995) sempre pronta a prestar auxílio àqueles cujas condições de vida são mais desfavoráveis e a reconhecer os feitos dos seus membros espalhados pelo mundo.

Por fim, um número reduzido de reportagens refere-se a outros países, povos e culturas. Apesar do seu carácter um pouco menos auto-referencial, este **olhar sobre outrem** (5%) concentra-se essencialmente sobre o universo lusófono e outros contextos que permitem uma melhor percepção do quotidiano das comunidades portuguesas. Ao abordar a epidemia da sida em África, a comunidade cabo-verdiana de Paris, o novo ano chinês em Macau ou a comemoração da independência de Moçambique, a informação específica da RTPi abre as portas doutras realidades e modos de vida. Estas representações fornecem chaves de leitura para interpretar um mundo no qual Portugal quer desempenhar um papel de relevo.

3. A informação produzida pelas comunidades

Desde o virar do milénio, as mudanças sucessivas operadas na estrutura e na grelha de programação da RTP Internacional alteraram o panorama da informação específica

dirigida à diáspora, tendo o jornal das comunidades inclusivamente deixado de ser difundido em Julho de 2007¹³. Para aferir a evolução do discurso jornalístico, analisámos trinta edições (não consecutivas) do *RTPi Notícias*, difundidas entre 30 de Dezembro de 2005 e 23 de Junho de 2007. A amostra é constituída por 421 peças, perfazendo 16h 25m e 05s. No que diz respeito aos temas abordados, a redacção privilegia doravante a actualidade política, desportiva e económica, assim como os problemas sociais enfrentados pelos emigrantes sazonais ou recém-saídos, em detrimento dos retratos e da arte/cultura¹⁴. Em termos de perspectiva, os alinhamentos focalizam-se de modo mais vincado na projecção internacional enquanto vector de afirmação da identidade colectiva. Embora as grandes linhas orientadoras se tenham mantido, o tempo dedicado à promoção de Portugal e à vitalidade da diáspora foi sensivelmente encurtado. Esta tendência coincide, por um lado, com a inclusão de um maior número de documentários e emissões sobre as tradições e o património na grelha do canal internacional. Por outro lado, o *RTPi Notícias* coabitou, desde 2003, com a série *Contacto*, um conjunto de magazines semanais ou quinzenais de trinta minutos produzidos por jornalistas residentes nas comunidades. Pela primeira vez, o serviço público integra produções *made in diáspora*, retransmitindo algumas delas nos canais domésticos¹⁵. Ao *África do Sul Contacto* (08/04/03) juntam-se magazines oriundos das mais diversas regiões do globo: EUA-New Jersey (06/10/03), Canadá (28/10/03), Europa (12/11/2003), EUA-Nova-Inglaterra (09/07/04), Macau (14/07/04), Venezuela (15/10/04), Brasil (22/10/04), EUA-Califórnia (23/10/04), Timor-Leste (08/01/05), Goa (29/01/06), França (17/09/06), Argentina (05/10/06) e Austrália (03/02/08).

Pesem embora diferenças pontuais – as edições de Timor-Leste e de Goa estão, por exemplo, um pouco mais centradas na vertente turística –, estas emissões permitem a consolidação de espaços de expressão específicos das diferentes microsferas públicas da diáspora. Todavia, as representações veiculadas pela informação produzida pelas comunidades giram em torno do mesmo território imaginário, dessa concepção da portugalidade perceptível nos diferentes géneros que compõem a grelha da RTP Internacional (Antunes da Cunha, 2006). De forma mais ou menos implícita, os alinhamentos e grande parte das intervenções dos entrevistados e jornalistas fazem referência a esse *modo português de estar no mundo*. A título de exemplo, este *videoclip* de um grupo musical da África do Sul condensa um certo número de lugares-comuns:

¹³ No tempo em que escrevemos este texto, algumas reportagens sobre as comunidades portuguesas são difundidas no âmbito de *Notícias de Portugal*, espaço de informação igualmente dedicado à actualidade regional e nacional.

¹⁴ Os temas abordados são: política (19,9%), desporto (16,4%), problemas sociais (11,2%), economia (7,3%), arte/cultura (6,1%), língua portuguesa (4,6%), *faits-divers* (4,6%), vida quotidiana (4,1%), diversos (4,1%), formação/investigação (3,9%), comemoração/homenagem (3,6%), Estado (2,9%), retratos (2,7%), meio associativo (2,2%), história/memória (2,2%), *media* (2,1%), tradição/património (1,1%) e festa/religião (1%).

¹⁵ Actualmente, *Canadá Contacto* é difundido pela RTP Açores, *Venezuela Contacto* pela RTP Madeira e o conjunto dos magazines pela RTP África. Em tempos, alguns passavam na RTP2 e RTPN. Antes de 2003, o canal internacional difundiu apenas alguns documentários produzidos pelas comunidades. Hoje, a grelha da RTPi inclui ainda programas produzidos pelos PALOP e, desde 2003, pelos canais privados SIC e TVI.

Versículos: Pelos cinco continentes / longe da terra natal / somos nós os emigrantes / das terras de Portugal. Outras línguas aprendemos / culturas e tradições. / É assim que nós juntamos / Portugal a outras nações. / Unidos, nós emigrante sem fronteiras / e por terras libertadas / onde somos bem tratados / muitas delas descobertas / por nossos antepassados. E unindo os corações / dos quatro cantos do mundo / é fazer com que as nações / tenham paz e amor profundo. Refrão : Unidos, nós emigrantes sem fronteiras / erguer a paz em todas as bandeiras / Somos nós uma voz de Portugal / em nova missão de paz universal / Somos nós uma voz de Portugal / unir as mãos pela paz universal.

(*África do Sul Contacto*, 08/05/03)

À letra evocando a herança dos grandes navegadores, à integração coroada de sucesso, à fidelidade às raízes e à missão universalista associam-se as imagens simbólicas do Padrão dos Descobrimentos e do Cabo da Boa Esperança. Muitos outros exemplos poderiam aqui ser citados. Aquando de uma estreia, um jornalista quer ser a voz «da causa lusitana» (*Estados Unidos*, 06/10/03). A propósito do Salão do livro lusófono em Paris, um confrade formula o desejo de que «a voz da cultura portuguesa não se cale nunca» (*Europa Contacto*, 21/01/04). Uma apresentadora propõe, por sua vez, aos telespectadores isto: «descobrir como as marcas portuguesas ainda subsistem e como os timorenses estão orgulhosos de preservá-las» (*Timor Contacto*, 08/01/05). Ainda no mesmo registo, uma outra apresentadora define o seu programa como «uma viagem de descoberta das pessoas de Goa e de outras regiões da Índia que cultivam um laço bastante forte com Portugal» (*Goa Contacto*, 29/01/06). Numa reportagem sobre um especialista em artes circenses de passagem por Londres, diz-se: «sendo com orgulho que se afirma português em todos os países que visita, João é um exemplo do jovem português talentoso que, apesar das dificuldades, já conseguiu bastante» (*Europa Contacto*, 31/01/08).

Este novo formato repousa sobre a concepção de uma descendência transnacional. Aquando da edição especial do Natal de 2004, é a partir de Lisboa, centro nevrálgico da nação desterritorializada, que a animadora faz a transição entre reportagens vindas do mundo inteiro. Face a uma imponente parabólica da RTP, novo símbolo de soberania cultural, toda a família lusitana se reúne em torno desse «Natal à portuguesa». Não fosse a diáspora – tal como refere a autopromoção – considerada um espaço de afirmação de um «mundo português».

Muito boa noite a todos aqueles que nos acompanham espalhados pelos quatro cantos do mundo. Portugal toma esta noite a verdadeira dimensão do mundo. Onde quer que se encontre um português, quer seja nas Américas, na Europa, na África ou no Extremo Oriente, os muitos milhões da RTP Internacional celebram nesta noite de Natal a consoada, lembrando os seus familiares que vivem longe e seguindo as tradições que daqui levaram. Por isso, a RTP Internacional quis juntá-los a todos numa noite de Natal de Contactos. E vamos começar pela Europa, onde vivem tantos portugueses espalhados por vários países. Vamos saber como se celebra o Natal à portuguesa. [*directos ou referências à França, Bélgica, Holanda, Alemanha, Inglaterra, Luxemburgo, África do Sul, Macau, Califórnia, Nova Iorque, Canadá, Nova-Inglaterra, Venezuela e Brasil*]. Já regressámos a Lisboa, vindos do Brasil, um país com

o qual partilhámos a língua, a história e o património cultural. Foi bom, nesta noite de Natal, darmos a volta ao mundo sempre a falarmos português. Convosco, e onde quer que se encontrem, a RTP Internacional estará sempre ao seu lado 24 horas por dia [sic]. E nesta noite tão especial, partilhámos o mesmo espírito natalício: a consoada, a alegria, a saudade de Portugal e o gosto de sermos Portugueses.

(*Natal Contactos*, 24 de Dezembro de 2004)

Quem somos? Como vivemos? Diariamente, onde quer que esteja, este é o ponto de encontro de cinco milhões de portugueses. Longe de Portugal, mas sem esquecerem o seu país. Conheça as histórias de vida, contadas por quem as viveu. Dos quatro cantos do mundo, catorze Contactos das catorze maiores comunidades. Em três edições diárias, o mundo português tem um novo contacto. RTP Internacional. Mais próximo de si. Mais perto de Portugal.

(*Autopromoção Contactos*, 12 de Janeiro de 2009)

No entanto, estas emissões na primeira pessoa traduzem mudanças mais profundas do que à primeira vista transparece. A preocupação de situar o quotidiano da diáspora na sociedade de acolhimento torna-se mais rotineira, o tempo de antena concedido aos emigrantes mais generoso, a legendagem e a utilização de outros idiomas mais frequentes. De acordo com a análise de trinta edições de *França e Europa Contacto*, difundidas entre 26 de Dezembro de 2007 e 20 de Julho de 2008 – uma amostra de 113 peças, num total de 14h 05m –, os retratos, as actividades associativas, a arte e a cultura¹⁶ compõem grande parte dos alinhamentos, agendados em torno do dia-a-dia das comunidades (integração, vitalidade, regresso às origens), mas também da projecção internacional da portugalidade. *Contacto* dá mais voz aos membros da diáspora – empresários, quadros de grandes empresas, artistas, dirigentes associativos, mas também simples trabalhadores ou eleitores –, enquanto o *RTPi Notícias* confere maior visibilidade a uma elite sociocultural doméstica (políticos, desportistas, artistas) com acesso quase exclusivo aos estúdios. Embora mais de um quarto dos entrevistados deste espaço da responsabilidade da redacção do serviço público seja constituído por simples cidadãos, o seu nome é quase sempre omitido. São indivíduos quase translúcidos (espectadores, adeptos, anónimos) cuja presença no ecrã serve sobretudo para valorizar a projecção da Nação. Em contrapartida, a maioria dos cidadãos inquiridos pelos magazines *Contacto* tem nome. São apresentados como cidadãos-actores com direito a uma participação activa no espaço público. Ao discurso centralizador de Lisboa junta-se agora uma informação um pouco mais plural. Enquanto o *RTPi Notícias* esboçava a imagem de um público em busca de actualização de conhecimentos e de fortalecimento dos laços étnicos, os magazines *Contacto* olham mais para a história e o quotidiano dos portugueses residentes no

¹⁶ *França Contacto* aborda os seguintes temas: retratos (34,1%), meio associativo (18,3%), arte/cultura (12,2%), política (7,4%), diversos (7%), comemoração/homenagem (3,8%), história/memória (3,6%), tradição/património (3,1%), vida quotidiana (3%), língua portuguesa (2,9%), festa/religião (1,7%), *media* (1,6%) e economia (1,3%). No *Europa Contacto*, as estatísticas são: retratos (30,7%), meio associativo (11,9%), tradição/património (8,6%), economia (8,3%), diversos (7,3%), arte/cultura (6%), vida quotidiana (5,7%), *media* (4,7%), desporto (4,3%), comemoração/homenagem (3,3%), festa/religião (3,2%), política (2,8%), história/memória (1,7%) e língua portuguesa (1,5%).

estrangeiro, para um espaço público constituído à volta dos diferentes núcleos da diáspora. Parafraseando Helena Sousa, a RTP Internacional contribui não somente para a sedimentação da ideia de um espaço público lusófono, mas também para a permanente reconstrução da(s) comunidade(s) (2006: 180).

**Informação sobre/para a diáspora (RTP Internacional):
tempo de antena / perspectiva***

Perspectiva		Sinais (2000-2001)		RTPi Notícias (2006-2007)		França Contacto (2008)		Europa Contacto (2008)		
Diáspora	Pais de acolhimento	Integração / Sucesso Exclusão / Adversidade	03:39:50 03:09:40	09,2 % 08,0 %	01:07:13 01:35:13	06,8 % 09,7 %	02:46:56 00:00:00	40,1 % 00,0 %	01:46:41 00:00:00	24,9 % 00,0 %
	Pais de origem	Regresso às origens Diferendo com Portugal	04:33:10 00:50:40	11,5 % 02,1 %	01:38:34 00:40:59	10,0 % 04,2 %	01:12:21 00:00:00	17,4 % 00,0 %	01:56:04 00:00:00	27,1 % 00,0 %
	Emigração	Vitalidade comunitária Debilidade comunitária	04:17:20 00:13:25	10,8 % 00,5 %	00:26:50 00:03:35	02,7 % 00,4 %	01:32:09 00:00:00	22,1 % 00,0 %	00:53:16 00:00:00	12,4 % 00,0 %
	Diversos		01:50:45	04,7 %	00:48:25	04,9 %	00:28:55	06,9 %	00:31:09	07,3 %
Portugal		Promoção	08:10:10	20,6 %	02:07:47	13,0 %	00:00:00	00,0 %	00:00:00	00,0 %
		Projeção internacional	06:39:35	16,8 %	03:53:47	23,7 %	00:56:09	13,5 %	01:49:06	25,5 %
		Cooperação	02:16:40	05,7 %	01:09:07	07,0 %	00:00:00	00,0 %	00:00:00	00,0 %
		Solicitude	01:24:40	03,6 %	00:41:58	04,3 %	00:00:00	00,0 %	00:12:14	02,8 %
		Dificuldades	00:29:00	01,2 %	00:42:23	04,0 %	00:00:00	00,0 %	00:00:00	00,0 %
Olhar sobre Outrem		02:05:45	05,3 %	01:30:14	09,2 %	00:00:00	00,0 %	00:00:00	00,0 %	
TOTAL			39:40:40	100,0 %	16:26:05	100,0 %	06:56:30	100,0 %	07:08:30	100,0 %

Trabalho comparativo levado a cabo no âmbito dum pós-doutoramento financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT).

**Informação sobre/para a diáspora (RTP Internacional):
perfil dos convidados**

Perfil	RTPi Notícias (2006-2007)		França Contacto (2008)		Europa Contacto (2008)	
Arte/cultura	095	14,3 %	046	22,1 %	042	19,4 %
Artesanato	017	02,6 %	006	02,9 %	012	05,5 %
Meio associativo	037	05,6 %	042	20,2 %	022	10,1 %
Quadros função pública	028	04,2 %	002	01,0 %	004	01,8 %
Quadros sector privado	038	05,7 %	017	08,2 %	027	12,4 %
Cidadãos	190	28,5 %	052	25,0 %	072	33,2 %
Media	013	02,0 %	005	02,4 %	008	03,7 %
Política	146	21,9 %	015	07,2 %	013	06,0 %
Profissão liberal	010	01,5 %	003	01,4 %	003	01,4 %
Desporto / Espectáculo	084	12,6 %	019	09,1 %	012	05,5 %
Diversos	008	01,2 %	001	00,5 %	002	00,9 %
TOTAL	666	100,0 %	208	100,0 %	217	100,0 %

Bibliografia

- Antunes da Cunha, M. (no prelo), *Les Portugais de France face à leur télévision: de la production à la réception*, Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Antunes da Cunha, M. (2008), 'Quem passar por aqui leva Portugal no Coração. A transnacionalização do serviço público: o caso dos *talk-shows*', *Observatório*, n.º 7, pp. 274-296.
- Antunes da Cunha, M. (2006), *Télévision, migrations et enjeux identitaires: l'exemple de RTPi. La réception d'une chaîne de souveraineté culturelle par les Portugais d'Ile-de-France*, Tese de doutoramento em Ciências da Informação e da Comunicação, Paris: Université Panthéon-Assas (Paris II).
- Berger P. L. & Luckmann T. (1999), *A Construção Social da Realidade. Um livro sobre a sociologia do conhecimento*, Lisboa: Dinalivro.
- Brandão, N. G. (2002), *O Espectáculo das Notícias. A televisão generalista e a abertura dos telejornais*, Lisboa: Editorial Notícias.
- Castelo, C. (1999), «O modo português de estar no mundo». *O luso-tropicalismo e a ideologia colonial portuguesa (1933-1961)*, Lisboa: Afrontamento.
- Esquenazi, J.-P. (2002), *L'Écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble: PUG.
- Esquenazi, J.-P. (1995), 'Le téléspectateur institutionnel', in ESQUENAZI, J.-P. (ed.) (1995), *La Télévision et ses téléspectateurs*, Paris: L'Harmattan, pp. 203-217.
- Feldman-Bianco, B. (2001), 'Brazilians in Portugal, Portuguese in Brazil: constructions of sameness and difference', *Identities*, vol. 8 (4), pp. 607-650.
- Feldman-Bianco, B. (1995), 'A criação de uma nação (portuguesa) desterritorializada e a transnacionalização de famílias', *Cadernos CERU*, n.º 6, série 2, pp. 89-104.
- Freyre, G. (1954), *Um Brasileiro em Terras Portuguesas: Introdução a uma possível luso-tropicologia, acompanhada de conferências e discursos proferidos em Portugal e em terras lusitanas e ex-lusitanas da Ásia, da África e do Atlântico*, Lisboa: Livros do Brasil.
- Gonçalves, A. (1996), *Imagens e Clivagens. Os residentes face aos emigrantes*, Porto: Afrontamento.
- Jost, F. (1999), *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris: Ellipses.
- Lopes, F. (2007), *A TV das Elites. Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (1993-2005)*, Porto: Campo das Letras.
- Lopes, F. (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Coimbra: Minerva.
- Rocha-Trindade, M.-B. (1984), 'Le dialogue institué', in ORIOL M. (ed.), *Les Variations de l'identité. Étude de l'évolution de l'identité culturelle des enfants d'émigrés portugais en France et au Portugal*, vol. 1, Université de Nice: CNRS, pp. 357-377.
- Santos, B. S. (2001), 'Entre Próspero e Caliban: colonialismo, pós-colonialismo e inter-identidade', in Ramalho, M. I. & Ribeiro, A. S. (eds.), *Entre Ser e Estar: Raízes, percursos e discursos da identidade*, Porto: Afrontamento.
- Sorlin, P. (1995), 'Les journaux télévisés européens face à leurs publics', in Esquenazi J.-P. (ed.), *La Télévision et ses téléspectateurs*, Paris: L'Harmattan, pp. 117-119.
- Sousa, H. (2006), 'A mobilização do conceito de Lusofonia: o caso dos canais internacionais da RTP', in Martins, M. L. & Sousa, H. & Cabecinhas, R. (eds.) (2006), *Comunicação e Lusofonia. Para uma abordagem crítica da cultura e dos media*, Porto: Campo das Letras, pp. 165-182.