

## **O euro e a construção europeia: representações na imprensa portuguesa\***

---

*Maria João Silveirinha*

Instituto de Estudos Jornalísticos,  
Universidade de Coimbra

### *Resumo:*

No nosso texto procuraremos pensar o lugar do dinheiro, meio regulador do sistema económico, como elemento comunicativo no processo da construção da União Europeia. Sendo a comunicação pública dos assuntos europeus de grande importância para a consolidação do futuro europeu, uma análise da cobertura jornalística do lançamento do euro deverá permitir-nos observar de que forma a nova moeda, signo da identidade europeia, estabeleceu um processo de legitimidade no espaço público mediático. Afastando-nos da visão económica do dinheiro como elemento abstracto e sistémico e pensando-o antes em termos da sua dimensão social, política e simbólica, concluiremos que, mais do simples meio regulador da acção sistémica, o dinheiro, aquando do lançamento da moeda europeia, se pode constituir, no espaço público nacional, como meio de comunicação cuja legitimidade dependeu em última instância, da linguagem do espaço público.

### *Palavras-chave:*

Moeda; Euro; Identidade; Europa.

### **1. Introdução**

O processo de integração europeia é complexo e deve ser entendido na sua totalidade, isto é, nas suas dimensões social, política, económica e cultural. Consolidando-se a União Europeia por um processo fortemente normativo, a integração simbólica torna-se por conseguinte decisiva, e por isso pensamos também que será importante analisar os momentos em que todas essas dimensões

---

\* Este artigo faz parte do projecto de investigação "O euro e a Construção da Identidade Europeia" financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Agradecemos a João Pissarra a leitura crítica do texto e as pistas oferecidas para tratamento da questão em análise.

se revelam. O lançamento da moeda europeia é precisamente um desses momentos: por um lado, diz respeito à economia – tipicamente uma área complexa e tecnocrática de construção europeia – mas, por outro, constitui-se também como um processo que não se limita às lógicas dessa esfera social.

A leitura dos jornais nacionais no período de lançamento da moeda europeia pode revelar algumas das complexidades do significado do lançamento desta moeda mas, para o efeito, é necessário que tal leitura esteja enformada por uma teoria social que dê conta das manifestações empíricas observadas na imprensa. Para o efeito, começaremos por explorar o lugar e a dimensão simbólica do dinheiro no processo de construção europeia. De seguida, procuramos pensar a importância dos meios de comunicação para o processo de construção europeia. Na última parte do nosso texto faremos uma leitura do nosso corpus à luz dos contributos teóricos recolhidos, para concluirmos de uma forma que procure articular as várias dimensões em presença.

## 2. A moeda na construção da União Europeia

À Europa corresponde um longo processo de história política e intelectual, no seio da qual, por entre guerras e disputas sangrentas, se foi simultaneamente desenvolvendo uma longa linha de pensamento integracionista na base dos compromissos da soberania nacional, numa combinação de valores, tradições e comportamentos comuns.

A moeda como factor de união europeia tem os seus percursores integracionistas. Victor Hugo anteviu uma moeda única europeia propondo, num discurso para o aniversário da revolução francesa de 1848, «uma moeda continental, de base metálica e fiduciária, tendo por ponto de apoio todo o capital europeu e por motor de actividade livre 200 milhões de pessoas» (Hugo, 2004). O escritor acrescentava no mesmo discurso que «esta moeda única absorveria e substituiria todas as absurdas variedades monetárias de hoje, esfinges de príncipes, figuras de miséria, variedades que são causas de empobrecimento, porque no vai-e-vem monetário, multiplicar a variedade é multiplicar a fricção; multiplicar a fricção significa diminuir a circulação. Em questões monetárias, como em qualquer outro sector, o movimento significa a unidade» (*idem*).

Em Portugal, em 1861, Carlos Morato Roma propôs a combinação das diferentes moedas nacionais numa “Moeda Europeia” de ouro (Cardoso, 2004). A França, em 1865, criaria com a Bélgica, a Itália, a Suíça e mais tarde a Grécia, a *Union Monétaire Latine*, ou União Latina, a convenção monetária pela qual estes países concordavam em regular as suas moedas de forma uniforme, abandonada em 1927. Também a União Monetária Escandinava entre a Suécia, a Dinamarca e, mais tarde, a Noruega pedia a todos os países que produzissem

moedas com a mesma espessura, mantendo a imagética diferente em cada um (Helleiner, 2003: 134-135).

Foi no entanto no século XX, marcado por duas grandes guerras, que se desenharia de forma decisiva a face da Europa, experienciando-se na segunda metade desse mesmo século um desejo de reconciliação política que teve os seus avanços e retrocessos. A ideia de integração europeia surgiu, precisamente, para impedir que a guerra voltasse a ser realidade, tendo sido proposta pela primeira vez pelo Ministro dos Negócios Estrangeiros francês, Robert Schuman, num discurso proferido em 1950. Quanto à ideia de uma moeda única, esboçada no século anterior, viveria plenamente no século XX. O Tratado de Roma de 1957, criando os antecedentes da União Europeia, ainda que não especificasse exactamente a união monetária, realçava a necessidade de estabelecer uma coordenação de políticas e de abolir as restrições ao movimento de capital. Nos anos 60, tornara-se evidente o fim do sistema Bretton Woods, que procurara estabilizar e tornar previsíveis as taxas de câmbio. No seguimento das tentativas de controlar as moedas flutuantes na Europa, Pierre Werner, antigo Primeiro-Ministro e Ministro das Finanças do Luxemburgo, estabelecia um processo de fases múltiplas para a união monetária e económica (Tietmeyer, 2003). Em 1994, era criado o Instituto Monetário Europeu, tornando-se no mesmo ano em Banco Central Europeu (BCE).

Neste não tão longo processo, seria a dimensão económica – mais do que a política – a impulsionar um novo conceito de Europa: a própria designação de “Comunidade Económica Europeia” reflectia esse mesmo impulso de integração funcional, com base nas quatro liberdades que a caracterizavam (circulação de bens, serviços, capitais e pessoas). Mas a união política não só não estava longe do horizonte, como depressa tenderia a afirmar-se. O Tratado de Maastricht (1992), o Tratado da União Europeia, alargou competências, fortaleceu a cooperação aprovando o calendário para a introdução da moeda única e os critérios que os Estados-membros deveriam cumprir para poder aceder-lhe (critérios de convergência). Simultaneamente, introduziu direitos civis e políticos que o Tratado de Amesterdão (1997) completaria, precisando a relação entre cidadania nacional e cidadania europeia.

Desde cedo se sentiu que a União Europeia seria mais do que um mercado. A dimensão desse “mais”, porém, não é ainda hoje clara, sendo evocada em sentidos diferentes. Sendo considerável o êxito do processo de integração da União Europeia como “associação funcional”, na prossecução de interesses económicos e materiais, os seus contornos, em termos identitários, mantêm-se difusos.

Partimos da ideia de que a identidade se constitui como um processo múltiplo de pertença e de distinção, num sentido de inclusão num *nós*, ancorado em atributos reais ou imaginários e em experiências de vida abrangentes à colecti-

vidade e que a definem por contraposição a um *eles*. Articulado à experiência partilhada está também um sentido de acção colectiva.

Por outro lado, a identidade cultural pressupõe um conjunto de memórias ou um sentido de continuidade e de pertença a uma comunidade. Por isso, falar de “identidade europeia” ou de um sentimento comum de pertença à Europa é estabelecer ligações complexas e mesmo paradoxais. Na verdade, como diz Philip Schlesinger, «construir um Europeísmo [*Europeanness*] é especialmente difícil porque ele tem de emergir de uma longa história de identidades colectivas altamente conflituosas centradas nos muitos Estados-nação do continente» (Schlesinger, 1997: 68).

A Europa é, efectivamente, constituída por uma diversidade de povos e comunidades cujos pontos de referência relativos a valores, significados e identidades se sobrepõem, sem dispor de princípios unificadores claros, ainda que se possa reger por ideias que serão mais ocidentais do que propriamente europeias. Por outro lado, a presença histórica dos Estados-nação coloca em jogo a articulação das identidades nacionais com a identidade supra-nacional que se quer construir: serão essas identidades “aninhadas” umas nas outras, transversais umas às outras, ou múltiplas, inseparáveis, no “bolo de mármore” de que fala Thomas Risse (Risse, 2002: 5)?

A literatura que procura esclarecer uma ideia de identidade europeia é já vasta (por exemplo Delanty, 1995, 1998, 2002; Risse, 1999, 2002). Em geral, procura saber como definir essa identidade de uma forma que não a reduza a valores mínimos nem tão pouco a torne “espessa” no sentido da exclusividade das práticas de vida europeias. Entre estes dois pólos identitários têm sido construídos diversos modelos, como o universalismo moral, o universalismo pós-nacional, o particularismo cultural, o pragmatismo e o cosmopolitismo (Delanty, 2002). O modelo cosmopolita, que Delanty defende, apela, de uma forma hermenêutica, à herança cosmopolita da Europa, não como expressão de uma cultura partilhada mas como o reconhecimento da diferença. Esta forma de entender a identidade europeia como aquela que tem uma base plural, anti-essencialista, em que a identidade nacional já não é primária mas tem de se articular com outras formas identitárias, parece adequada à “Eurolândia”: também esta se constitui como amálgama de sistemas económicos, nacionais e regionais, com diferentes histórias e comportamentos económicos em termos de níveis de inflação, de taxas de crescimento e de desemprego, mas concorrendo, pelo menos no plano dos objectivos, à partilha de uma mesma forma de vida. O cosmopolitismo refere novas formas de vida moderna e nelas o dinheiro desempenha um papel importante.

Outra explicação relevante do significado político da identidade europeia reside no que Habermas chama ‘patriotismo constitucional’ e cujo foco são os

procedimentos democráticos partilhados, de acordo com os quais vivemos: «Esta ideia não se refere à generalidade substantiva de uma vontade popular que deveria a sua unidade a uma homogeneidade anterior de descendência ou forma de vida. O consenso pelo qual se lutou e se alcançou numa associação de pessoas livres e iguais em última instância assenta apenas na unidade de um procedimento a que todos consentimos. Este procedimento de formação da opinião e da vontade democrática assume uma forma diferenciada nas constituições baseadas no império da lei» (Habermas, 1996: 496).

A identidade europeia, sendo expressa em normas e instituições político-jurídicas, não se reduz, no entanto, a essa expressão, uma vez que também manifesta a crítica e a reflexividade inerente à modernidade. Ela emerge lentamente, ligada a um projecto político democrático capaz de ser adoptado pelos cidadãos de nações diferentes pois corresponde ao seu sentido de justiça ou de igualdade. O próprio trabalho de Habermas sugere que as «normas democráticas ou constitucionais» serão interpretadas e negociadas na interacção social. Os cidadãos não se limitam a identificar-se com as normas abstractas estabelecidas na Constituição, mas apropriam-se delas e interpretam-nas no contexto da sua história e em função dos seus horizontes ético-políticos. No entanto, tal exige, do nosso ponto de vista, recursos materiais e culturais que alimentem uma cidadania activa. Podemos entender a moeda europeia como um desses recursos culturais e simbólicos, para além da sua dimensão mais eminentemente material (económico-financeira). Nesse sentido, é também símbolo identitário de uma maior integração política. Por isso, como argumenta Thomas Risse, o euro tem tanto a ver com políticas de identidade e com visões políticas da Europa como com questões económicas (Risse, 2002).

A ligação entre integração monetária e política apenas no plano económico é, portanto, ingénua. Ela combina antes elementos económicos funcionais com elementos político-institucionais e identitários com vista a uma integração política que só se fará plenamente pelo exercício da cidadania política. Como Chantal Mouffe argumentou, «para a Europa não ser definida exclusivamente em termos de acordos económicos e reduzida a um mercado comum, a definição de uma identidade política comum tem de estar no topo da agenda e isso exige pensar a questão da cidadania. A cidadania europeia não pode ser entendida apenas em termos do estatuto legal e de um conjunto de direitos, por muito importantes que possam ser. Tem de se identificar com valores e princípios políticos constitutivos da moderna democracia» (Mouffe, 1992: 8).

A criação de um mercado único teve por objectivos fundamentais, entre outros, regular os mercados europeus, reduzir os custos das transacções e a instabilidade das taxas de câmbio, e aumentar a transparência dos preços e a vantagem competitiva. No centro do projecto euro estiveram, pois, considerações econó-

micas que se traduziram muito claramente a partir de 1 de Janeiro de 1999, quando os valores relativos das moedas dos onze Estados membros foram fixados. No entanto, a força da moeda reside nas suas próprias condições políticas de materialização: «se a união monetária era atraente na Europa porque fazia parte de um projecto maior de integração económica, era exequível porque fazia parte de um processo mais vasto de integração política» (Eichengreen, 2002: 2).

Politicamente, a convergência de Maastricht foi implantada por um banco central política e legalmente credível e independente, o Banco Central Europeu, representando uma instituição de governação transnacional em cujas decisões todos os países tinham alguma participação. A sua legitimidade política reside na ligação às outras instituições europeias, nomeadamente ao Parlamento Europeu, perante o qual tem de responder. Foi este mesmo Banco Central Europeu que assumiu a responsabilidade por uma política monetária comum.

O espaço europeu do euro é resultado da união de sistemas nacionais com diferentes histórias, nomeadamente económicas. Uma das particularidades da União Europeia é o facto de ela se construir como “política de geometria variável”, cuja evolução, à excepção do Mercado Comum, não ocorreu de forma simultânea em todos os seus Estados. Também a “Eurolândia” se constitui como amálgama de sistemas económicos nacionais e regionais com diferentes comportamentos em termos de níveis de inflação, de taxas de crescimento e de desemprego. Este é, aliás, o aspecto realçado no processo de adesão ao euro: os critérios de convergência para a mesma moeda não foram, sobretudo ou apenas, as funções tradicionais do dinheiro definidas pela economia (unidade de troca, unidade de conta e reserva de valor), mas os factores que precisamente realçam as diferenças entre países: os correspondentes défices públicos, a dívida pública acumulada relativamente ao produto nacional e a estabilidade de preços (esta última apontada mais claramente para as funções do dinheiro). Por isso, foi necessária uma negociação para adesão à nova moeda, procurando atenuar as diferenças nacionais a fim de gerar solidariedade entre os cidadãos dos diferentes países.

Nesse sentido, o Mercado Comum, e agora a União Monetária, são plataformas a partir das quais se poderia gerar a união política sendo esta traduzida por um documento constitucional capaz de permitir a criação de um *demos* europeu, estabelecendo a verdadeira união política subjacente à unidade monetária europeia (Habermas, 2000). Poderá o lançamento da moeda única e a cobertura que dela fez a imprensa nacional revelar a possibilidade de criação desse *demos*? Antes de tentarmos responder a essa questão é preciso ainda pensar a dimensão simbólica do dinheiro.

### 3. O traço de uniao simbólico

A centralização da autoridade política e a consequente eliminação da divisão ou dissensão simbólica interna é facilitada na medida em que somos (ou deveremos perceber-nos como) cidadãos e membros de uma única unidade social – todos parte da mesma ‘comunidade imaginada’ como lhe chama Benedict Anderson (1983) –, o que realça que os Estados não só são construídos pela força, mas igualmente pela lealdade, por um compromisso voluntário para com uma identidade comum. Anderson chama a atenção, precisamente, para a interacção simbólica entre as comunidades e o Estado ao nível das identidades e pensamos que dessa interacção faz também parte a moeda.

A distinção crítica entre *nós* e *eles* pode ser exaltada por diferentes símbolos tangíveis: bandeiras, hinos, arquitectura pública, equipas desportivas nacionais. E entre os elementos mais potentes está também a moeda, pelo que a partilha de um mesmo dinheiro pode servir para aumentar um sentido de identidade nacional de duas formas: primeiro, porque é emitida pelo seu governo ou banco central, a moeda corrente actua como uma recordação diária aos cidadãos da sua ligação ao Estado; segundo, dado o seu uso universal, a moeda sublinha a pertença a uma mesma entidade social, como acontece maioritariamente com as línguas nacionais. Ora, a mesma justificação se aplica a uma identidade supra-nacional como é a União Europeia: um dinheiro comum poderá ajudar a homogeneizar grupos sociais diversos e frequentemente antagónicos e, por sua vez, esta mesma identidade poderá ajudar a um bom funcionamento da ordem monetária<sup>1</sup>.

Politicamente uma moeda nacional pode não ser um atributo essencial de soberania do Estado mas, em geral, foi assim considerada, juntamente com o exército e o lançamento de impostos. Também a linguagem se constitui como um dos mais importantes indicadores simbólicos da identidade nacional, acompanhado por outros “factores étnicos” de distinção como a alimentação, o vestuário e os costumes. Atravessar fronteiras nacionais significa, em muitos aspectos, mudar os códigos semânticos e, ao considerar a moeda, é afinal disso mesmo que falamos. O dinheiro está, com efeito, muito associado às “fronteiras” que, nos Estados nacionais, são mantidas não só por elementos territoriais, mas também – e de forma crescente – por distinções simbólicas que indicam identidades nacionais como passaportes, bandeiras e moedas. Estas distinções simbólicas indicam assim determinadas identidades, servindo, a diversos níveis, para incluir e excluir.

No caso da moeda, a sua iconografia demonstra isso mesmo: às várias moedas correspondem narrativas históricas nacionais produzidas e reproduzidas de «formas autorizadas pelo Estado» (Pointon, 1998: 231), o que pode ser visto de forma geral em todas as moedas nacionais europeias.

A concepção do símbolo do euro invoca uma origem comum: pela representação da letra grega épsilon, apontando para o berço da civilização europeia, sendo também a primeira letra da palavra “Europa” acrescida de um factor político-económico simbólico (as duas linhas paralelas representantes da estabilidade do euro).

Quanto a moedas e notas, o seu desenho corresponde à tentativa de criar signos que se prestem a interpretações múltiplas e que, «em vez de impor uma só visão da Europa, convidem o cidadão-consumidor a desenvolver a sua própria visão» (Hymans, 2004: 21). Terá sido nesse sentido que a iconografia das notas europeias foi decidida por um concurso lançado pelo Instituto Monetário Europeu que se limitava a duas opções: épocas e estilos da Europa e um tema abstracto ou moderno. Os desenhos finais, cujo autor é Robert Kalina, contêm símbolos estreitamente relacionados com certas fases históricas marcantes do património arquitectónico europeu, onde predominam janelas e pórticos que simbolizam o espírito de abertura e cooperação; no verso, é apresentada uma ponte, metáfora sobre a comunicação entre os povos da Europa e o resto do mundo. Relativamente à moeda, a face comum, desenhada por Luc Luycx, procura ser uma representação (e não tanto um mapa) da Europa, que depois varia pela sua representação no mundo, da União como um grupo de nações e de uma Europa sem fronteiras.

A iconografia das faces portuguesas integra elementos tradicionais, fortemente associados ao berço da identidade nacional, a par da simbologia própria da União Europeia. As faces portuguesas têm os selos da autentificação régia (de 1134, 1142, 1144), os selos que o primeiro rei de Portugal utilizava para autenticar os seus documentos. Contêm ainda a epígrafe “Portugal”, os seus castelos e escudos, rodeados pelas estrelas da Europa, simbolizando o diálogo, a troca de valores e a dinâmica da construção europeia. Os símbolos escolhidos, segundo a memória descritiva das moedas, da autoria de Vítor Manuel dos Santos, procuram reflectir uma forte presença da identidade nacional. No entanto, essa identidade é a mais remota possível. Por um lado, refere-se a um tempo onde, na verdade, não existia ainda uma moeda nacional, mas circulava uma espécie de “euro peninsular”, o Morabitino. Por outro lado, remonta ao período de formação do país, isto é, a um “berço” de nacionalidade, nacionalidade essa que levaria ainda muito tempo a construir (nestas datas Portugal não tinha ainda sequer uma configuração geográfica que incluísse, por exemplo, Lisboa). Esta é uma memória simbólica algo afastada dos elementos identitários com que nos habituámos a pensar Portugal: o país dos actuais territórios, dos factos heróicos, das conquistas, das adversidades dos mares e das descobertas. De algum modo, confirma o afastamento da moeda do Estado-nação afirmado nos séculos mais recentes, o Estado conquistador e colonial, virado para África e para o mar, e uma aproximação a novos entendimentos e origens de um país que se pretende agora da Europa e pela Europa.



O desenho da moeda corrente europeia procurou, assim, articular uma identidade colectiva que, não negando as origens nacionais, encontrasse símbolos de pertença colectiva a uma mesma memória arquitectónica (mais ou menos difusa), e sobretudo a um mesmo imaginário de “pontes”, “arcos” e “monumentos” que construíssem a grande “casa europeia” projectada com ideais de futuro e modernidade. Estes ideais de pertença não são apenas, naturalmente, simbólicos: incluem enraizamentos normativos muito concretos que passam pelo desenvolvimento de direitos e cidadania, pelo desenvolvimento económico e por redes transnacionais de cooperação. Como já insistimos, sendo a dimensão simbólica importante, o êxito de uma ideia de Europa não depende apenas da união monetária, mas da sua concretização política, social e cultural e do desenvolvimento de uma modernidade colectiva.

O nosso ponto de partida é que a moeda europeia não se limita à sua dimensão funcional e abstracta, mas pode ser um ponto de ancoragem para as representações dos cidadãos europeus e concorrer para a construção do que Habermas chama um *demos* europeu. Partindo deste autor, divergimos parcialmente dele, na medida em que coloca o dinheiro do lado dos “sistemas”, considerando-o um meio sistémico e não comunicativo. Os sistemas e os seus media reguladores são por ele equacionados no plano da operacionalidade e não da legitimidade. No entanto, o mesmo autor defende uma legitimidade dos sistemas funcionais que não é, ou não pode ser, gerada internamente pelos próprios sistemas, pelo que os media funcionais (dinheiro e poder) dependem em última instância do meio de comunicação por excelência que é a linguagem. Habermas desenvolveu consistentemente esta ideia sobre o poder, mas não para o sistema económico, e é nossa opinião que o lançamento da moeda europeia constitui um momento em que tal pode ser equacionado: o dinheiro, como meio regulador do sistema económico, não deve ser entendido apenas do ponto de vista da sua operacionalidade. Não há uma verdadeira separação entre media funcionais e linguagem. Essa perspectiva implica também um afastamento da visão tradicional da economia, onde o estudo do dinheiro se tem centrado na sua função de racionalização e de “abstracção”, que pode ser ligada ao funcionamento das sociedades e da sua relação com a confiança.

Numa perspectiva política, o lançamento do euro apagará fronteiras dos Estados, juntando-os num horizonte partilhado da Europa. Do nosso ponto de vista, este horizonte é não só constituído parcialmente pela iconografia simbólica da moeda mas também pela contextualização local que o cidadão dele faz, isto é, por uma legitimidade da ordem da comunicação. O significado “comunicativo” da moeda europeia, pelo menos aquando do seu lançamento, pode ser visto na atenção dada aos seus usos locais e diários, na discussão gerada a partir das suas implicações, nos processos de construção de um consenso,

na presença que ocupou no espaço público – espaço público esse que, nas nossas sociedades, não pode deixar de abarcar os meios de comunicação social.

#### **4. Os meios de comunicação social e a construção europeia**

Na conclusão de uma revisão que faz ao seu conceito original de espaço público, Habermas distingue entre “a produção comunicativa de poder legítimo” por um lado, e “o uso manipulador do poder dos media na busca de lealdade das massas, exigências de consumo e ‘sintonia’ com os imperativos sistémicos, por outro” (1992: 452). Isto está de acordo com a sua visão de uma certa ambiguidade dos media, que apresentam «a dupla face de Janus: iluminista e guia; informação e propaganda, pedagogia e manipulação» (Habermas, 1981: 230). No seu trabalho sobre o Direito, a discussão que faz do carácter normativo dos media e do espaço público não chega a ser conclusiva quanto ao papel destes na democracia. Esta análise, no entanto, parece imprescindível no momento de entender o processo de construção Europeia.

Na verdade, cremos que, como defende Craig Calhoun (2003: 246), o papel da comunicação pública na construção da Europa tem sido negligenciado. Três observações deste autor parecem-nos importantes para recordar aqui. Por um lado, o facto de a integração europeia ter sido impulsionada por projectos “negativos”, isto é, procurando evitar a guerra e evitar a hegemonia económica de outros. Por outro lado, o facto de a construção europeia se ter vindo a fazer sobretudo com base apenas nos acordos entre os governos dos diferentes Estados membros. Por fim, o pressuposto de que, sendo estes Estados democráticos, os seus acordos não são contrários à democracia, mas têm, na verdade, resultado num processo menos transparente, menos passível à participação dos cidadãos e mais permeável à influência de uma elite tecnocrática interna.

Com efeito, para muitos cidadãos europeus, a experiência mais directa é a das políticas nacionais e a União Europeia é vista como distante, como uma entidade sobre a qual têm pouca ou nenhuma influência. Isto tem produzido uma tensão entre o desenvolvimento institucional da Europa, as suas competências e influência sobre as condições de vida dos europeus, por um lado, e a predominância do espaço nacional como fonte de identificação da sua cidadania por outro. A essa tensão tem sido chamado “défice democrático” (Meyer, 1999, Arnulf *et al*, 2003), sendo certo que o mesmo tem por base um défice de conhecimento e mesmo de comunicação. Neste contexto, os meios de comunicação aparecem como os que maior potencial têm para realizar o espaço público, uma vez que «hoje, os jornais e as revistas, a rádio e a televisão são os media do espaço público» (Habermas, 1989:136).

Apesar desse potencial, no entanto, não se podem tirar conclusões taxativas relativas aos media. Por exemplo, a abordagem aos media centrada na questão

do espaço público europeu tem feito sentir a centralidade dos media nesse espaço, mas realça a ausência de um sistema mediático transnacional ou da transnacionalidade dos próprios media em função da linguagem (Schlesinger, 1997). Os estudos empíricos que investigam a relação dos media com a Europa apontam, em geral, para um papel limitado das questões europeias na imprensa (de Vreese *at al.*, 2001), bem como para o facto de a publicidade das questões europeias ser limitada (Risse, 2003). No entanto, aponta-se também que a cobertura nacional de acontecimentos-chave europeus tem um papel crucial no desenvolvimento de uma identidade europeia partilhada e na construção da opinião pública (de Vreese 2001, de Vreese *at al.*, 2001), referindo o facto de haver uma agenda comum nos diferentes Estados (Risse, 2003). Assim, mesmo que a visibilidade seja pequena, há ainda um espaço partilhado onde são tratadas questões comuns. Por fim, muitos destes estudos apontam também para a negatividade da presença da Europa nos media, como é o caso do trabalho desenvolvido por de Vreese, Peter e Semetko (2003). Baseados numa análise das notícias europeias ao longo de onze meses, em seis países, verificaram que raramente a Europa era valorizada e que a cobertura tendia a ser negativa. As análises relativas à cobertura do euro nos media europeus (de Vreese 2001; Werder, 2002; Triandafyllidou, 2003; Firmstone, 2003; Jiménez, 2002) procuraram indagar da sua visibilidade, da agenda noticiosa, dos enquadramentos noticiosos e do papel da imprensa nacional no lançamento da nova moeda<sup>2</sup>.

Na nossa tentativa de resposta ao papel do euro na construção da Europa, a imprensa será primordialmente interrogada como um meio específico de articulação do espaço público que, a partir das suas lógicas próprias, é certamente um dos *locus* privilegiados por onde flui e se constrói a legitimidade comunicacional da realidade colectiva. Nas notícias e nos espaços de opinião da imprensa, será possível observar como a moeda europeia foi tema de discussão, de visibilidade e se tornou um quadro de referência para os cidadãos. Podemos, assim, analisar a construção dos acontecimentos ligados ao lançamento da moeda europeia nas suas dimensões económica, política, social e simbólica, procurando estabelecer como a imprensa ajuda a construir os processos de integração a estes diferentes níveis. Isto, por sua vez, deve permitir-nos estabelecer o papel dos media e das suas mensagens e o papel desta representação do dinheiro no processo de construção europeia.

## 5. O euro na Imprensa portuguesa

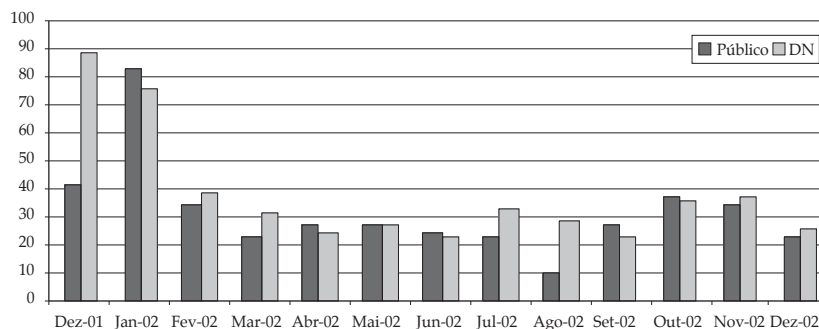
A nossa análise contempla 13 meses de cobertura jornalística (início de Dezembro de 2001 a final de Dezembro de 2002) em que o euro foi tema de matéria noticiosa, como foco principal, em dois jornais, *Público* e *Diário Notícias*

(DN), situados no espectro dos jornais nacionais de referência pela prioridade que conferem a temas de interesse público, sendo os mais lidos pelas elites<sup>3</sup>.

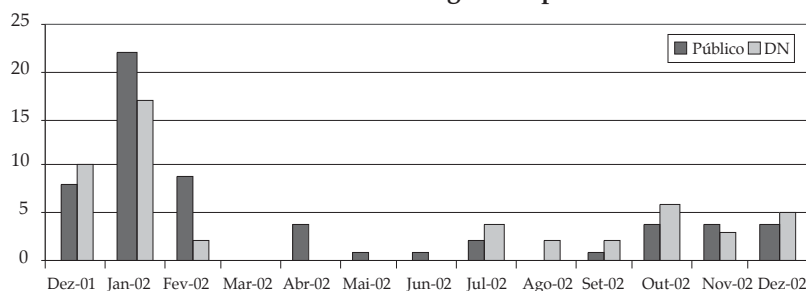
Interessa-nos, neste texto, dar conta dos elementos gerais da cobertura e determo-nos em maior detalhe no período pré e pós-lançamento da moeda pois estes são, do nosso ponto de vista, os períodos em que melhor pode ser observada a preparação, implementação e recepção da nova moeda do ponto de vista dos cidadãos nacionais e europeus. A inserção destes períodos restritos num espaço temporal mais amplo permite, por outro lado, observar como se estabeleceu a moeda do ponto de vista da integração nos sistemas social, político e económico.

Juntos, os dois jornais dedicaram 917 notícias e 111 artigos de opinião aos temas onde a moeda foi focada, ao longo de 13 meses, com concentração no período imediatamente pré e pós-lançamento (Gráficos 1 e 2):

**Gráfico 1 – Total de notícias**



**Gráfico 2 – Total de artigos de opiniao**



Se, do estrito ponto de vista da linguagem mediática, a concentração temporal se justifica em termos de expectativa e de novidade – factores sempre importantes nos media –, do ponto de vista social, político e económico, ela revela como o que estava em causa era uma mudança que, embora preparada há longos meses pelas instituições europeias, foi percebida pelos jornais como algo a que havia que dar atenção pelas suas profundas consequências imediatas na vida de todos os cidadãos.

O número de artigos de opinião onde a moeda esteve presente é também muito revelador da forma como ela ocupou um lugar central no espaço público mediatizado (Quadro I):

**Quadro I - Artigos de Opinião**

Opinião (Dez. 2001/ Dez 2002)	Público	DN	TOTAL
Editorial	10	18	28
Análise	12	6	18
Coluna regular no espaço de opinião	24	15	39
Artigo extra-regular no espaço de opinião	2	2	4
Artigo no espaço particular da secção	5	2	7
Cartoon	7	8	15

São igualmente muito reveladoras as 86 manchetes e 72 chamadas de primeira página que os dois jornais fizeram com temas onde o euro esteve expressamente presente. A centralidade referida pode ainda ser observada na frequência (N=347) com que a moeda propriamente dita se constituiu tema principal das notícias sobre o euro (Quadro II):

**Quadro II - Temas europeus nas notícias de que o euro constituiu foco explícito**

Dez. 2001 / Dez 2002	Freq. N=	Percent %
agricultura e pecuária	7	0,8%
alargamento	13	1,4%
ambiente	3	0,3%
assistência/ pobreza/ condições sociais	7	0,8%
cimeira (foco no evento)	12	1,3%
constituição	4	0,4%
cultura	1	0,1%
desastres	1	0,1%
desemprego	7	0,8%
emprego	2	0,2%
euro	347	37,8%
imigração	1	0,1%
indústria	20	2,2%
inflação	62	6,8%
justiça	1	0,1%
normas jurídicas	4	0,4%
pescas	7	0,8%
política externa	5	0,5%
política económica/ financeira	136	14,8%
Portugal na Europa	47	5,1%
relações entre países da UE	8	0,9%
fundos estruturais	33	3,6%
PEC	167	18,2%
outro	22	2,4%
Total	917	100,0%

Na tabela II, é também já possível observar um outro dado importante: o peso dos temas “política económico-financeira” e “Pacto de Estabilidade e Crescimento” (PEC), de que adiante falaremos.

Por fim, é de assinalar as vozes, directas ou indirectas das notícias, presentes no espaço público por via das notícias sobre o euro (Quadro III):

**Quadro III – Vozes predominantes**

Dez. 2001 / Dez 2002	Freq. N=	Percent %.
Entidades colectivas (Estado nacional)	4	0,4%
Entidades colectivas (União)	9	1,0%
Banco Central Europeu	84	9,2%
Banco Europeu de Investimento	2	0,2%
Conselho da União Europeia	4	0,4%
Comissão Europeia	138	15,0%
Ministros EcoFin	7	0,8%
Ministros Agricultura	1	0,1%
Ministros nacionais	157	17,1%
Banco de Portugal	30	3,3%
Presidência	6	0,7%
Deputados Europeus	10	1,1%
Personalidades do domínio económico-financeiro	16	1,7%
Sindicatos	8	0,9%
ONG	26	2,8%
OCDE	3	0,3%
Políticos governo/ autarquias	10	1,1%
Políticos oposição	18	2,0%
Deputados UE	2	0,2%
Instituições oficiais nacionais diversas	33	3,6%
Peritos	113	12,3%
Vox populi	50	5,5%
Empresários	20	2,2%
Bancos	23	2,5%
Outros	143	15,6%
Total	917	100,0%

As vozes de autoridade mais frequentes no espaço público mediatizado foram as de políticos oficiais e, como seria de esperar, da Comissão e das instituições europeias. No entanto, é assinalável, a presença, nas notícias, de outras vozes da sociedade civil, facto a que deve ser acrescentado o número de textos de opinião sobre a matéria em causa. Revela-se, assim, que se as elites tecnocráticas e políticas tiveram o seu espaço destacado, a atenção à participação dos cidadãos não foi descurada pelos jornais.

Concentrando-nos agora num período mais restrito de análise, o período pré-lançamento (Dezembro 2001) e imediatamente pós-lançamento (Janeiro-Fevereiro 2002), podemos observar, em termos gerais, que as principais

conclusões a apontar são a importância atribuída à nova moeda, e o entusiasmo com que foi recebida – tal como foi descrito noutras pesquisas (Triandafyllidou, 2003; Jiménez, 2002) – e a proeminência que ambos os jornais dedicaram ao tema.

A importância revelou-se desde logo no lugar que a nova moeda ocupou na agenda dos jornais e nos enquadramentos que ela recebeu. Em Dezembro de 2001, o mês da Conferência de Laeken – acontecimento de grande importância política, uma vez que nele se adoptou a “Declaração sobre o Futuro da União Europeia” preparando a Constituição –, a ênfase foi para a moeda. Em ambos os jornais, o euro foi coberto como tema da economia, mas, à medida que o dia se aproximava, as notícias procuravam dar conta de como o lançamento da moeda afectaria o quotidiano das pessoas, em Portugal e noutros países. Isto revela uma preocupação com a vivência da moeda, necessária não apenas ao seu funcionamento sistémico, mas à sua *legitimação* social e política<sup>4</sup>.

O impacto do lançamento de euro sobre a vida dos cidadãos foi representado como uma operação de alguns pequenos problemas, nomeadamente pela informação de falsificações e histórias de fraude como, aliás, foi descrito noutras pesquisas (Jiménez, 2002). Ambos os jornais portugueses mencionaram também os problemas económicos, como os aumentos de preços devido ao arredondamento na conversão do escudo para o euro. Apesar disso, nenhum fez qualquer crítica à integração europeia e não se encontrou neles qualquer contradição entre interesses nacionais e europeus. A nostalgia do escudo esteve quase completamente ausente nos jornais. A preocupação com possíveis impactos sobre a vida dos cidadãos representou, assim, não tanto matéria para discussão e debate, mas o progressivo sentido de antecipação de uma mudança inevitável cujos contornos apenas se tornariam claros nos tempos que se avizinhavam.

A iconografia no período pré-lançamento é um elemento a que podemos associar o traço de união simbólico a que atrás referíamos. Uma primeira categoria desta iconografia é sobretudo “abstracta”, incluindo a fotografia ou infografia das moedas mostrando maioritariamente a sua “face europeia” e o símbolo de euro, o que revela a assumida dissociação do carácter nacional da moeda. Um segundo conjunto de ilustrações associou várias fotografias da moeda aos líderes europeus, nomeadamente Wim Duisenberg, presidente do Banco Central Europeu – sobretudo presente no *DN*, um sinal do carácter institucional deste jornal. Outro tipo de iconografia associou a moeda às compras, através das moedas e etiquetas de preço. Por fim, a partir do momento em que os primeiros *kits* de euros foram lançados, o euro foi sobretudo representado nas mãos de cidadãos. As imagens icónicas remetem portanto para a divulgação e familiarização da moeda, bem como para a sua “materialização” vivida, numa partilha imaginária europeia.

No dia do lançamento do euro, 1 de Janeiro de 2002, o *Público* não seria editado por ser feriado. Assim, na véspera do lançamento, este jornal assinalava

a chegada da nova moeda antecipando que “a Europa festeja o nascimento do euro”. Sublinhava também que, “pela primeira vez na História da Humanidade, doze países independentes e soberanos, decidiram livre e pacificamente adoptar uma moeda criada de raiz, partilhando, através dela, a mesma ambição de paz e prosperidade para a Europa” (*Público*, 31.12.01). Significativamente, foi neste dia que a história do escudo foi finalmente recordada neste jornal, sob o título “Escudo perto do adeus definitivo” e o também significativo subtítulo “A moeda portuguesa despede-se de vez no final de Fevereiro, após 90 anos de existência, mas não deverá deixar muitas saudades”.

No *DN*, a referência ao euro e as grandes manchetes aguardavam o dia de lançamento, em que o jornal saiu à rua, apesar de ser feriado. No primeiro dia do ano, o *DN* referia em título a “corrida ao euro”, apresentava o “euroSuperStar”, confirmava que a moeda tinha “finalmente chegado”. Os seus títulos referiam-se ao enorme número de euros a circular nas mãos dos europeus. O jornal concentrava-se na economia, apontava questões de segurança e dava espaço às vozes institucionais. O seu editorial apontava o “acontecimento histórico”, destacava o “vasto e extraordinário processo de construção” da Europa e mostrava que a União Monetária era apenas parte desse processo maior.

No início de Janeiro, os dois jornais apresentavam o euro nas suas primeiras páginas, com grandes fotografias de celebração, e o tom de apreciação era muito favorável em termos do impacto na vida dos cidadãos. O período de pós-lançamento continha a ideia de que o lançamento da nova moeda era um grande sucesso, não só em Portugal, mas em toda a zona-euro. São assinaláveis as várias histórias relacionadas com o entusiasmo dos cidadãos e o maciço afluxo aos bancos e caixas multibanco, revelando, igualmente, como todas as inconveniências tinham sido superadas com êxito.

Ambos os jornais contaram pequenas histórias de como o euro estava a ser aceite de formas diferentes. A palavra “euroforia”, em destaque, descrevia o ambiente geral na Europa e também em Portugal, mostrando como a nova moeda estava a ser muito bem recebida, ultrapassando todas as expectativas.

O *Público* deu grande relevo ao ambiente geral vivido na Europa afirmando em manchete de primeira página do dia 2 de Janeiro, que a “Europa festeja passo de gigante para o mundo”. No dia seguinte, o jornal põe em título que “Portugueses estenderam uma passadeira vermelha ao euro” e escreve que aqueles estavam “com pressa de se livrarem dos escudos”. No mesmo dia, faz bom uso da sua rede de correspondentes e conta “pequenas histórias de um grande acontecimento” das quais metade é relativa a outros países europeus, o que veicula uma forte sensação de comunidade de partilha do euro. Nos seus espaços de opinião, louva-se a nação por ter vencido “a batalha de euro com distinção” mas alerta-se que “O euro não nos protege de tudo” (4.01.02).



Globalmente, quando consideramos os resultados do estudo de Vreese *et al.* (2001) referindo o enquadramento de conflito e das consequências económicas dos acontecimentos, assuntos e políticas, verificamos que, também nestes dois jornais, ainda que não tenha deixado de se marcar a não-adesão de alguns países, o euro não foi focado pela perspectiva do conflito, mas pelo consenso.

O enquadramento privilegiado foi o das suas consequências económicas, enfatizando as implicações para a macroeconomia nacional. Por exemplo, logo a 9 de Janeiro, o *DN* referia que “Portugal diverge da zona euro”. Um tema importante foi também o da paridade de euro com o dólar, frequentemente mencionada.

Na verdade, as muitas histórias sobre a moeda e os seus funcionamentos, veiculadoras do sentimento de partilha de uma moeda “vívda”, concentraram-se nos dias do lançamento. Depressa, no entanto, essas histórias se extinguiriam, sendo substituídas por outros temas, largamente de natureza económica. Depois das duas primeiras semanas de assuntos sociais, políticos e práticos, a cobertura jornalística afastou-se, de facto, dos significados e questões de ordem prática do euro para focar novos problemas que obscureceram o optimismo geral sentido no período anterior. Aqui, os assuntos económicos lideraram e a economia tornou-se uma área chave de preocupação e de negatividade o que, uma vez mais, está de acordo com os resultados de Vreese *et al.* (2001). Não só a introdução do euro como um sucesso rapidamente se esvaziou enquanto noticiabilidade, como outros eventos começaram a tomar um lugar mais importante na agenda, deslocando o dinheiro da esfera do quotidiano social, em que começou por estar, para o seu lugar quase exclusivo na economia.

A partir de finais de Janeiro, o evento principal focado pela imprensa passou a ser o Pacto de Estabilidade e Crescimento: o “alerta rápido” à economia portuguesa por causa dos elevados níveis do défice, que chegaria em grande força no mês de Fevereiro.

## **6. Conclusão: do euro ao demos europeu**

O lançamento do euro constituiu uma oportunidade para fortalecer a necessária legitimidade da União Europeia e da sua “economia oficial”, conduzida pela confiança e pela compreensão do dinheiro nos seus usos quotidianos. Aqui, e ainda que por pouco tempo, o dinheiro teve um potencial comunicativo. As notícias de imprensa dão conta dessa possibilidade, ainda que a uma limitada extensão. Da nossa análise podemos concluir que, embora a visão do projecto europeu retratada ao longo do ano nos jornais fosse essencialmente focada na economia nacional, imediatamente antes e depois do lançamento da moeda esta foi tratada como instrumento que traria crescimento económico para o país por via do crescimento económico da Europa. Assim, a imprensa também

estabeleceu áreas de concordância e de partilha de experiências com outros cidadãos da Europa. Como um processo partilhado, esta foi uma oportunidade para estabelecer o sentido de uma sociedade constituída sob a mesma entidade política, social e económica. Os artigos sobre protecções contra fraude, perguntas frequentes, descrição das moedas e notas e das regras de conversão e como poderia ser afectada a vida quotidiana dos cidadãos, bem como a tonalidade de sucesso a sobrepor-se aos problemas secundários, não constituíram simplesmente histórias individualizadas mas narrativas que, mesmo mantendo o enfoque nacional, se dirigiram aos leitores como parte de um processo colectivo e supranacional.

Os artigos enquadraram a nova moeda na sua dimensão não apenas económica, mas também social e quotidiana, proporcionando aos leitores o sentido da experiência comum a outros cidadãos europeus. O lançamento do euro foi, assim, uma oportunidade de cobrir jornalisticamente a “realidade” da nova moeda a partir do enraizamento do dinheiro nas redes sociais (Dodd, 2001a, 2001b). Constituiu uma nova oportunidade para os cidadãos usarem as moedas num contexto novo, como parte de uma comunidade maior, mesmo que tivessem sido habituados a usar as moedas nacionais. Uma conclusão a notar é como o euro foi facilmente aceite (e mesmo considerado uma inevitabilidade); e como a nostalgia do escudo esteve consideravelmente ausente. O contexto histórico do “velho” dinheiro que desapareceria foi muito pouco relevante. Pelo contrário, o euro foi olhado “para a frente”, como um caminho “a percorrer”, numa contagem decrescente irreversível. Este era um marco histórico interpretado ao seu nível simbólico como um fortalecimento da integração e identidade europeia.

Porém, pouco tempo depois do lançamento, este potencial “comunicativo” foi posto de lado e as notícias de ambos os jornais analisados revelaram um euro crescentemente dissolvido sob os imperativos do sistema monetário. De um ponto de vista da noticiabilidade, isto é compreensível: depois da moeda, emergiram novos problemas, como as consequências económicas da integração monetária. Do ponto de vista da legitimidade da moeda, o seu re-enquadramento nestes âmbitos sistémicos poderá revelar que o problema foi superado e que se estabeleceu alguma forma de consenso sobre o seu significado político e social.

No entanto, os aspectos de convergência económicos eram de facto parte do euro, e nunca estiveram longe das notícias ou do espaço da opinião. Isto revela não só a complexidade do funcionamento da moeda europeia como a fragilidade dos assuntos económicos para a construção de uma identidade europeia. Como diz Larry Siedentop (2000: 32), «se a linguagem com que a União Europeia se identifica e cria se torna essencialmente económica, então as perspectivas de auto-governança na Europa são de facto sombrias».

Como avaliar, então, o papel quer do dinheiro, quer da imprensa, neste momento da construção europeia? Relatando inicialmente com expectativa, como uma experiência colectiva, de partilha e de desenvolvimento, num quotidiano vivido, estes dois jornais deram a ver o momento “comunicacional” de uma moeda a necessitar de legitimação e não apenas de enquadramento sistémico. É certo que depressa assumiram a sua posição funcional em termos sistémicos mas, por um momento, foi possível, pelo espaço público mediatizado, partilhar pelo dinheiro uma experiência comum europeia.

Não seria realista esperar que, passada a novidade, a imprensa mantivesse a moeda num lugar que esta não tem habitualmente nas nossas sociedades. No entanto, o número e a proeminência de notícias e de artigos de opinião, bem como os termos em que o lançamento da moeda foi relatado, revelam que a sua importância se manteve para além do período inicial do lançamento e que, mesmo como elemento sistémico, a moeda e os temas a ela ligados necessitaram de discussão e de presença no espaço público.

Este foi, pois, um momento revelador não só de como a identidade europeia poderia ser melhor construída se a ela correspondesse menos economia e mais cidadania colectiva, mas também de como, ao euro, pode corresponder uma “moeda” comunicacional.

## Notas

<sup>1</sup> Valerá a pena referir que, em 2004, três anos depois da introdução da moeda, em Portugal, a maioria dos portugueses inquiridos numa sondagem (55%) não se afastava muito da média dos europeus (53%) que acreditava que o euro é, no seu conjunto, benéfico para o país. Desde a introdução do euro, a maioria (78%) dos cidadãos inquiridos não considerava que o seu sentimento de ser europeu tivesse aumentado ou diminuído. Aqueles que indicaram esse aumento para “um pouco mais europeus” representam 19% do total. (Flash EB 165, “The Euro, 3 years later”, Report p. 42, EOS Gallup Europe, 2004). Face a estes indicadores, pensamos não só que três anos é um prazo de tempo curto para a homogeneização referida, mas que as respostas a inquéritos desta natureza, sobre uma questão tão fluida como a “identidade”, não serão as manifestações mais seguras da relação que procurámos estabelecer (Cfr. Bourdieu, Pierre, [1984], “L’Opinion Publique n’existe pas”, *Questions de Sociologie*, Les Editions de Minuit). cremos que essa relação se estabelece mais a prazo e que se manifesta em formas de solidariedade não necessariamente traduzíveis em respostas subjectivas.

<sup>2</sup> Destes estudos, realce-se a atenção de de Vreese *et. al* (2001) aos enquadramentos políticos aquando do lançamento do euro, em 1999. A pesquisa analisou a forma como os dois enquadramentos mais frequentes na cobertura de temas de ordem política e económica – *conflito* e *consequências económicas* – se destacam nas notícias políticas e económicas em geral e na introdução do euro em particular. A análise incidiu em quatro Estados-membros (Holanda, Dinamarca, Alemanha e Reino Unido) que diferem em

dimensão e no apoio à UEM e os autores registaram uma ênfase no *conflito* e nas *consequências económicas* como enquadramentos das peças sobre política e economia e sobre a introdução do euro. O *conflito* aparecia mais do que as *consequências económicas* nas peças sobre política e economia, nos quatro países. O contrário acontecia nas peças sobre o euro, que salientavam as *consequências económicas*.

<sup>3</sup>O *corpus* em análise consistiu no acervo de *clipping* cedido pela Representação da Comissão Europeia em Portugal. As notícias recolhidas foram todas aquelas onde a moeda surgia como tema explícito (excluindo gráficos e tabelas de câmbios). Aos materiais do *corpus* foram aplicados, numa primeira fase, técnicas de análise de conteúdo (quantitativas) complementadas por uma análise discursiva e multimodal de algumas unidades noticiosas seleccionadas. As variáveis foram construídas indutiva e dedutivamente, de forma interactiva, resultantes tanto de uma grelha decorrente dos enquadramentos teóricos como dos temas de interesse de análise de imprensa. O pré-teste realizado a 100 peças estabilizaria uma grelha de análise com 13 variáveis (e respectivas sub-categorias) para a análise das notícias (mês, espaço, proeminência, secção, peça, imagem, voz, nacionalidade dos actores, grupo de países da acção, lugares de onde se fala, metáforas, fontes, tema) e para os editoriais (espaço, imagem, peça, autor, metáforas, foco, eixo de discurso, argumentação, construção, moeda, normas e valores, governação, economia).

<sup>4</sup>Ambos os jornais dedicaram pequenas secções especiais ao que foi enquadrado como “contagem decrescente”, com uma secção chamada “Faltam X dias”. O *Público* também criou outras pequenas secções: uma chamada “o caminho para o euro”, uma pequena “sondagem” e outra para “o preço das coisas”. Esta contagem não só tentou informar efectivamente os cidadãos como gerou um sentimento de crescente antecipação.

## Bibliografia

- Anderson, Benedict (1983), *Imagined Communities*. Londres: Verso.
- Arnall, Anthony, Wincott, Daniel (eds) (2002), *Accountability and Legitimacy in the European Union*. Oxford: OUP.
- Buchan, James (1997), *Frozen Desire: An Inquiry into the Meaning of Money*. Picador.
- Calhoun, Craig (2003), “The Democratic Integration of Europe: Interests, Identity, and the Public Sphere”, in M. Berezin and M. Schain, (eds.), *Europe Without Borders*, Baltimore: Johns Hopkins Press, pp. 243-274.
- Cardoso, José Luís (2004), “A European Currency’ in 1861: the forgotten contribution of Carlos Morato Roma”, *History of Political Economy* vol. 36, no. 2, pp. 273-293.
- Delanty, Gerard (1995), *Inventing Europe: Idea, Identity, Reality*. Londres: Macmillan.
- (1998), “Social Theory and European Transformation: Is there a European Society?”, *Sociological Research Online*, vol. 3, no. 1.
- (2002), “Models of European Identity: Reconciling Universalism and Particularism”, *Perspectives on European Politics and Society*. 3 (3), pp. 345-59.
- de Vreese, Claes H. (2001), “Europe” in the news: a cross-national comparative study of the news coverage of key EU events, *European Union Politics* 2(3): 283-308.

- de Vreese, Claes H.; Peter, Jochen; Semetko, Holli A., (2001), "Framing Politics at the Launch of the euro: A Cross-national comparative study of frames in the news". *Political Communication*, 18 (2), 107-122.
- Dodd, Nigel (2001a), "The Launch of the euro Notes and Coins", *Economic Sociology, European Electronic Newsletter*, Vol. 3, No. 1, pp. 15-23.
- (2001b), "What is "sociological" about the euro?", *European Societies*, 3 (1), pp. 23-39.
- Eichengreen, Barry (2002), "Lessons of the euro for the Rest of the World", Austrian Marshall Plan Foundation, Viena.
- Firmstone, Julie, (2003), "'Britain in the euro?': British newspaper editorial coverage of the introduction of the euro", *European Political Communication*, WP 5/03 .
- Habermas, Jürgen (1984), *Theory of Communicative Action*. Boston: Beacon Press.
- (1989), "The Public Sphere: An encyclopaedia article" in Bronner, Stephen, Eric, Kellner, Douglas, MacKay (ed.), *Critical Theory and Society: A Reader*. New York: Routledge, pp. 136-42.
- (1992), "Further Reflections on the Public Sphere" in Craig Calhoun, (ed). *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press, pp. 421-461.
- (1996), *Between Facts and Norms*. Cambridge: MIT Press.
- (2000), *The Postnational Constellation. Political Essays by Jürgen Habermas*. Cambridge: Polity Press.
- (2001), "Why Europe needs a Constitution", *New Left Review* 11.
- Helleiner, Eric (2003), *The Making of National Money: Territorial Currencies in Historical Perspective*. Ithaca: Cornell University Press.
- Hugo, Victor (2004), *Actes et paroles, "Pendant l'Exil (1855)"*, <http://www.senat.fr/evenement/archives/D24/mon.html> (consultado em Novembro de 2004).
- Hymans, Jacques (2004), "The Changing Color of Money: European Currency Iconography and Collective Identity", *European Journal of International Relations*, Vol. 10(1): 5-31.
- Issing, Otmar (1999), "Europe: common money – political union?", *FAZ lecture*, 50th anniversary of Frankfurter Allgemeine Zeitung.
- Jiménez, M.A. Ruiz (2002), "Nation and Europe in Spanish Public Discourses: A Comparative Analysis of Press, TV and Parties", EURONAT Project.
- Kaelberer, Matthias (2002), "The euro and European Identity: Symbols, Power and the Politics of European Monetary Union". *Annual Meeting of the American Political Science Association*: Boston.
- McCormick, John (2002), *Understanding the European Union*. Rochdal: Palgrave.
- Medrano, Juan Diez (2003), *Framing Europe. Attitudes to European Integration in Germany, Spain and the United Kingdom*. Princeton: Princeton University Press.
- Meyer, Christoph (1999), "Political Legitimacy and the invisibility of politics: Exploring the EU's Communication Deficit", *Journal of Common Market Studies*, 37: 617-39.
- Mouffe, Chantal, (1992), "Preface: Democratic Politics Today", in Mouffe (ed.), *Dimensions of Radical Democracy*. Londres: Verso.

- Pointon, Marcia (1998), "Money and Nationalism" in Geoffrey Cubitt (ed), *Imagining Nations*. Manchester: Manchester University Press, pp. 229-254.
- Risse, Thomas (1999), "To euro or Not to euro: the EMU and Identity Politics in the European Union", *European Journal of International Relations*, Vol. 5(2): 147-187.
- (2002), "The euro and Identity Politics in Europe" *The Year of the euro*, Nanovic Institute for European Studies.
- (2003), "An Emerging European Identity? What We Know, And How To Make Sense Of It", University of Helsinki, 25 April, 2003.
- Schlesinger, Peter (1997), "Wishful thinking: cultural politics, media, and collective identities in Europe" in Srebeny-Mohammadi, Winsek, Mickenna, Boyde-Barret (eds), *Media in Global context, a Reader*. Londres: Arnold, pp. 67-77.
- Tietmeyer, Hans (2003), "From the Werner Report to the euro", Pierre Werner Lecture, Luxemburgo, [www.bcl.lu/html/fr/pierre\\_werner\\_lecture/pierre\\_werner\\_lecture.html](http://www.bcl.lu/html/fr/pierre_werner_lecture/pierre_werner_lecture.html) (consultado em Novembro de 2004).
- Triandafyllidou, Anna (2003), "Research Note: The Launch of the euro in the Italian Media: Representations of Political and Economic Integration", *European Journal of Communication*, vol. 18: 2, pp. 255-263(9).
- Werder, Olaf (2002), "Debating the euro: Media Agenda-Setting in a Cross-National Environment", *Gazette*, Volume 64, Issue 03.
- Siedentop, Larry (2000), *Democracy in Europe*. Londres: Penguin.