

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS

CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO

PROGRAMA DE DOUTORADO

RAFAEL SANTOS DE OLIVEIRA

**A MÍDIA COMO ATOR EMERGENTE DAS RELAÇÕES
INTERNACIONAIS: SEU PROTAGONISMO NO USO DO *SOFT
POWER* FRENTE AOS DESAFIOS DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS**

FLORIANÓPOLIS (SC)

2010

RAFAEL SANTOS DE OLIVEIRA

**A MÍDIA COMO ATOR EMERGENTE DAS RELAÇÕES
INTERNACIONAIS: SEU PROTAGONISMO NO USO DO *SOFT
POWER* FRENTE AOS DESAFIOS DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS**

Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para obtenção do título de Doutor em Direito.

Orientadora: Professora Doutora Odete Maria de Oliveira

FLORIANÓPOLIS (SC)

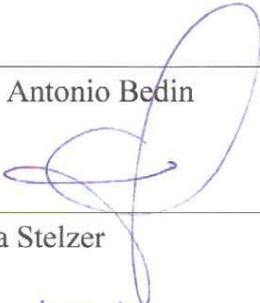
2010

RAFAEL SANTOS DE OLIVEIRA

**A MÍDIA COMO ATOR EMERGENTE DAS RELAÇÕES
INTERNACIONAIS: SEU PROTAGONISMO NO USO DO *SOFT*
POWER FRENTE AOS DESAFIOS DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS**

Esta tese foi julgada adequada para a obtenção do título de Doutor em Direito e aprovada pela coordenação do Curso de Pós- Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina, na Área de Concentração em Relações Internacionais e Linha de pesquisa em Globalização, Regionalismo e Atores das Relações Internacionais.

Banca Examinadora:

Presidente:	 _____ Professora Doutora Odete Maria de Oliveira	(UFSC)
Membro:	 _____ Professor Doutor Raimundo Batista dos Santos Junior	(UFPI)
Membro:	 _____ Professor Doutor Gilmar Antonio Bedin	(UNIJUÍ)
Membro:	 _____ Professora Doutora Joana Stelzer	(UFSC)
Membro:	 _____ Professor Doutor Arno Dal Ri Junior	(UFSC)
Coordenador:	 _____ Professor Doutor Antonio Carlos Wolkmer	(UFSC)

Florianópolis, 14 de setembro de 2010.

AGRADECIMENTOS

No Curso de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina, agradeço à professora Doutora Odete Maria de Oliveira, por todos os seus ensinamentos, estímulo para enfrentar a temática dessa pesquisa e pela orientação sempre atenta. Também agradeço aos demais professores, funcionários e colegas por todo o período de convivência e de troca de experiências.

Na Università degli Studi di Padova, agradeço ao professor Doutor Francisco Leita por toda a orientação realizada e pelos materiais disponibilizados para a realização da presente pesquisa. Também agradeço à Mariana Carniel pelo apoio logístico durante o doutorado-sanduíche realizado na Itália.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, pela concessão da bolsa que permitiu a realização do período de pesquisas no exterior, o qual contribuiu decisivamente para a realização da tese.

Junto ao Centro Universitário Franciscano, em Santa Maria, RS, quero agradecer aos colegas Marcelo Barroso Kummel e Rosane Leal da Silva por todo o apoio recebido e, em especial, pelo empenho em sempre conciliar os meus horários de modo a permitir a realização dos créditos junto ao doutorado concomitantemente ao exercício das atividades docentes.

Na Universidade Luterana do Brasil, *campus* Cachoeira do Sul, RS, agradeço a todos os colegas pelo constante apoio para a realização de minha pesquisa.

Também quero agradecer a compreensão dos meus sócios no escritório Budó & Oliveira Advogados pela ausência total de participação nas lides forenses, ocorrida nos últimos anos, em razão da necessidade de dedicação ao doutorado.

Agradeço às amigas Clarissa Franzoi Dri, pelo apoio indispensável para a superação da fase de seleção do doutorado e pela ajuda nos primeiros momentos em Florianópolis, e Márcia Cristina Puydinger de Fázio, pela ajuda inestimável e pela troca de ideias na fase de finalização da tese. Também agradeço a Laura Marioto pela leitura atenta do texto final da tese.

Agradeço a minha mãe, Julieta dos Santos, pelo carinho, palavras de coragem que sempre me fizeram bem e pela compreensão diante dos diversos momentos de ausência. Agradeço também aos meus sogros, José Setembrino Dorneles Budó e Maria de Lourdes Denardin Budó pela confiança e apoio.

Em especial, agradeço a Marília Denardin Budó, a maior incentivadora desse grande desafio. Sua ajuda, compreensão e carinho foram essenciais para a superação de todas as adversidades dessa trajetória.

RESUMO

A caracterização do papel e do poder da mídia no contexto de surgimento de novos atores das Relações Internacionais é um grande desafio. Diante das novas tecnologias da informação e comunicação diversas mudanças ocorreram no cenário internacional e no exercício do poder político contemporâneo. Por essa razão, a presente tese tem por objetivo investigar o protagonismo da mídia na utilização do *soft power* para a discussão política internacional das mudanças climáticas e a sua configuração como ator emergente das Relações Internacionais. Para tanto, são analisadas as características elementares dos principais atores do cenário internacional, quais as principais teorias da comunicação no intuito de estabelecer a relação da mídia com os fenômenos contemporâneos e como ocorreu a sua inserção no contexto das relações internacionais. Também se analisa a expansão da comunicação política internacional e as implicações da inserção das novas mídias e dos novos desafios oriundos da era da informação em rede. A tese foi estruturada em quatro capítulos onde, por meio da utilização do método de abordagem hipotético-dedutivo e da realização de pesquisa bibliográfica, documental e uso da técnica de análise de conteúdo, foi possível confirmar a hipótese de que a mídia adquiriu o *status* de ator emergente das Relações Internacionais. Como resultado da tese, se confirmou a hipótese principal da pesquisa reconhecendo-se a crescente importância da mídia junto ao cenário internacional, especialmente, pela utilização do *soft power* para agendar e enquadrar as discussões políticas internacionais acerca das mudanças climáticas.

Palavras-chave: mídia, atores emergentes, relações internacionais, *soft power*, mudanças climáticas

ABSTRACT

The characterization of the role and power of the media in the context of the emergence of new actors in international relations is a big challenge. Faced with the new information technologies and communication several changes occurred in the international arena and in the exercise of political power contemporary. Therefore, this thesis aims to investigate the role of media in the use of soft power to discuss international politics of climate change and its configuration as an actor emerging International Relations. To this end, we analyze the basic features of the main actors in the international arena, what are the main theories of communication in order to establish the relationship with the media and contemporary phenomena as was their integration in the context of international relations. It also analyzes the expansion of international communication policy and the implications of integrating new media and new challenges from the era of networked information. The thesis was divided into four chapters where, by using the method of hypothetical-deductive approach and execution of research literature, documentary and use of the technique of content analysis, it was possible to confirm the hypothesis that the media has acquired the status of emerging actor of International Relations. As a result of the survey, confirmed the main hypothesis of the research recognizing the growing importance of the media near the international scene, especially the use of soft power to schedule and supervise the international political discussions about climate change.

Keywords: media, actor emerging, international relations, soft power, climate change.

RIASSUNTO

La caratterizzazione del ruolo e del potere dei media nel contesto della comparsa di nuovi attori nelle relazioni internazionali è una grande sfida. Di fronte alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione diversi cambiamenti avvenuti sulla scena internazionale e, nell'esercizio del potere politico contemporaneo. Pertanto, questa tesi si propone di indagare il ruolo dei media nell'uso di *soft power* per discutere di politica internazionale del cambiamento climatico e la sua configurazione come attore emergente delle Relazioni Internazionali. A tal fine, si analizzano le caratteristiche di base dei principali attori sulla scena internazionale, quali sono le principali teorie della comunicazione al fine di stabilire il rapporto con i media e fenomeni contemporanei come era loro integrazione nel contesto delle relazioni internazionali. Analizza inoltre l'espansione della comunicazione politica internazionale e le implicazioni di integrare i nuovi media e le nuove sfide dell'era dell'informazione in rete. La tesi è stato diviso in quattro capitoli in cui, utilizzando il metodo di approccio ipotetico-deduttivo e l'esecuzione della letteratura di ricerca, documentario e l'uso delle tecniche di analisi dei contenuti, è stato possibile confermare l'ipotesi che i media hanno acquisito lo status di attore emergente delle Relazioni Internazionali. A seguito di indagine, ha confermato l'ipotesi principale della ricerca che riconosce l'importanza crescente dei media nei pressi della scena internazionale, in particolare l'uso di *soft power* per pianificare e controllare il dibattito politico internazionale sui cambiamenti climatici.

Parole chiave: mezzi di comunicazione, attore emergente, relazioni internazionali, il *soft power*, il cambiamento climatico.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Balanço do papel das empresas transnacionais	71
Quadro 2 – Modelo de Lasswell e setores de pesquisa	104
Quadro 3 – O papel do estabelecimento da agenda dos meios de comunicação.....	123
Quadro 4 – Doze fatores que explicam a produção das notícias segundo Galtung e Ruge....	129
Quadro 5 – Classificação dos valores notícia.....	136
Quadro 6 – Classificação dos tipos de fontes jornalísticas.....	140
Quadro 7 – Diferenças entre a comunicação interpessoal e a comunicação de massa.....	147
Quadro 8 – Taxonomia dos diversos status da mídia, suas atividades, contexto e conceitos aplicáveis segundo Eytan Gilboa.....	160
Quadro 9 – Variações conceituais do Efeito CNN segundo Steven Livingston	162
Quadro 10 – Modelo de interação mídia-política.....	165
Quadro 11 – Fases do desenvolvimento das notícias internacionais.....	169
Quadro 12 – Formas de poder segundo John Thompson	256
Quadro 13 – Impactos ambientais futuros relacionados às mudanças climáticas em diferentes continentes.....	298
Quadro 14 – Síntese das Conferências das Partes signatárias da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (CQNUMC).....	302
Quadro 15 – As principais oposições às mudanças climáticas e seus contrapontos	320
Quadro 16 – As cinco fases dos ciclos de atenção temática proposto por Antony Downs	332
Quadro 17 – Principais acontecimentos de 2006-2007 que influenciaram na produção de notícias sobre as mudanças climáticas	336

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – As principais empresas transnacionais do mundo	73
Tabela 2 – Resultados da pesquisa sobre economia de baixo carbono nos principais jornais do mundo	318
Tabela 3 - Comparativo entre os temas das notícias sobre mudanças climáticas no período 2005/2007 e 2007/2008	331
Tabela 4 – Perspectiva temática conceitual das notícias sobre mudanças climáticas no período 2005/2007 e 2007/2008	334

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Cartaz por James Montgomery Flagg (Eu quero você para o exército - 1917)	98
Figura 2 – Cartaz (Toda Alemanha ouve o Führer... com o Volksempfänger - 1936).....	98
Figura 3 – Cartaz norte-americano (Não deixe a sombra tocá-los: compre bônus de guerra – 1942).....	99
Figura 4 – Modelo do fluxo da comunicação a dois níveis	109
Figura 5 – Modelo teórico formulado por David Manning White	127
Figura 6 – Modelo de comunicação política internacional segundo Emidio Diodato.....	156
Figura 7 – <i>Blog</i> do Centro Estudantil de Relações Internacionais	224
Figura 8 – Página inicial do site <i>Blogger</i>	224
Figura 9 – <i>Blog</i> oficial do Planalto	226
Figura 10 – Clone do <i>Blog</i> do Planalto	227
Figura 11 – Evolução do mercado de jornais no Brasil.....	233
Figura 12 – Evolução do mercado de revistas no Brasil	234
Figura 13 – Evolução do mercado de <i>Internet</i> no Brasil.....	234
Figura 14 – Percentuais de usuários do <i>Orkut</i> distribuídos por país	239
Figura 15 – Participação em redes sociais no Brasil	240
Figura 16 – Meio Ambiente Environment – comunidade virtual no <i>Orkut</i>	244
Figura 17 – Direito Ambiental – comunidade virtual no <i>Orkut</i>	245
Figura 18 – Relações Internacionais – comunidade virtual no <i>Orkut</i>	245

Figura 19 – International Relations – comunidade virtual no <i>Orkut</i>	245
Figura 20 – International Relations - grupo virtual no <i>Facebook</i>	246
Figura 21 – Página de acesso ao <i>Twitter</i>	248
Figura 22 – Visão geral de uma página do <i>Twitter</i>	248
Figura 23 – Emissões antrópicas globais dos principais gases de efeito estufa entre 1970 e 2004	300
Figura 24 – Origem das emissões antrópicas de gases de efeito estufa em 2004.....	301
Figura 25 – Busca no Google Trends: <i>climate change x global warming</i>	324
Figura 26 – Busca no Google Trends: mudanças climáticas x aquecimento global	325
Figura 27 – Percentual de utilização das expressões aquecimento global e mudanças climáticas na mídia brasileira	330
Figura 28 – Distribuição de notícias sobre mudanças climáticas por trimestre (jul/2005 - dez/2008)	335
Figura 29 – Abordagem das notícias sobre mudanças climáticas em jornais e telejornais italianos.....	338
Figura 30– As principais fontes de informação sobre mudanças climáticas dos italianos.....	339
Figura 31– Quantidade de artigos publicados junto aos jornais italianos analisados entre 1997 a 2007	340
Figura 32 – Distribuição das notícias sobre mudanças climáticas nos telejornais italianos no período de junho/2006 a maio/2007	341
Figura 33 – Duração média mensal das notícias sobre mudanças climáticas junto aos telejornais italianos analisados	342
Figura 34 – Distribuição dos temas tratados nos jornais e telejornais italianos sobre mudanças climáticas.....	343
Figura 35 – Cobertura de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global em jornais de língua inglesa	346

Figura 36 – Cobertura de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global em jornais impressos e programas de TV dos Estados Unidos.....	347
Figura 37 – Cobertura jornalística das mudanças climáticas/aquecimento global em jornais do mundo – 2004-2010.....	350
Figura 38 – Aquecimento global em profundidade: seção especial do site da revista Veja...	354
Figura 39 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global na Folha Online (Brasil).....	358
Figura 40 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no Clarín (Argentina).....	359
Figura 41 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no El País (Espanha).....	360
Figura 42 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no La Repubblica (Itália).....	361
Figura 43 x – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no <i>The New York Times</i> (Estados Unidos).....	362
Figura 44 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no <i>The Guardian</i> (Inglaterra).....	363
Figura 45 – Blogosfera climática: número de <i>posts</i> em blogs contendo as expressões “mudanças climáticas” e “aquecimento global” – nov/2009–mai/2010.....	365
Figura 46 – Blogosfera climática: número de <i>posts</i> em blogs contendo as expressões “climate change” e “global warming” nov/2009–mai/2010.....	365
Figura 47 – Blog Action Day 2009 – Climate Change.....	367
Figura 48 – Crescimento no número de postagens sobre mudanças climáticas durante o <i>Blog Action Day</i> 2009.....	368
Figura 49 – Comunidade no Orkut: aquecimento global.....	371

LISTA DE SIGLAS

ABC – American Broadcasting Company

AJE – Al-Jazeera English

ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância

ARPA – Advanced Research Projects Agency

BAD – Blog Action Day

BBC – British Broadcasting Corporation

BIRD – Banco Internacional para a Reconstrução e o Desenvolvimento

CBS – Columbia Broadcasting System

CBS – Columbia Broadcasting System

CIA – Central Intelligence Agency

CMI – Centro de Mídia Independente

CNN –Cable News Network

CNUMAD ou ECO-92 – Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

CONATEL – Comisión Nacional de Telecomunicaciones

COP – Conferências das Partes

COPPE – Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-graduação e Pesquisa de Engenharia

CQNUMC – Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas / United Nations Framework Convention on Climate Change

CRU-EA – Climatic Research Unit da Universidade de East Anglia

CTV – Confederação dos Trabalhadores Venezuelanos

ECOSOC – Conselho Econômico social das Nações Unidas / Economic and Social Council

EMB – Empire Marketing Board

FAPESP – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo

FGV – Fundação Getúlio Vargas

FPR – Frente Patriótica Ruandesa

GATT – Tratado Geral sobre as Tarifas Aduaneiras e o Comércio

IAB – Interactive Advertising Bureau

IPCC – Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas / Intergovernmental Panel on Climate Change

LNCC – Laboratório Nacional de Computação Científica

MDL – Mecanismo de Desenvolvimento Limpo

MIT – Instituto de Tecnologia de Massachusetts

MWG – Media Watch Global

MWP – Medieval Warm Period

NAFTA – Associação Norte–Americana de Livre Comércio (NAFTA)

NBC – National Broadcasting Company

NEMP– Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política

NOMIC – Nova Ordem Mundial da Informação

OIG – Organização Intergovernamental

OIs – Organizações Internacionais

OMC – Organização Mundial do Comércio

OMM – Organização Meteorológica Mundial

OMS – Organização Mundial da Saúde

ONGAT – Organizações não–governamentais de alcance transnacional

ONGs – Organizações não–governamentais

ONU – Organização das Nações Unidas

PDVSA – Petróleos de Venezuela S.A.

PNUMA – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente

PUC – Pontifícia Universidade Católica

RAI – Radio Audizioni Italiane

RCTV – Radio Caracas Televisión

RIO + 10 – Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável

RTLMC – Radio Télévision Libre de Mile Collines

RTP – Rádio e Televisão de Portugal

TPIR Tribunal Penal Internacional para Ruanda

TVES –Televisora Venezuelana Social

TVI – Televisão Independente (Portugal)

UFPR – Universidade Federal do Paraná

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

UICN – União Internacional para a Conservação da Natureza e seus Recursos

UnB – Universidade de Brasília

UNCTAD – United Nations Conference On Trade And Development.

UNESCO – United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization

UNESP – Universidade Estadual Paulista

URL – Uniform Resource Locator

USP – Universidade de São Paulo

WWF – World Wildlife Fund

WWW – World Wide Web

SUMARIO

INTRODUÇÃO	18
1 O CENÁRIO INTERNACIONAL CONTEMPORÂNEO: SEUS ATORES E DESAFIOS	28
1.1 Novos atores e atores emergentes: definições conceituais.....	29
1.2 O contexto do surgimento dos novos atores no cenário internacional	35
1.3 O papel do Estado nas Relações Internacionais contemporâneas	45
1.4 As organizações internacionais governamentais: um importante ator do cenário internacional	51
1.5 A força das organizações não-governamentais internacionais no debate político atual	56
1.6 As empresas transnacionais: a administração do mundo em suas mãos?	68
1.7 O indivíduo e a opinião pública no cenário internacional	77
1.8 A mídia internacional: como desvendar o seu poder?	87
2 AS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO E A RELAÇÃO DA MÍDIA COM O MUNDO POLÍTICO CONTEMPORÂNEO	98
2.1 A primeira fase nas pesquisas sobre comunicação de massa	100
2.1.1 A teoria hipodérmica: uma teoria da e sobre a propaganda	101
2.1.2 O modelo de Lasswell e o nascimento da Communication Research.....	104
2.1.3 Abordagem empírico-experimental ou teoria da persuasão	105
2.1.4 Teoria empírica de campo ou dos efeitos limitados	107
a) A pesquisa sobre o consumo da mídia	107
b) Pesquisas sobre o contexto social e efeitos da mídia.....	108
2.1.5 A teoria funcionalista e as funções dos meios de comunicação de massa	110
2.1.6 A teoria crítica e a Escola de Frankfurt	113
2.1.7 A teoria culturológica	115
2.2 A segunda fase nas teorias da comunicação: estudos dos efeitos da mídia em longo prazo	116
2.2.1 A teoria do agenda setting e a influência da mídia na fixação da ordem de relevância dos temas.....	118
a) O surgimento das pesquisas sobre agenda setting	121
b) A construção e evolução das agendas temáticas.....	124
2.2.2 Os guardiões do portão e a teoria do gatekeeper	126
2.2.3 A construção da notícia e a teoria do newsmaking	132

3 A EXPANSÃO DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA INTERNACIONAL E A EMERGÊNCIA DA MÍDIA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS	143
3.1 Comunicação de massa e comunicação interpessoal: refinando conceitos	144
3.2 Meios de comunicação de massa e política: apenas meios?	148
3.3 O desvendando da comunicação política internacional: identificando as conexões entre a mídia e as relações internacionais	153
3.3.1 <i>A mídia como controladora: a televisão substituindo os formuladores de decisão (CNN Effect)</i>	<i>160</i>
3.3.2 <i>A mídia controlando a construção da agenda política internacional (agenda setting)</i>	<i>167</i>
3.3.3 <i>A mídia constrangedora: o poder de intervir no processo de tomada de decisão e fazer política em tempo real (real-time policy)</i>	<i>172</i>
3.3.4 <i>A mídia como interventora nas mediações internacionais</i>	<i>174</i>
3.3.5 <i>A mídia como ator instrumental: media diplomacy e os meios de comunicação como aliados nas negociações políticas internacionais</i>	<i>176</i>
a) <i>A diplomacia midiática do governo Hugo Chávez: uma análise da TeleSUR</i>	<i>178</i>
b) <i>Do Efeito CNN ao Efeito Al-Jazeera.....</i>	<i>182</i>
3.3.6 <i>A mídia como ator conflituoso: a sua atuação irresponsável em questões internacionais</i>	<i>187</i>
3.4 Mass media e conflitos internacionais	195
3.4.1 <i>A influência da mídia sobre os conflitos (framing)</i>	<i>196</i>
3.4.2 <i>A influência dos conflitos sobre a mídia (newsmaking).....</i>	<i>204</i>
3.5 A inserção das novas mídias no cenário internacional: compreendendo os desafios da comunicação de massa na era da informação em rede	208
3.5.1 <i>A mídia na sociedade em rede e as novas dimensões da comunicação global</i>	<i>212</i>
3.5.2 <i>Os desafios e oportunidades da produção de notícias diante da emergência do Jornalismo 3.0</i>	<i>214</i>
3.5.3 <i>O jornalismo na era da blogosfera e a emergência dos blogs como fonte de informação</i>	<i>222</i>
3.5.4 <i>A interação por meio das redes sociais: a contribuição do Orkut, Facebook, Twitter e Youtube na discussão de temas globais</i>	<i>237</i>
a) <i>Orkut e Facebook: redes sociais globais?</i>	<i>239</i>
b) <i>Twitter e a política em 140 caracteres.....</i>	<i>247</i>

4 O SOFT POWER DA MÍDIA FRENTE AOS DESAFIOS DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS E O SURGIMENTO DE UM ATOR EMERGENTE	253
4.1 <i>Mass media</i> e <i>soft power</i>: desvendando a teoria de Joseph Nye em face das novas relações de poder na era da informação global	254
4.1.1 <i>A construção conceitual do soft power e suas implicações no sistema midiático global</i>	257
4.1.2 <i>Soft Power e mídia: como lidar com os fluxos da informação em face do paradoxo da abundância?</i>	265
4.2 Rompendo o silêncio: o despertar da opinião pública mundial e da mídia para as mudanças climáticas e o aquecimento global	281
4.2.1 <i>O caminho de Estocolmo ao Rio de Janeiro na busca pela proteção internacional do meio ambiente</i>	284
4.2.2 <i>A (re) construção do cenário político ambiental diante das preocupações com o aquecimento global</i>	288
a) <i>Da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas ao Protocolo de Quioto</i>	289
b) <i>A contribuição do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) diante das difíceis negociações durante as Conferências das Partes da CQNUMC</i>	296
4.3 A simbiose entre o movimento ambientalista global e a mídia	305
4.3.1 <i>Da Eco-92 ao Protocolo de Quioto: o esverdeamento da mídia</i>	309
4.3.2 <i>A representação das mudanças climáticas na mídia: da inércia ao espetáculo</i>	313
a) <i>A cobertura da mídia tradicional sobre as mudanças climáticas: uma análise a partir da imprensa brasileira, italiana e norte-americana</i>	327
4.3.3 <i>As mudanças climáticas nas novas mídias globais: do jornalismo online ao ciberativismo em blogs e redes sociais na Internet</i>	351
4.4 A aquisição do status de ator emergente pela mídia em face do exercício do <i>soft power</i>	374
4.4.1 <i>Novas percepções acerca das pluralidades de status da mídia</i>	375
a) <i>Mass media</i> como empresa transnacional	375
b) <i>Mass media</i> como ator emergente e empresa de comunicação global.....	376
4.4.2 <i>Limites e desafios ao reconhecimento da mídia como ator emergente</i>	376
CONCLUSÃO	379
REFERÊNCIAS	388

INTRODUÇÃO

O século 20 deu início a diversas transformações para as Relações Internacionais, destacando-se a inclusão de novos atores e temas na agenda internacional. As mudanças no exercício do poder político contemporâneo e no processo de tomada de decisões também se modificaram, de forma que, atualmente, questões como as mudanças climáticas são discutidas por vários atores, incluindo-se também a mídia internacional, apesar de as decisões finais sobre essa temática ainda se encontrarem vinculadas às respostas dadas pelos Estados. No campo das comunicações, foram estabelecidas novas formas de se trocar informações, cultura e saber e isso também influencia o rumo das relações internacionais e de seus atores.

Nesse contexto, evidencia-se a importância de se pesquisar esses elementos e suas implicações, focalizando-se, todavia, na análise do *soft power* da mídia dentro desse novo cenário. Para tanto, torna-se necessária uma abordagem transversal, de forma a serem abarcadas questões originadas no âmbito das Relações Internacionais em conjunto com o Direito Ambiental Internacional, a Política Internacional e, principalmente, a Comunicação Política Internacional.

Por essa razão, o tema escolhido para a presente tese, bem como sua delimitação, se mostram desafiadores, pois analisam o fenômeno da emergência dos novos atores das Relações Internacionais e, mais especificamente, a percepção da mídia como ator emergente em face do emprego do *soft power* como alternativa de enfrentamento aos desafios das mudanças climáticas. Assim, o desenvolvimento dessa temática se justifica pela proposta de conciliar áreas autônomas, mas extremamente interligadas, bem como, pelo intuito de compreender um problema complexo mediante a identificação dos novos atores do cenário internacional e a forma de exercício de poder pela mídia internacional e pelas novas mídias. A tese, portanto, apresenta uma perspectiva inovadora e original de tratar a temática, pois apesar de já existirem estudos esparsos sobre mídia, *soft power* e mudanças climáticas, ainda são raros os estudos relacionando concomitantemente tais fenômenos junto à área de Relações Internacionais e, especialmente, propondo a identificação da mídia como ator emergente.

O problema que originou a tese emergiu a partir de diversas constatações da realidade, em especial, a identificação de um crescente protagonismo de um conjunto específico de novos atores que, por ser um fenômeno relativamente recente, suscita grandes questionamentos. Um desses questionamentos relaciona-se ao poder e à capacidade de mobilização desses atores no enfrentamento dos problemas ambientais globais, tendo em vista

que esse tipo de apreciação permite a abertura de um vasto campo de estudo aos analistas internacionais que pretendem compreender uma nova realidade ainda emergente. Sendo este um problema a ser analisado na esfera internacional, nota-se um protagonismo nesse enfrentamento por parte dos novos atores das relações internacionais. Diante disso, as mudanças no poder relacionadas ao aquecimento global apresentam-se como um vasto campo de estudo aos analistas internacionais e por isso se mostram como um grande desafio.

Por tais razões, o problema que se investiga é se a mídia efetivamente pode ser considerada como um ator emergente das Relações Internacionais em face da utilização do *soft power* na condução dos debates sobre os problemas ambientais decorrentes das mudanças climáticas.

Em face dessas considerações, também cumpre destacar com maior clareza os objetivos da tese. Assim, o objetivo geral é o de identificar as possibilidades de a mídia ser considerada como um ator emergente das Relações Internacionais em face do exercício do *soft power* na discussão das mudanças climáticas. Enquanto objetivos específicos pode-se mencionar: a) investigar as características elementares dos principais atores do cenário internacional por meio da verificação do fenômeno da emergência de novos atores e da compreensão do papel da mídia como um ator emergente do cenário internacional; b) compreender as principais teorias da comunicação e a evolução das pesquisas sobre *mass media* permitindo uma identificação da atual relação da mídia, em especial o jornalismo e as novas mídias *online*, com o mundo político contemporâneo; c) analisar a expansão da comunicação política internacional e a emergência da mídia nas relações internacionais, bem como, a inserção das novas mídias e dos novos desafios oriundos da era da informação em rede; d) demonstrar, a partir do conceito teórico de *soft power*, as formas e os limites do exercício desse poder pela mídia por meio da investigação das implicações da adoção desse conceito dentro do sistema midiático contemporâneo por meio da análise específica do exercício do *soft power* da mídia no enfrentamento das mudanças climáticas.

Assim se espera que resultados alcançados com a tese possam ser utilizados para suscitar novas pesquisas e contribuir para que o assunto ganhe mais espaço junto à academia. Isso porque, segundo alguns autores, em especial Joseph Nye, o grande poder do presente século será a informação e, nesse sentido, o estudo da mídia e das novas categorias de poder pelo profissional de Relações Internacionais se mostra imprescindível para a compreensão desse cenário de mudanças. Além disso, cumpre frisar que a tese não pretende se centrar na análise profunda sobre a natureza do poder, mas sim identificar como ocorre a inserção desses conceitos e como é realizado o uso do *soft power* pela mídia e suas repercussões no cenário

internacional.

A partir da identificação desses elementos constitutivos da tese, parte-se a seguir para uma explicação acerca da sua estruturação, associada a uma referência breve acerca do marco teórico que pautou a sua construção da forma como se apresenta. Assim, visando a atingir os objetivos ora propostos, a presente tese foi dividida em quatro capítulos, cada um com diversas subdivisões internas elaboradas no intuito de melhor abordar o tema.

O primeiro capítulo trata da construção do cenário internacional contemporâneo por meio da compreensão do fenômeno do surgimento de novos atores junto às Relações Internacionais. Dessa forma, são utilizados autores clássicos da área que permitem traçar um perfil, ainda que não exaustivo, sobre o estado da arte no que tange aos estudos e caracterizações sobre os atores das Relações Internacionais. O marco teórico desse capítulo, em face dessa pluralidade de análises e de atores identificados, se dá mediante utilização de autores clássicos e contemporâneos. Assim, para o estudo sobre o papel dos atores tradicionais são empregados os estudos realizados por Odete Maria de Oliveira, Esther Barbé, Marcel Merle, Ricardo Seitenfus, Gilmar Antonio Bedin, Giovanni Olsson, Robert Keohane, Joseph Nye Jr., Manuel Diez de Velasco, dentre outros. Ao final do capítulo, são utilizados autores ligados aos estudos da mídia tendo em vista que, a partir desse ponto, parte-se para uma compreensão mais específica acerca do surgimento da mídia nas relações internacionais, ganhando destaque as contribuições dadas por Philippe Breton, Serge Proulx, Claude-Jean Bertrand, Nelson Traquina, Edward S. Herman e Noam Chomsky.

Dando continuidade ao desenvolvimento da pesquisa, o segundo capítulo identifica as principais teorias da comunicação de modo a permitir uma compreensão sobre como se estabeleceram as primeiras relações da mídia com o mundo político. Nesse ponto são apontadas as principais fases das pesquisas da comunicação social para se evitar o risco de se pautar a construção teórica do papel da mídia em bases já ultrapassadas. Há, ainda, uma revisão bibliográfica específica da área da comunicação sendo que o marco teórico presente nesse capítulo encontra-se centrado nas obras de Mauro Wolf. Ainda assim, diversos outros autores também contribuem para o embasamento teórico de cada teoria e fases estudadas, devendo-se destacar que foi dada prioridade à utilização de fontes originais para a compreensão dessas teorias, sendo que todas as traduções dos textos em idiomas estrangeiros foram realizadas livremente e sob responsabilidade pessoal do autor da presente tese. O emprego dessa literatura estrangeira pode ser identificado pela utilização de artigos e livros clássicos, como é o caso dos ensinamentos de Maxwell McCombs, Bernard Cohen, Walter Lippmann, David Manning White, Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge. Para uma análise

histórica e contextualizada sobre a influência da mídia nos aspectos da vida política e social focalizada nessa parte, destacam-se, ainda: Armand Mattelart, Enrico Cheli e Rolando Marini.

O terceiro capítulo, por sua vez, procura dar novo olhar aos conhecimentos desenvolvidos no capítulo antecedente. Parte-se, portanto, para uma compreensão sobre como a comunicação e, em especial, a Comunicação Política Internacional ganhou espaço no cenário internacional, justificando a emergência da mídia e o seu reconhecimento como ator emergente. Nesse capítulo, a partir das contribuições teóricas de Eytan Gilboa e Emidio Diodato, são traçados os diversos *status* que a mídia pode assumir junto às Relações Internacionais e quais as repercussões derivadas de cada uma dessas caracterizações identificadas. Nesse ponto, cumpre destacar que foram essenciais para a análise as obras de Patrizia Laurano, Michele Sorice, John B. Thompson, Richard R. Fagen, Piers Robinson. Também nesse capítulo é realizado um estudo acerca da inserção das novas mídias no cenário internacional tendo em vista que a *Internet* impôs modificações profundas no campo da comunicação e não poderia se deixar de compreender tais fenômenos, sob pena de a análise ficar fora de sintonia com as atuais tendências e influências que as novas mídias vêm causando em âmbito mundial. Dessa forma, são utilizados autores que analisam esses fenômenos complexos da comunicação em rede, onde se destacam Manuel Castells, Pierre Lévy, Juan Varela, Gustavo Cardoso, Wilson Dizard Jr, Axel Bruns, Renato Rovai e Raquel Recuero.

No último capítulo há um estudo sobre o conceito de *soft power* proposto por Joseph S. Nye Jr e as implicações que esse modelo teórico trouxe para o sistema midiático global. A análise do *soft power* da mídia frente aos desafios do aquecimento climático também passa pela compreensão do paradoxo da abundância de informações. Após essa compreensão, parte-se para uma análise mais específica sobre o envolvimento da mídia com as questões ambientais globais em uma verdadeira relação de simbiose estabelecida entre ambas, conforme expressão de Manuel Castells. Nesse ponto são utilizados teóricos que permitem uma compreensão desse processo evolutivo da proteção internacional do meio ambiente até se chegar às questões atuais envolvendo a regulamentação das mudanças climáticas, tais como Guido Fernando Soares Silva e John McCormick. Uma contribuição especial para a elaboração dessa parte é dada pelas produções científicas realizadas pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC). Da mesma forma, algumas pesquisas empíricas envolvendo a representação das mudanças climáticas junto à mídia mostraram-se essenciais. Uma delas foi realizada pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) no período de julho de 2005 até dezembro de 2008 junto à imprensa

brasileira. A análise da mídia internacional, por sua vez, conta com a contribuição de Maria Inglisa para a compreensão da mídia italiana e de Maxwell Boykoff para identificar o comportamento da mídia norte-americana e de outros países.

Ao final da tese são apresentadas as conclusões que confirmam a hipótese de que a mídia emergiu recentemente como ator emergente das Relações Internacionais, razão pela qual, não se pode considerá-la, tão somente, como um espaço em que as informações são produzidas e circulam.

No que tange aos métodos utilizados no desenvolvimento da tese, cumpre esclarecer que a mesma encontra-se pautada essencialmente, no método de abordagem hipotético-dedutivo. Com isso, a partir de certas experiências ou algum conhecimento prévio acerca do tema emerge um problema de pesquisa que, para a sua solução, são criadas conjecturas as quais devem passar pelo teste da falseabilidade. Diante das conjecturas (hipóteses) formuladas dá-se início a atividade investigativa de modo a se verificar a sua viabilidade, alcance e consistência. Esse método, cujo modelo teórico foi desenvolvido por Karl Popper¹, propõe uma análise quanto às probabilidades de respostas para o objeto em estudo, ao acreditar que a ciência nem sempre consegue atingir essência da verdade.

Assim, tal método também reconhece que, por meio de uma teoria científica, é possível que sejam descobertas soluções temporárias e não definitivas. Isso porque certos objetos de investigação permanecem em constante evolução, havendo plena possibilidade de os resultados da pesquisa serem logo refutados por alterações inerentes ao movimento intrínseco da problemática estudada. Percebe-se, com isso, que o estudo interligando os novos atores das Relações Internacionais e, em especial a mídia, com o exercício do *soft power* no que tange aos problemas ambientais globais, se enquadra perfeitamente nesse tipo de objeto descrito por Popper. Portanto, apresenta-se como método adequado para compreender o assunto de forma consciente das suas mutações e influências da realidade pela qual está submetida à sociedade internacional da atualidade.

Diante disso, foram formuladas algumas hipóteses, sendo que a hipótese principal ocorre no sentido de que a mídia, efetivamente, afigura-se como ator emergente do cenário internacional em face do fortalecimento do seu poder na discussão de problemas ambientais globais, havendo uma ampliação por meio do exercício de um *soft power* que lhe confere uma maior capacidade de influenciar os demais atores na tomada de decisões políticas relacionadas às mudanças climáticas. Apesar disso, outras hipóteses se mostram relevantes de serem

¹ POPPER, Karl. **A Lógica da Pesquisa Científica**. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1972.

referidas. A hipótese secundária, portanto, é a de que os efeitos negativos decorrentes do aquecimento global causarão uma mudança no exercício do poder pelos atores do cenário internacional. Nesse sentido, a mídia internacional, enquanto ator emergente exercerá cada vez mais um importante poder na discussão do problema, apesar de uma inércia inicial em cobrir adequadamente essa temática, pois também serve como mecanismo de dispersão do poder e influência dos demais atores que utilizam os seus recursos para a formação de uma opinião pública internacional. A hipótese que se identifica previamente é a de que alguns atores manter-se-ão reticentes em adotar medidas imediatas no intuito de manter o atual estágio de poder econômico, sustentando inclusive, a negativa quanto à existência do fenômeno do aquecimento global, circunstância essa que se valerá inclusive da mídia como meio de difusão dessa dúvida, utilizando-a, tão somente como instrumento. Por outro lado, outros buscarão apoio na mídia, como ator emergente, para apresentar soluções ao aquecimento global mediante o surgimento de novos focos de poder decorrentes da adoção de novas alternativas técnicas para o problema e com isso alcançar o reconhecimento internacional por parte da opinião pública mundial.

Dessa forma, as hipóteses elaboradas na presente tese foram submetidas a um processo de falseamento visando à sua verificação por meio de uma pesquisa bibliográfica, de modo a corroborá-las ou não. Ainda assim, deve-se frisar que a confirmação das hipóteses e os resultados somente podem ser considerados demonstrados cientificamente até o momento em que outra teoria ou nova percepção sobre o assunto consiga refutar as hipóteses comprovadas com o desenvolvimento da pesquisa anterior. Portanto, é um método que propicia ao pesquisador a consciência da transitoriedade do objeto diante de uma realidade social em mutação, dando-lhe a noção de que suas conclusões não são perpétuas e que há necessidade de uma contínua observação do objeto estudado, de modo a verificar a sua evolução.

Já quanto aos métodos de procedimento, utilizou-se o método monográfico, o qual permite uma análise teórica a respeito do objeto da pesquisa em todos os seus aspectos, mediante aplicação da técnica de pesquisa bibliográfica desenvolvida a partir da análise de livros e artigos de internacionalistas, juristas, cientistas políticos, sociólogos e outros pesquisadores que já se manifestaram sobre o tema de forma a propiciar, mediante reflexão desse material, a consolidação do presente estudo.² O emprego do método monográfico consiste em “examinar o tema escolhido, observando todos os fatores que o influenciaram e

² LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2004. p. 92-93.

analisando-o em todos os seus aspectos [...]”,³ tal como realizado no presente estudo.

Além disso, cumpre esclarecer que a tese foi elaborada utilizando-se primordialmente da técnica da pesquisa bibliográfica e documental. No que tange à pesquisa bibliográfica, é importante esclarecer que a mesma “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. [...]”.⁴ Por essa razão, “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”.⁵ Além disso, é importante frisar que “essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço”.⁶ Essa técnica foi a base da pesquisa, pois os elementos teóricos da tese se apresentam como passíveis de serem compreendidos por intermédio da análise já realizada em outras obras, havendo, contudo, a necessidade de relacionar esses diversos campos de conhecimento com a análise específica pretendida.

No que se refere à técnica de pesquisa documental, a mesma se assemelha muito à pesquisa bibliográfica, sendo que a diferença entre ambas está na natureza das fontes. Ou seja, na pesquisa bibliográfica “se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto” e na pesquisa documental “vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa [...]”.⁷ Quanto às vantagens da utilização da pesquisa documental, é importante destacar que “[...] os documentos constituem uma fonte rica e estável de dados. Como os documentos subsistem ao longo do tempo, tornam-se a mais importante fonte de dados em qualquer pesquisa de natureza histórica”⁸ A utilização dessa segunda técnica de pesquisa mostra-se importante como mecanismo de visualizar por meio de documentos criados pela mídia a forma como a mesma exerce o seu poder através da divulgação de certas informações relacionadas ao objeto da pesquisa.⁹

³ *Ibidem.*

⁴ GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. p. 43-44.

⁵ *Ibidem.* p. 43-44.

⁶ *Ibidem.*

⁷ *Ibidem.*

⁸ *Ibidem.*

⁹ Cumpre destacar que grande parte dos documentos utilizados no terceiro e quarto capítulos foram consultados a partir de sites da *Internet* no intuito de demonstrar o crescente envolvimento das novas mídias com a temática das mudanças climáticas, sendo que tais informações foram tratadas pontualmente no tópico 3.5.4 mediante identificação do papel das redes sociais (*Orkut, Facebook e Twitter*). Esse tipo de documentação, serviu também, para embasar o tópico 4.3.2 onde foram realizadas observações diretas junto aos *sites* de alguns dos principais jornais do mundo como forma de analisar e quantificar a representação das mudanças climáticas junto à mídia. A

Por fim, na parte final do quarto capítulo foi utilizado em conjunto com a análise documental e bibliográfica, ainda que de forma não exaustiva, o método de análise de conteúdo acerca da representação das mudanças climáticas junto às mídias *online*. Tal método, proposto por Harold Lasswell¹⁰ e desenvolvido posteriormente por outros autores, consiste no exame de temas dominantes que integram comunicações, como no caso presente, notícias de jornais *online*. É necessário destacar que, muito embora esta metodologia tenha surgido no contexto do positivismo sociológico, com o intuito de produzir dados quantitativos objetivos¹¹, ainda antes do desenvolvimento da *Communication Research* nos Estados Unidos¹², as décadas posteriores possibilitaram a sua transformação, propiciando o desenvolvimento de análises qualitativas, com o objetivo de investigar o conteúdo latente e o contexto dos objetos analisados. A análise de conteúdo é, pois, uma técnica abrangente. Laurence Bardin, para diferenciar a análise de conteúdo de outros tipos de análise, refere que “[...] a tentativa do analista é dupla: compreender o sentido da comunicação (como se fosse o receptor normal), mas também e principalmente *desviar* o olhar para outra significação, uma outra mensagem entrevista através ou ao lado da mensagem primeira”.¹³

Por fim, no desenvolvimento da presente pesquisa foram adotados alguns conceitos operacionais que serviram para demarcar os limites da análise proposta. Assim, entende-se adequado apresentá-los no intuito de demonstrar, desde já, sob qual concepção teórica cada um foi empregado no presente estudo.¹⁴

Na presente pesquisa se entende por “novos atores”, em termos gerais, aqueles atores das relações internacionais ou agentes que participam das relações ou fluxos internacionais como protagonistas.¹⁵ “É o agente do ato internacional” que participa “das

forma como tais documentos foram trabalhados e os critérios de busca junto aos *sites* foram devidamente explicitados no momento em que as informações foram apresentadas ao leitor.

¹⁰ LASSWEL, Harold. **A linguagem política**. Brasília, Universidade de Brasília, 1979.

¹¹ HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. p. 123-142. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 124.

¹² WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006.

¹³ BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1994. p. 41. A definição trazida por Krippendorff, apesar de insistir no mito da objetividade quando afirma que as inferências devem ser reproduzíveis, já traz uma perspectiva diferente da de Lasswell, ao possibilitar a análise contextual e interpretativa dos dados obtidos pelo pesquisador. “El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto”. KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica**. Barcelona: Paidós, 1990. p. 28.

¹⁴ Não se pretende exaurir aqui a totalidade de conceitos empregados na pesquisa, pois muitos deles foram devidamente explicitados no próprio transcorrer da redação da tese.

¹⁵ RODRIGUES, Gilberto Marcos Antonio. **O que são relações internacionais?** São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 13

relações internacionais e da dimensão dinâmica da sociedade internacional”.¹⁶ Essa conceituação permite a sua modificação mediante a ampliação no quadro de atores que interagem no cenário internacional. O conceito de *novos atores* será empregado no sentido de considerar aqueles atores que surgiram no cenário internacional e passaram a interagir junto com os demais atores ou de forma isolada, interferindo em assuntos de dimensão internacional.

Quanto à mídia, a palavra será utilizada para se referir aos meios de comunicação de massa, observando-se que a mídia “se constitui ao mesmo tempo uma indústria, um serviço público e uma instituição política”.¹⁷ Outras considerações sobre esse conceito são oportunamente elaboradas no transcórre do trabalho.

No que tange ao conceito de *Soft Power*, o termo começa a ser empregado nas Relações Internacionais para descrever a capacidade de um ator “influenciar o comportamento de outro”.¹⁸ É uma forma de poder diferente, contrastando com o *hard power*, que historicamente predominou nas relações de poder internacionais. Essa influência pode ser exercida por diversos meios, dentre eles os meios de comunicação e a cultura nacional. Seu conceito, portanto, encontra-se empregado no sentido de considerá-lo como a habilidade de influenciar indiretamente o comportamento ou interesses de outros atores ou grupos a fazer o que o se deseja, utilizando-se de meios culturais ou ideológicos sem haver necessidade de emprego de força.¹⁹

O conceito de aquecimento global, por sua vez, emerge a partir dos dados do Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima (IPCC) onde tal fenômeno é caracterizado como um aumento da temperatura média da superfície da Terra que vem acontecendo por mudanças generalizadas nas temperaturas extremas observadas ao longo dos últimos 50 anos, sendo que a explicação para este fenômeno aponta como principal causa o aumento da concentração na atmosfera dos gases causadores do efeito estufa.²⁰ Ao lado desse conceito, utiliza-se a expressão mudanças climáticas no sentido também adotado pelo IPCC,

¹⁶ OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações internacionais**: estudos de introdução. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 183.

¹⁷ É preciso observar que “nem todos os meios de comunicação fazem parte desta natureza tríplice”. Assim, “um meio de comunicação é uma empresa industrial que, por meios técnicos específicos, difunde, simultaneamente ou quase, a mesma mensagem a um conjunto de indivíduos esparsos” [...] ”no sentido corrente, os meios de comunicação são os jornais e as revistas, o rádio e a televisão” e a internet. BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru: EDUSC, 1999. p.11; 31.

¹⁸ NYE Jr, Joseph S. **Soft Power**: The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs, 2004. p. 7.

¹⁹ *Ibidem*. p. 7.

²⁰ IPCC. **Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima**. Quarto Relatório de Avaliação do IPCC, Grupo de Trabalho III. Disponível em: <http://www.ipcc.ch/pdf/reports-nonUN-translations/portuguese/ar4-wg1-spm.pdf> Acesso em: 25 abr.2008

ou seja, inclui-se nesse fenômeno “qualquer mudança no clima ocorrida ao longo do tempo, devida à variabilidade natural ou decorrente da atividade humana”.²¹

Assim, parte-se em busca identificação da atual configuração do cenário internacional como seus diversos atores (capítulo 1), para então se adentrar na compreensão acerca das teorias da comunicação e na emergência da mídia nas relações internacionais (capítulos 2 e 3), finalizando com a análise acerca do *soft power* da mídia frente aos desafios das mudanças climáticas (capítulo 4).

²¹ *Ibidem.*

1 O CENÁRIO INTERNACIONAL CONTEMPORÂNEO: SEUS ATORES E DESAFIOS

As relações internacionais contemporâneas formam um sistema dinâmico, marcado intensamente pela interdependência entre seus diversos atores.²² Em face disso, identificar claramente quem são e quais os papéis de cada um desses atores, em especial dos novos e emergentes, é um desafio que os estudiosos da área enfrentam há algum tempo. Todavia, ressalta-se que ainda não existe uma classificação uniforme e apropriada aos novos fenômenos decorrentes da ampliação do quadro de potenciais novos atores das Relações Internacionais.

Assim, é nesse contexto que se insere o presente estudo, tendo em vista que foca sua atenção para o momento em que as relações internacionais passaram a se tornar multipolarizadas (anos 1970), em especial no campo econômico, e para o momento de emergência de novos atores, o que conduziu a questionamentos por parte dos estudiosos da área, não somente acerca do papel dos Estados e suas políticas externas, mas de todas as interações existentes entre os diversos atores.

É importante frisar que essa situação ocorre, de certo modo, porque o campo de estudo científico das Relações Internacionais é recente, tendo sido impulsionado a partir da Primeira Guerra Mundial. Contudo, o maior desafio enfrentado pelos estudiosos das relações internacionais é o das constantes mudanças tanto no cenário quanto nos atores, que se torna potencializado pelas alterações advindas dos avanços tecnológicos. Como refere Eiiti Sato, essas mudanças são inerentes “às relações sociais de uma forma ampla, mas geralmente temos dificuldade em compreender esse processo porque nossas percepções são formadas

²² “Como os próprios membros da sociedade internacional são entidades sociais complexas, é importante levar em conta também a relação entre interdependências em cada um dos membros individuais dessa sociedade (as interdependências internas), assim como as que existem entre os membros da sociedade internacional (interdependências externas). [...] Em um mundo interdependente, os atores não podem mais seguir seus objetivos sem ajustá-los e normalmente procurar regular as ações alheias. Com efeito, a conduta dos membros de um sistema interdependente provoca externalidades ou efeitos laterais recíprocos, que os membros individuais não podem ignorar, ao perseguir seus próprios interesses [...] O fato de que em um sistema interdependente a vantagem de cada indivíduo é determinada em parte pelas ações de outros membros da coletividade faz com que todos sejam vulneráveis às ameaças e às promessas dos demais. Por isso, níveis crescentes de interdependência não só aumentam a necessidade de arranjos institucionais para controlar a interferência mútua como proporcionam aos membros do sistema social formas de pressão que podem ser usadas contra os violadores ou possíveis violadores das normas e dos direitos de uma instituição” YOUNG, Oran R. A eficácia das instituições internacionais: alguns casos difíceis algumas variáveis críticas. In: ROSENAU, James N.; CZEMPIEL, Ernst-Otto. **Governança sem governo: ordem e transformação na política mundial**. Tradução de Sérgio Bath. Brasília: Unb; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2000. p. 254-255

basicamente sobre a experiência passada".²³ O autor também lembra que os inúmeros avanços tecnológicos vêm causando profundas alterações nas relações econômicas, políticas, sociais e que, portanto, o "mundo tornou-se cada vez mais integrado tanto no sentido horizontal quanto verticalmente".²⁴

Dessa forma, o momento atual em que se insere o presente estudo exige que se revise o seu arcabouço teórico, fazendo com que novas concepções teóricas ainda não tratadas adequadamente pelas abordagens tradicionais também passem a fazer parte do estudo das relações internacionais contemporâneas.

Assim, a teorização sobre o rol e o *status* dos atores das relações internacionais exige uma percepção integrada com a complexidade que cerca o cenário em que essas interações ocorrem. Nos próximos itens serão analisados os conceitos sobre novos atores e atores emergentes (1.1), bem como o contexto em que houve esse surgimento (1.2). Da mesma forma, serão apresentadas algumas reflexões sobre o papel desempenhado pelos atores no cenário internacional e, conferindo atenção especial, ao papel da mídia (1.3 até 1.8).

1.1 Novos atores e atores emergentes: definições conceituais

A qualidade de ator é definida ora a partir de uma base sobre sua natureza, ora a partir da sua capacidade e de sua habilidade para cumprir determinadas funções e alcançar certos objetivos no cenário internacional.

Antonio Papisca demonstra claramente essa distinção doutrinária ao questionar qual é o *status* dos atores internacionais. Para isso, o autor sustenta que existem atores com *status atribuído* (em função de sua natureza jurídica, por exemplo) e atores com *status adquirido* (em função de sua capacidade).²⁵ Quanto ao primeiro, explica que se enquadram todos aqueles atores tradicionais, independentemente da sua vontade, ou seja, são intrinsecamente atores do cenário, citando como principal exemplo o Estado. Quanto ao segundo, Papisca refere que são aqueles que conquistam essa condição como resultado de

²³ SATO, Eiti. **A Ordem Internacional Hoje: Globalização, Papel do Estado e bens Públicos Internacionais.** Disponível em: <http://www.cedep.ifch.ufrgs.br/Textos_Elet/pdf/A%0ORDEM%20INTERNACIONAL%20HOJE%20MAR%20C7O%202001%20%281%29.pdf> Acesso em: 9 ago.2009.

²⁴ *Ibidem.*

²⁵ PAPISCA, Antonio. **Introduzione allo Studio delle Relazioni Internazionali.** Torino: Giappichelli Editore, 1973. p.154.

seus esforços de afirmação e de sua capacidade pessoal.²⁶

No presente estudo, essa identificação de *status adquirido* será importante, pois esses atores “contribuem com sua capacidade de influir de modo direto e, eficazmente, sobre o comportamento dos sistemas políticos nacionais”.²⁷ Por vezes, tais atores chegam a desenvolver uma política externa própria e distinta dos próprios Estados nacionais em que se encontram. Assim, ao adquirirem o *status* de ator, passam a interagir com todos os demais atores internacionais, sendo capazes de “influírem e modificarem” outros comportamentos.²⁸

Com isso, pode-se considerar ator, segundo tal raciocínio, todo “aquele que participa das relações internacionais e da dimensão dinâmica da sociedade internacional”, levando-se em consideração a influência recíproca de cooperação ou conflito existente nesse cenário.²⁹ Esse conceito, permite incluir a mídia como ator, pois conforme será discutido nos próximos tópicos torna-se cada vez mais evidente a sua influência em questões internacionais.

Esther Barbé sustenta que considerar um ator a partir de sua capacidade e habilidade propicia um ajuste às necessidades da sociedade internacional contemporânea onde, em face dos diversos cenários, as políticas realizadas são múltiplas e diversas.³⁰ A autora esclarece que essa definição não significa que todo ato transnacional confere imediatamente categoria de ator a alguém ou a uma instituição. A categoria que se pretende analisar se é ou não ator deve ser medida a partir da influência exercida efetivamente em seu campo de atuação.³¹ Essa concepção também se mostra bastante pertinente à confirmação da hipótese de que a mídia emergiu como ator, pois a análise das diversas interações midiáticas relacionadas ao objeto da presente pesquisa demonstram a habilidade que os meios de comunicação de massa possuem na articulação de fatos e políticas internacionais.

Assim, a autora entende que essa aproximação conceitual funcional acerca dos atores se baseia em critérios amplos. Com isso, ao conceituar ator internacional, Esther Barbé refere que “é aquela unidade do sistema internacional (entidade, grupo, indivíduo) que goza de habilidade para mobilizar recursos que o permitam alcançar seus objetivos, que tem capacidade para exercer influência sobre outros atores do sistema e que goza de certa

²⁶ *Ibidem*, p.154-155.

²⁷ *Ibidem*, p.156.

²⁸ *Ibidem*.

²⁹ OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações internacionais: estudos de introdução**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 183.

³⁰ BARBÉ, Esther. **Relaciones internacionales**. 3 ed. Madri: Tecnos, 2007. p. 153.

³¹ *Ibidem*.

autonomia”.³² Ressalta, ainda, que a condição de ator está ligada a necessidades concretas e temporais decorrentes da evolução da agenda internacional.³³

Para Bruce Russett e Harvey Starr,³⁴ a qualidade de ator internacional encontra-se fundamentado em três elementos. O primeiro é o de possuir capacidade para exercer funções contínuas e significativas no sistema interestatal; segundo, influenciar os elaboradores da política exterior, tendo impacto na formação da política exterior e, terceiro, a entidade (ator) possuir certo grau de autonomia ou liberdade na hora de tomar decisões.

A partir dessas considerações, e ao se analisar as diversas concepções teóricas sobre os atores internacionais, percebe-se a existência de ao menos duas correntes distintas que visam a apontar uma classificação para o tema.³⁵ A primeira classificação, adotada em grande parte das obras de *Relações Internacionais*, pode ser denominada de *clássica*³⁶ e a segunda, surgida nos anos 70 em decorrência dos trabalhos sobre a globalização, pode ser chamada de *transnacionalista*, e tem sua sustentação em estudos originados nos Estados Unidos.³⁷

A primeira dessas classificações é adotada pelo clássico autor francês Marcel Merle, que emprega uma definição ampla de ator internacional. Para ele, por ator internacional “deve-se entender toda autoridade, todo organismo, todo grupo e, inclusive, toda pessoa capaz de desempenhar uma função no campo social, num caso concreto na cena internacional”.³⁸

Marcel Merle, ao analisar essa temática, apresenta informações bastante precisas para o seu entendimento. O autor relembra que a indicação dos atores não é muito clara, tendo

³² *Ibidem*.

³³ *Ibidem*.

³⁴ RUSSETT, Bruce; STARR, Harvey. **World Politics: The menu for choice**. New York: W. H. Freeman and Co., 1981. p. 65.

³⁵ Uma análise mais específica sobre os principais tipos de atores do cenário internacional será realizada no próximo item deste estudo onde serão apresentadas as classificações e tipologias dadas pela doutrina internacionalista ao tema.

³⁶ Barbé, em sua obra, adota o critério clássico de divisão dos atores internacionais em três grandes grupos: Estados, organizações intergovernamentais e forças transnacionais. A autora refere que não menospreza com isso o valor dado a outros atores internacionais. Porém, a sua compreensão é a de que a concepção de sociedade internacional está baseada em duas lógicas, a interestatal e a transnacional ou multicêntrica. A partir dessas duas lógicas entende que é possível perceber a importância desses outros atores ou novos atores, mas, contudo, com cuidado de que muitos são “duvidosos” enquanto atores efetivos ou verdadeiros do cenário internacional. BARBÉ, Esther. **Relaciones internacionales**. 3. ed. Madri: Tecnos, 2007. p. 153-237.

³⁷ MANSBACH, Richard; FERGUSON, Yale H.; LAMPERT, Donald E. **The Web of World Politics: Non-State Actors in the Global System**. New Jersey: Prentice Hall, 1976.

³⁸ MERLE, Marcel. **Sociologia das relações internacionais**. Tradução de Ivone Jean. Brasília: Universidade de Brasília, 1981. p. 213.

em vista que, para muitos doutrinadores, os únicos atores são os Estados, enquanto que, para outros, os indivíduos ou grupos que possuem algum poder também poderiam ser considerados. Com isso, Merle esclarece que esse tipo de dificuldade decorre de uma “confusão entre a noção de ator e a noção de papel cumprido”, isso porque para ele “todos os atores potenciais não são forçosamente atores reais e todos os atores reais não cumprem necessariamente o mesmo papel”.³⁹

Diante desse raciocínio, Merle considera como atores das relações internacionais os Estados, as Organizações Internacionais, chamadas por ele de “Organizações intergovernamentais (OIG)”, as forças transnacionais (especialmente as ONGS) e “as firmas multinacionais”.⁴⁰

Ao apresentar essa classificação, Merle não inclui o indivíduo como um ator, pois acredita que “os particulares tomados isoladamente não sejam suscetíveis de cumprir um papel específico nas relações internacionais”. Por outro lado, reconhece que somente poderiam ser considerados como atores se fosse levada em consideração a sua personalidade, ou seja, aqueles indivíduos “especialmente incumbidos de uma função no sistema internacional pelo intermédio de uma das três categorias” anteriormente referidas.⁴¹ De qualquer forma, reconhece que “o indivíduo está sendo tratado de maneira crescente como um sujeito, ativo ou passivo, do direito internacional”, mas, ainda assim, não o reconhece como um ator político no cenário internacional⁴².

Marcel Merle reafirma esse raciocínio explicando que “a ação internacional só pode ser percebida e registrada através das iniciativas e das manifestações coletivas que é suscetível de provocar”.⁴³ Contudo, o autor deixa em aberto essa questão quando frisa que “[...] toda pessoa ou grupo que detém um meio de influência é um ator potencial e torna-se um ator ocasional quando resolve fazer uso do seu poder no terreno da ação internacional”.⁴⁴

Esse conceito, também se revela importante para o presente estudo, pois sob tal concepção também se mostra possível identificar a inclusão da mídia no rol de atores. É inegável que mídia possui uma grande influência em certos assuntos e, apesar de nem sempre exercer uma influência constante e marcante em todas as discussões, quando se envolve em

³⁹ *Ibidem*, p. 213.

⁴⁰ *Ibidem*.

⁴¹ *Ibidem*, p. 213-214.

⁴² *Ibidem*, p. 214.

⁴³ *Ibidem*.

⁴⁴ *Ibidem*, p. 275.

certas discussões acaba por demonstrar claramente o seu poder de condução dos debates na esfera internacional, tal como será destacado no terceiro capítulo.

A segunda corrente, transnacionalista, destaca que o Estado e o território perdem a importância que a tipologia anterior conferia. Nesse sentido, Mansbach considera um rol mais ampliado de atores que devem ser considerados, dentre eles: atores governamentais interestatais ou organizações intergovernamentais; atores não-governamentais interestatais; os Estados, atores governamentais não-centrais, atores intra-estatais não-governamentais e os indivíduos.⁴⁵

Os atores tradicionalmente reconhecidos como pertencentes ao cenário internacional, em especial, a partir da adoção da corrente clássica, já são objeto de análise pelos estudiosos das Relações Internacionais há bastante tempo. Ainda assim, em alguns casos pode existir alguma divergência com relação à nomenclatura empregada para defini-los.

Nesse ponto, também cumpre esclarecer, que não se pode confundir a noção de ator internacional com a de sujeito de direito internacional. Segundo Giovanni Olsson, a concepção de ator “corresponde ao seu elemento ou dimensão subjetiva, [...] realiza função similar a que o ‘sujeito de direito’ perfaz no Direito Internacional Público. Esse conceito de ‘ator’, contudo, é fundamentalmente maior em extensão do que o conceito de ‘sujeito de direito’”.⁴⁶ Portanto, em síntese, pode-se destacar que a diferença elementar no que tange à definição do

[...] elemento subjetivo entre o campo jurídico, de um lado, e os campos político e internacionalista, de outro, é que aquele fundamenta-se na dimensão normativa ou deontológica (isto é: na existência de marcos regulatórios que reconheçam a possibilidade dessa atuação na esfera jurídica), enquanto estes fundamentam-se na dimensão empírica ou ontológica (ou seja: na efetividade da promoção de relações internacionais em qualquer esfera).⁴⁷

Na presente tese, portanto, a expressão *ator* encontra-se atrelada às relações internacionais e será conferida ao ente que interfere efetivamente no cenário internacional e que, portanto, atua na condução de temas de alcance internacional. Por sua vez, a expressão *sujeito*, encontra-se relacionada com o direito internacional e pressupõe a condição de o ente

⁴⁵ MANSBACH, Richard; FERGUSON, Yale H.; LAMPERT, Donald E. **The Web of World Politics: Non-State Actors in the Global System**. New Jersey: Prentice Hall, 1976.

⁴⁶ OLSSON, Giovanni. **Poder político e sociedade internacional contemporânea: governança global com e sem governo e seus desafios e possibilidades**. Florianópolis: UFSC, 2006. 400 p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.p. 203.

⁴⁷ *Ibidem*.

possuir direitos e deveres perante o ordenamento jurídico internacional (ex. Estados e Organizações Internacionais).

Percebe-se, com isso, que o termo ator é mais amplo que sujeito; razão pela qual se pode dizer que todos os sujeitos de direito internacional são atores, mas o contrário não.

De qualquer forma, é possível afirmar que existe um consenso na doutrina, independentemente da corrente teórica considerada, quanto ao protagonismo do Estado que ocupa tanto o papel de ator das Relações Internacionais como o de sujeito de direito internacional.⁴⁸ Porém, atualmente esse protagonismo vem sendo ameaçado pela expansão da atuação dos demais atores. Em especial, nota-se que os chamados “novos atores”, conforme sustentado pela corrente transnacionalista, vem ganhando uma importância considerável e, por isso, exige um estudo mais rigoroso e sistemático pelos teóricos das Relações Internacionais.

Apesar de esse protagonismo se encontrar em mutação, os novos atores ainda buscam um maior espaço e reconhecimento no cenário internacional para *adquirir o status* de ator conforme já referido. Os chamados “novos atores” das Relações Internacionais ainda não se encontram totalmente definidos e classificados de maneira uniforme entre os pesquisadores da área.

Por tal razão, no presente estudo, considerar-se-á *novo ator* aquele para o qual já existem elementos de identificação de sua atuação e interferência nas questões internacionais, ainda que tal reconhecimento não seja totalmente evidenciado pelos teóricos da área. Quanto aos considerados *atores emergentes*, tal denominação estará atrelada ao fato de ainda não estar totalmente definida e estudada cientificamente a sua exata extensão perante as relações internacionais, como será observado à frente na análise do papel da mídia.

Contudo, tanto os novos atores quanto os atores emergentes, de modo geral podem ser considerados atores em processo de *aquisição do status* de atores das relações internacionais. Isso se porque, já existem elementos que conduzem à conclusão de que se tratam de atores que ocupam um verdadeiro espaço, apesar da inexistência de consenso e, em alguns casos, inexistência de estudos que os reconheça e teorize sobre as razões da sua emergência e solidificação como ator das Relações Internacionais.

⁴⁸ De acordo com Francisco Rezek, devem ser considerados como “sujeitos de direito internacional público – ou pessoas jurídicas de direito internacional público –” apenas os “Estados soberanos” e as “Organizações Internacionais”. REZEK, José Francisco. **Direito internacional público: curso elementar**. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 1996. p. 155.

Em face disso, faz-se necessário analisar o contexto de surgimento dos novos e emergentes atores, categorizando-os e definindo as suas principais atribuições para que se possa chegar à análise, foco do presente estudo, sobre a emergência da mídia como um ator das relações internacionais.

Essa distinção mostra-se relevante, pois a atuação da mídia no cenário internacional é um fenômeno complexo. Com isso, algumas de suas atuações e expressões permitirão supor que ela já se pode ser considerada como novo ator enquanto que outras manifestações, especialmente, aquelas atreladas às novas mídias, conduzirão à constatação mais evidente de que ainda se trata de um ator em emergência.

Tendo em vista que a intenção primordial do presente estudo é analisar o fenômeno de surgimento da mídia como ator emergente, não se fará uma análise minuciosa sobre outras possíveis discussões envolvendo aspectos de classificação propostas por demais autores. Entende-se que as definições teóricas presentes nesse estudo já servem para demonstrar que a mídia possui condições de passar a figurar como ator.

Assim, nos próximos itens serão abordadas, sucintamente, as discussões teóricas envolvendo os atores tradicionais e os novos atores, visando a demonstrar a existência de estudos sobre tal temática, cuja carência está em definir e teorizar acerca da ampliação desse rol e a identificação da relação existente entre os atores que estão emergindo, especialmente a mídia, com aqueles já considerados como atores tradicionais.

Convém ressaltar que não se pretende exaurir a análise sobre cada um dos atores, a intenção é apresentar uma revisão do assunto e focar precisamente a atenção nos estudos referentes à emergência da mídia enquanto ator emergente das Relações Internacionais contemporâneas.

1.2 O contexto do surgimento dos novos atores no cenário internacional

Uma das características mais importantes do sistema político mundial na segunda metade do século 20 é o aumento significativo em número e relevância de atores não-estatais. Com o crescimento da interdependência e da comunicação entre as sociedades, foi estabelecida uma grande variedade de novas estruturas organizacionais, operando numa base regional e global.

A partir do surgimento dessa nova sociedade internacional, caracterizada pela

crecente complexidade, polaridade incerta, e por uma forte tendência à criação de vínculos de cooperação entre seus atores, foi possível o estabelecimento de relações de interdependência entre os diversos atores, tradicionais, novos e emergentes. Como destaca Ricardo Seitenfus, em face da crescente interdependência, torna-se impossível “traçar uma linha estanque entre as origens nacionais e as consequências internacionais dos fenômenos contemporâneos”.⁴⁹ O autor ressalta, ainda, que “o surgimento de temas transversais e difusos, bem como de novos atores na cena internacional [...] indicam a complexidade crescente das RI e demonstram sua vitalidade”.⁵⁰

O aumento dessas entidades não-estatais e sua crescente participação na política mundial passaram a desafiar os pressupostos das abordagens tradicionais para as relações internacionais, que assumem os Estados como as únicas, ou uma das mais importantes, unidades do sistema internacional.

As transformações ocorridas no século passado, por sua vez, foram fundamentais para o aumento do número desses novos atores.⁵¹ Foi a partir dessas mudanças que se iniciou uma nova tendência na ordem internacional, na qual o Estado deixou de ser o único ator para assumir papel compartilhado com os demais atores.

A condição de ator primordial no cenário internacional permanece intocada até o momento em que passam a se agregar outros tipos de atores não-estatais. É nesse momento, especialmente na primeira metade do século 20, que as Organizações Internacionais Governamentais iniciam o seu processo de expansão e ganham importância, que se consolida após 1945. Enquanto alguns autores reconhecem que essas entidades não-soberanas e suas atividades têm levado a mudanças fundamentais no mundo da política, outros defendem que a estrutura do sistema internacional ainda pode ser tratada com base nas relações interestatais.

A doutrina internacionalista diverge quanto ao entendimento de que as entidades não-estatais devem ser tratadas como atores distintos e autônomos ou simplesmente como instrumentos dos Estados. Os estudos mais atuais na área começam a acenar para o reconhecimento da coexistência no sistema internacional de Estados e atores não-estatais.

Para compreender essa situação, é preciso analisar, ainda que de forma rápida, os principais paradigmas das Relações Internacionais pós Segunda Guerra Mundial (tendo em

⁴⁹ SEITENFUS, Ricardo. **Relações internacionais**. Barueri, SP: Manole, 2004. p. xxiv.

⁵⁰ *Ibidem*.

⁵¹ Por cenário internacional pode-se compreender como “o local, o espaço geográfico onde se dão as relações internacionais produzidas pela participação dos atores internacionais”. RODRIGUES, Gilberto Marcos Antonio. **O que são relações internacionais?** São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 13.

vista que é nesse período em que começam a emergir com mais intensidade os novos atores, foco desse trabalho) e a forma como abordam os diferentes atores do cenário internacional.

Uma importante contribuição para a compreensão do assunto é dada por Giovanni Olsson, ao refletir sobre os vários critérios de seleção e as diversas formas de classificação dos atores internacionais. Para o autor, a análise quanto a esses aspectos “[...] pressupõe não apenas uma opção teórico-metodológica no tocante a um enfoque analítico (valorizando mais o aspecto jurídico ou político, por exemplo), mas também uma perspectiva ou modelo de compreensão das relações internacionais”.⁵² Com isso, sustenta que “[...] é decisivo o modelo ou paradigma empregado na análise dos fenômenos internacionais para a aferição de seus desdobramentos teóricos”.⁵³

Ao se realizar essa análise proposta por Olsson com fins de melhor compreender as interações entre os paradigmas e os atores das relações internacionais, percebe-se claramente que de acordo com o paradigma adotado o quadro de atores sofrerá alterações.⁵⁴ De qualquer forma, é importante ter em mente que

[...] cada abordagem teórica explica apenas parte da realidade, deixando de lado um conjunto de fenômenos, por ela considerados menos relevantes para explicar a realidade internacional, que simplesmente não podem ser compreendidos quando analisados a partir desse prisma teórico. Nesse sentido, tais fenômenos seriam anomalias em relação a esse discurso científico sobre a realidade. Por isso mesmo, desenvolvem os analistas das relações internacionais outros discursos científicos capazes de explicar tais anomalias; de tornar compreensível a evolução de processos distintos e o comportamento de atores outros além daqueles cujo comportamento é

⁵² OLSSON, Giovanni. **Relações internacionais e seus atores na era da globalização**. Curitiba: Juruá, 2003. p. 153

⁵³ Em face disso, Giovanni Olsson analisa como as diversas abordagens propiciadas pelos paradigmas das Relações Internacionais, podem influenciar na categorização, sistematização e compreensão dos atores. Assim, para o autor: “Uma abordagem idealista ou realista tende a supervalorizar o Estado e seu papel nesse cenário, enfatizando a detenção de um potencial integrador em nome da paz e da ética universais (idealismo) ou a detenção do poder militar como instrumento essencial de estruturação do eixo de forças internacionais (realismo). Nessa ótica, o indivíduo ou mesmo as organizações internacionais, desprovidos de poder de sanção efetiva (militar ou jurídica) para realizarem seus interesses nessa área, por exemplo, não cumprem qualquer papel importante a ser destacado, uma vez que devem sempre se reportar a seus Estados de origem ou constituintes. Uma abordagem dependentista, por outro lado, tende a enfatizar o papel econômico desempenhado pelos atores que tenham possibilidade de estabelecer a relação dominação-dependência e, pois, tende a subvalorizar o papel não-econômico de alguns atores (como a atuação cooperativa integradora ou meramente jurídico-formal dos Estados ou empresas transnacionais, ou mesmo das organizações não-governamentais junto à opinião pública internacional, por exemplo)”. Por fim, o autor conclui que “[...] apenas uma abordagem interdependentista parece apresentar condições de compreender a realidade internacional na sua complexidade e dinâmica ímpares na atual sociedade internacional mundializada.” OLSSON, Giovanni. **Relações internacionais e seus atores na era da globalização**. Curitiba: Juruá, 2003. p. 153-154.

⁵⁴ De acordo com Rodrigues, um paradigma comporta uma visão (interpretação ou compreensão) dos fenômenos internacionais tendo como suporte um método que tem por finalidade explicar os fatos que estão ocorrendo no cenário internacional, e, portanto, um paradigma acaba sendo uma forma de entender a realidade internacional. RODRIGUES, Gilberto Marcos Antonio. **O que são relações internacionais?** São Paulo: Brasiliense, 1994. p.18.

objeto de estudo da abordagem de que se fez uso inicialmente. Com isso, podem tais analistas cercar a realidade internacional, explicando o papel desempenhado por seus atores principais e a evolução de seus processos mais importantes. Assim, a correta compreensão desses diferentes discursos científicos faculta utilizá-los simultaneamente, de modo que se torne capazes de produzir análises mais consistentes acerca dos fenômenos que se quer explicar.⁵⁵

No que tange ao paradigma do realismo, que desde o final da Segunda Guerra Mundial dominou o campo das relações internacionais, é importante considerar que nesse período a maioria dos países acreditava que a paz poderia e deveria ser alcançada, não por meio de conciliação, mas através da força militar como unidade intrínseca do Estado e do exercício do poder nacional. Para o realismo e os realistas, o Estado possui papel dominante. Com isso, reconhece como ator somente os Estados, tendo em vista que são eles os “verdadeiros atores nacionais, de conduta lógica, racional, despidos das paixões de seus governantes ou pressões de atores não-governamentais”⁵⁶

Apesar de algumas críticas, o realismo ainda continua capaz de fornecer elementos para estudiosos e formuladores de política externa. Isso também se evidencia por seu renascimento na década de oitenta com o nome de neorealismo.

O realismo foi um desafio para a escola idealista de pensamento que dominou o período entre guerras, e cujo objetivo principal foi a prevenção de outra guerra mundial. A busca da hegemonia e conquista do mundo pelo nazismo pôs em xeque a eficácia das instituições internacionais e destacou o papel do poder na política mundial. Embora o idealismo tenha continuado a ter certa influência na política mundial após a Segunda Guerra Mundial, como evidenciado pela criação das Nações Unidas, a abordagem idealista foi substituída, especialmente após o advento da Guerra Fria.⁵⁷

O desenvolvimento do realismo, por sua vez, como um paradigma distinto nas relações internacionais tem sido mais claramente identificado a partir das obras de Edward

⁵⁵ ROCHA, Antônio Jorge Ramalho da. Por uma compreensão crítica das teorias das relações internacionais. **Revista Cena Internacional**. v. 3. n. 1, 2001. p. 84.

⁵⁶ OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações internacionais: estudos de introdução**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 82.

⁵⁷ De acordo com Odete Maria de Oliveira, o nome “idealista” decorre pelo fato de que “buscava introduzir projetos inspirados em regras éticas e que, transformadas em princípios jurídicos, serviriam como padrões às Relações Internacionais, as quais, após o impulso dessa escola, passaram a se apresentar de forma mais aberta e democrática, positivando as seguintes medidas: a) afastou as práticas tradicionais de diplomacia dos bastidores e que negociavam alianças militares secretas; b) consolidou a determinação internacional da obrigatoriedade do registro e da publicação dos tratados multilaterais; c) motivou o surgimento das primeiras cátedras de Relações Internacionais em Universidade britânicas. OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações internacionais: estudos de introdução**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 73.

Carr,⁵⁸ em 1939, e de Hans Morgenthau,⁵⁹ em 1948. Estes trabalhos desenvolveram o que Morgenthau chamou de "realismo político" em um claro esforço para desafiar o paradigma idealista e escritores liberais em assuntos internacionais.

A chave para compreender os pressupostos do realismo político encontra-se no conceito de poder. Morgenthau afirma que, “a política internacional, como todas as políticas, é uma luta pelo poder, [...] quaisquer que sejam os propósitos finais da política internacional, poder é sempre o propósito imediato”.⁶⁰ Além disso: "todos os políticos procuram manter o poder, para aumentar o poder, ou para demonstrar poder".⁶¹ Em síntese, “o poder passou a caracterizar o fator de decisão das Relações Internacionais junto com o conceito de equilíbrio de poder e o conceito de potência, sob a tônica da anarquia do sistema internacional, tornando-se tais elementos regra mínima de ordem, com o fim de perpetuar a atuação dos Estados”.⁶²

Além disso, se o Estado constitui o único ator importante nos assuntos internacionais, os realistas consideram que este campo é mais bem analisado em termos das relações interestatais. O Estado, por intermédio de seu governo, é visto como um ator unitário e racional, que visa, acima de tudo, aos interesses nacionais e compete neste assunto com outros Estados-nação. Segundo os realistas, os atores na política mundial são definidos com base em três critérios principais: a soberania, o reconhecimento da soberania e o controle do território e da população.⁶³ Com isso, outras entidades no cenário internacional não podem ser vistos como entidades distintas e autônomas, porque não combinam esses três elementos essenciais.⁶⁴ Assim, mesmo que os demais atores venham a exercer algum poder efetivo no cenário internacional, por não atenderem a tais critérios, em especial, por não possuírem soberania, deixam de ser considerados como tal pela escola realista. Evidencia-se, dessa forma, que essa posição aproxima-se da concepção conferida pelo direito internacional público ao considerar os Estados como sujeitos de direito nos termos da Convenção de Viena sobre Direito dos Tratados de 1969.

⁵⁸ Cf. CARR, Edward. **Vinte Anos de Crise: 1919-1939**. Tradução de Luiz Alberto Figueiredo Machado. Brasília: UnB, 1981.

⁵⁹ Cf. MORGENTHAU, Hans J. **A política entre as nações: a luta pela guerra e pela paz**. Tradução de Kenneth W. Thompson. Brasília: UnB/ IPRI; São Paulo: IMESP, 2003.

⁶⁰ *Ibidem*, p. 20.

⁶¹ *Ibidem*, p. 21.

⁶² OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações internacionais: estudos de introdução**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 79.

⁶³ HOCKING, Brian; SMITH, Michael. **World Politics**. New York: Harvester Wheatsheaf, 1990. p. 80.

⁶⁴ *Ibidem*, p. 80.

Com a evolução constante no campo das relações internacionais, os pressupostos do realismo clássico passaram a ser contestados, fazendo com que perdesse um pouco de espaço com o surgimento de um novo paradigma: o modelo da dependência. O dependitismo “[...] centra sua atenção nas relações econômicas internacionais e observa que entre elas se estabelecem termos de desigualdade e dominação, de natureza desequilibrada e injusta do sistema internacional [...]”.⁶⁵

A emergência de outros paradigmas para explicar as relações internacionais, associada ao crescimento dos atores não-estatais, particularmente as corporações transnacionais, organizações internacionais como as Nações Unidas e grupos organizados em nível transnacional, no pós-Segunda Guerra Mundial, fez com que muitos estudiosos passassem a questionar a posição de centralidade do Estado. Ao analisar o assunto, Richard Mansbach e John Vasquez afirmam que o realismo oferece um retrato enganoso da política mundial. Argumentam que o realismo ignora a diversidade de atores não-estatais envolvidos na política mundial, bem como órgãos burocráticos como atores, agregando essa última em seus respectivos governos.⁶⁶ Os autores observam que a negligência em admitir uma pluralidade de atores dentro do paradigma realista leva a distorções, que o torna teoricamente insatisfatório.⁶⁷ Portanto, afirmam que um paradigma alternativo será cientificamente promissor só se puder oferecer outras variáveis e que, portanto, isso será mais proveitoso do que aqueles encontrados no paradigma de política de poder para explicar o comportamento global.⁶⁸

No final da década de 70, duas obras apresentaram propostas teóricas para refutar as críticas dirigidas ao realismo, dando origem ao neorealismo, que reforçam a importância do poder do Estado e o papel de subordinação dos demais atores não-estatais. As referidas obras são: *The Anarchical Society* de Hedley Bull⁶⁹ e *Theory of International Politics* de Kenneth Waltz.⁷⁰

Os novos realistas, também denominados “realistas estruturalistas”, em razão da ênfase dada à estrutura do sistema internacional, não obtiveram resultados significativos,

⁶⁵ OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações....** *Op. cit.* p. 88.

⁶⁶ MANSBACH, Richard W.; VASQUEZ, John A. **In Search of Theory: A New Paradigm for Global Politics.** New York: Columbia University Press, 1981. p. 26

⁶⁷ *Ibidem.*

⁶⁸ *Ibidem.*

⁶⁹ BULL, Hedley. **The Anarchical Society: a study of Order in World Politics.** New York, Columbia University Press, 1977.

⁷⁰ WALTZ, Kenneth. **Theory of International Politics.** New York: McGraw-Hill, 1979.

tendo em vista que a sua concepção teórica manteve-se centrada no modelo estatocêntrico tradicional.⁷¹ Ou seja, mantiveram sua tese de que o Estado ainda seria “o ator principal das Relações Internacionais, sustentada no substrato do poder e na luta pela força como determinantes às questões internacionais, utilizando-as como seus instrumentos reguladores”.⁷²

Como a maioria dos neorrealistas, Waltz aceita que a globalização está colocando novos desafios para os Estados, mas não acredita que os mesmos estejam sendo substituídos, porque nenhum ator não-estatal poderia igualar as suas capacidades.

Desde seu surgimento, em 1979, até o fim da Guerra Fria, o neorrealismo foi a teoria dominante das Relações Internacionais. Autores como Keohane e Nye argumentam que o realismo não ofereceu uma teoria abrangente devido às mudanças fundamentais na estrutura do sistema internacional. Com a revolução tecnológica nas comunicações e transportes, a política global passou a se caracterizar por uma crescente interdependência, pela propagação do transnacionalismo⁷³ e pelo aparecimento de novas questões globais na esfera econômica, cultural e técnica.⁷⁴

Ao publicarem o livro *Power and Interdependence*, Robert Keohane e Joseph Nye tentam chamar a atenção para a inadequação do realismo.⁷⁵ Apresentam, portanto, a chamada teoria da interdependência, segundo a qual, em um mundo cada vez mais interligado, e com temas demasiadamente complexos, o militarismo e o equilíbrio de poder dividem espaço com processos de cooperação, baseados em princípios e normas onde o Estado não é o único ator. Como referem Keohane e Nye, “em um mundo assim, apenas um modelo não pode explicar todas as situações. O segredo para chegar à compreensão reside em saber qual enfoque – ou combinação de enfoques – deve se utilizada para analisar cada situação”.⁷⁶ De acordo com os autores, a interdependência é um termo amplo, que se refere a situações caracterizadas por

⁷¹ OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações...** *op.cit.* p 87.

⁷² *Ibidem.*

⁷³ O paradigma da Interdependência também é denominado de transnacionalismo, multicentrismo ou pluralismo. Cumpre destacar que, inicialmente, Keohane e Nye, fundadores dessa teoria, a denominaram de transnacionalismo e, posteriormente, passaram a chamá-la de interdependência, ainda apresentando o conceito de interdependência complexa. Kauppi e Viotti preferem denominar a interdependência complexa como pluralista. Outros autores, por sua vez, a chamam de institucionalista ou neoliberal institucionalista, tendo em vista o seu foco no papel das instituições a exemplo das organizações não-governamentais, empresas transnacionais e as organizações internacionais. Cf. VIOTTI, Paul R.; KAUPPI, Mark V. **International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism**. New York: Basic Books, 1987.

⁷⁴ KEOHANE, Robert.O.; NYE, Joseph S. (Orgs). **Transnational Relations and World Politics**. Cambridge: Harvard University Press, 1971.

⁷⁵ KEOHANE, Robert O.; NYE, Joseph S. **Power and Interdependence**. 3. ed. New York: Longman, 2001.

⁷⁶ *Ibidem*, p. 17.

efeitos recíprocos entre países ou atores em diferentes países, e é aplicável tanto à interdependência político-militar quanto à interdependência político-econômica.

Os autores apresentam, ainda, outro modelo teórico, decorrente do primeiro, o qual denominaram de interdependência complexa, que, por sua vez, é considerado um tipo ideal de sistema internacional deliberadamente construído para contrastar com um tipo realista ideal. Keohane e Nye ressaltam que a interdependência complexa não reflete fielmente a realidade política do mundo, tanto ela como o realismo são conceitos imaginários e que não existem no mundo real. Assim, sintetizam que “a interdependência complexa é uma experiência mental que nos permite imaginar um tipo diferente de política mundial”.⁷⁷ De acordo com esse paradigma, os Estados não são os únicos atores na política mundial, nem atores necessariamente unitários.

Além disso, afirmam que existem múltiplos canais de conexão no interior da sociedade internacional, os quais propiciam a formulação tanto de acordos formais ou informais entre seus diversos atores, vindo a se apresentar como relações interestatais, transgovernamentais e transnacionais, reforçando a ideia de que as relações internacionais não mais se resumem a questões de segurança e militarização. A segunda característica desse modelo diz respeito àquelas relações que possuem uma multiplicidade de temas entre os quais não há hierarquia. Voltam-se, portanto, com mais ênfase para questões sociais e econômicas (baixa política), segundo o critério do realismo, fazendo com que a agenda internacional torne-se mais complexa com uma grande variedade de objetivos (financeiros, econômicos, energéticos, ambientais, alimentares, etc.).⁷⁸ E, por fim, a terceira característica possui como determinante a irrelevância do uso da força para resolver os problemas internacionais quer eles sejam econômicos, quer meramente políticos ou até mesmo ambientais.⁷⁹

Diante do atual panorama do mundo político globalizado, tem-se afirmado que o paradigma da interdependência é o mais adequado para a compreensão da complexidade que

⁷⁷ NYE, Joseph S. **Compreender os conflitos internacionais**: uma introdução à Teoria e à História. Tradução de Tiago Araújo. Lisboa: Gradiva, 2002. p. 236-237.

⁷⁸ Quanto a essa característica, Raimundo Batista dos Santos Júnior ao analisar o papel das organizações internacionais, observa que as mesmas “ao reduzirem as discrepâncias entre áreas de assuntos, podem também evitar a formação de hierarquia no interior do conjunto das relações exteriores. Neste caso, agem como um eficaz instrumento de negociação entre Estados porque, a partir delas, os países mais fracos na cadeia das relações internacionais podem somar novas opções de barganha com os países ricos e poderosos.” Cf. SANTOS JÚNIOR, Raimundo Batista dos. Diversificação das relações internacionais e teoria da interdependência. In: BEDIN, Gilmar Antonio *et. al.* **Paradigmas das relações internacionais**: realismo – idealismo – dependência – interdependência. 2. ed. Ijuí: UNIJUÍ, 2004. p. 230.

⁷⁹ KEOHANE, Robert O.; NYE, Joseph S. **Poder e Interdependência**: la política mundial en transición. Tradução de Herbert Cardoso. Buenos Aires: Grupo Editorial Latino-americano, 1988. p. 41.

circunda as relações internacionais. Tal teoria propõe que as soluções sejam globais, mediante atuação dos diversos atores internacionais, e não somente do Estado.⁸⁰ Por meio dela, também houve uma ampliação na agenda internacional, que se fragmenta e se diversifica em diversas áreas que passam a englobar temas referentes à economia, meio ambiente, direitos humanos, etc.

Apesar de a interdependência provocar acentuado processo de intercâmbio, nem sempre se percebe claramente quais são os benefícios que esse novo fenômeno poderá possibilitar para uma efetiva cooperação internacional nos temas que integram a nova agenda global. Isso por que

Mesmo um problema como o do meio ambiente, que desafia indiscriminadamente o conjunto do planeta e é um dos grandes símbolos da interdependência, perde peso pelo fato de não haver convicção quanto à urgência de se mobilizarem recursos para enfrentá-lo. Isto para não mencionar as questões que dependem da solidariedade, como direitos humanos, pobreza e fome; estas só entram na agenda quando traduzidas em ameaça à segurança das áreas prósperas da Terra (migrações, epidemias, guerras, etc...) ou quando a força de imagens e dados transmitidos pelos meios de comunicação desencadeia uma motivação ético-humanitária para movimentos de mobilização e pressão, e até para ações armadas (como ocorreu na Somália).⁸¹

De qualquer forma, devido a “[...] fragilização da soberania e da autonomia do Estado, novas possibilidades políticas, sociais e comerciais inscreveram-se nas relações internacionais e novos fluxos de cooperação podem ser estabelecidos”⁸², em especial, com o crescimento da participação de novos atores internacionais.

Para tanto, uma concepção clara e precisa quanto ao fenômeno da proliferação de atores não-estatais é mais necessária do que nunca, especialmente porque o estudo dessa categoria de atores tornou-se pré-requisito para melhorar a compreensão das relações internacionais contemporâneas.⁸³ Embora os neorrealistas tenham focado sua atenção nos

⁸⁰ Consequentemente, a multiplicidade de atores conduz à necessidade de regulação jurídica para harmonizar as relações internacionais. Logo, houve um incremento no número de conferências internacionais promovidas especialmente pela ONU, de forma a discutir e regular de forma global os temas que afetam a todo o planeta. Inegavelmente, esse tipo de atitude cria uma rede de vínculos de interdependência entre os atores do cenário internacional, que conduz ao aumento na demanda por meios de solução pacífica de controvérsias.

⁸¹ GALVÃO, Marcos Bezerra Abbott. O realismo de cada um: interdependência e relações políticas entre os Estados no mundo pós-guerra fria. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1993, n. 12. p. 155.

⁸² BEDIN, Gilmar Antonio Bedin. **A sociedade internacional e o século XXI: em busca da construção de uma ordem judicial justa e solidária**. Ijuí: UNIJUÍ, 2001. p. 325.

⁸³ James Rosenau refere que o sistema internacional contemporâneo apresenta uma "incoerência estrutural". Ao explicar o que isso significa, o autor sustenta que coexistem diversas lógicas diferentes em um mesmo sistema e que elas são utilizadas por múltiplos atores em crescente interação o que conduz a uma "forma irregular", complexa e dinâmica desse processo. Além disso, o sistema internacional contemporâneo é cada vez mais

Estados e suas interações na análise política do mundo, estão encontrando dificuldades cada vez maiores para compreender as implicações do crescimento acentuado do número e variedade de atores não-estatais, bem como as mudanças fundamentais ocorridas no atual sistema internacional.

A partir desse raciocínio deve-se questionar quais as reais contribuições dos novos atores no processo de negociação e discussão internacionais, diante do incremento de novos fluxos de poder e relações de interdependência.⁸⁴

Assim, os novos atores, em especial as organizações internacionais, dentre as quais se destaca a participação da Organização das Nações Unidas (ONU), possuem um forte papel na condução da opinião pública mundial e da política externa como um todo⁸⁵, exigindo a tomada de medidas para enfrentar temas complexos e interdependentes.⁸⁶ Exemplos disso são as inúmeras conferências realizadas no âmbito da ONU para regular as questões ambientais, de onde emergiram declarações que, não obstante sejam desprovidas de coercitividade, encontram guarida em diversos Estados devido à pressão da opinião pública mundial.⁸⁷

marcado pela descentralização dos "locais de ação", o que gera diversos subsistemas que se opõem/sobrepõem continuamente, e pela centralização das "iniciativas de ação", resultado da emergência de temas globais cuja solução requer coordenação e cooperação entre os diversos subsistemas e seus respectivos atores. ROSENAU, James N. *Studying Structures: The Two Worlds of World Politics*. In: ROSENAU, James N. *Turbulence. World Politics: a theory of chance and continuity*. Princeton: Princeton University Press, 1990, p.244.

⁸⁴ Sobre os papéis específicos dos atores internacionais, conferir: OLSON, Giovanni. **Relações internacionais e seus atores na era da globalização**. Curitiba: Juruá, 2003.

⁸⁵ Sobre o assunto, Ricardo Seitenfus manifesta-se afirmando que “a influência da opinião pública nas questões internacionais deve ser percebida sob um duplo aspecto: primeiramente, como um vetor apreendido, com maior ou menor sensibilidade, pelos outros atores internacionais, os quais tendem a incorporar as demandas da opinião pública fazendo-a participar da definição do conteúdo da ação internacional dos atores tradicionais.[...] A segunda forma de manifestação da opinião pública é recente e decorre da ação da denominada sociedade civil *organizada*, sobretudo pelas redes de telecomunicações.” SEITENFUS, Ricardo. **Relações... op. cit.** p. 161-162.

⁸⁶ “Como os próprios membros da sociedade internacional são entidades sociais complexas, é importante levar em conta também a relação entre interdependências em cada um dos membros individuais dessa sociedade (as interdependências internas), assim como as que existem entre os membros da sociedade internacional (interdependências externas). [...] Em um mundo interdependente, os atores não podem mais seguir seus objetivos sem ajustá-los e normalmente procurar regular as ações alheias. Com efeito, a conduta dos membros de um sistema interdependente provoca externalidades ou efeitos laterais recíprocos, que os membros individuais não podem ignorar, ao perseguir seus próprios interesses” [...] O fato de que em um sistema interdependente a vantagem de cada indivíduo é determinada em parte pelas ações de outros membros da coletividade faz com que todos sejam vulneráveis às ameaças e às promessas dos demais. Por isso, níveis crescentes de interdependência não só aumentam a necessidade de arranjos institucionais para controlar a interferência mútua como proporcionam aos membros do sistema social formas de pressão que podem ser usadas contra os violadores ou possíveis violadores das normas e dos direitos de uma instituição” YOUNG, Oran R. A eficácia das instituições internacionais: alguns casos difíceis algumas variáveis críticas. In: ROSENAU, James N.; CZEMPIEL, Ernst-Otto. **Governança sem governo: ordem e transformação na política mundial**. Brasília: Ed. Unb; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2000. p. 254-255.

⁸⁷ Quanto a esta temática conferir FREITAS, Fabiana Paschoal de. Interdependência e Opinião Pública. In: OLIVEIRA, Odete Maria de; DAL RI JUNIOR, Arno. (Orgs.). **Relações internacionais: interdependência e**

Portanto, conforme já referido anteriormente, mostra-se fundamental compreender e identificar claramente quais são esses novos atores das Relações Internacionais e quais as características e funções elementares de cada um. Gilmar Antonio Bedin, ao analisar a multiplicação dos atores internacionais, refere que as relações internacionais “tornaram-se mais complexas e interdependentes e policêntricas”.⁸⁸ Com isso, menciona que os diversos atores passaram a

[...] contribuir na articulação de políticas comuns entre vários Estados e entre eles mesmos; na realização de acordos e regimes técnicos específicos cada vez mais eficazes; na constituição de ‘redes’ de cooperação econômica, cultural, científica e tecnológica; na articulação de relações típicas da sociedade civil global; na constituição de uma cidadania de alcance mundial e no aumento dos fluxos das relações comerciais e das aplicações financeiras em montantes nunca antes imaginados.⁸⁹

Diante dessas constatações, faz-se necessária uma compreensão sobre as características elementares de cada um desses atores e qual o seu papel no cenário internacional contemporâneo.

A abordagem, portanto, se dará mediante compreensão do papel do Estado, das Organizações internacionais, das organizações não-governamentais, das empresas transnacionais, do indivíduo e a da opinião (pontos 1.3 a 1.7). A partir do tópico 1.8, a mídia asusmirá o foco principal da presente pesquisa, dando início ao estudo mais aprofundado acerca do seu *soft power* enquanto ator emergente das Relações Internacionais.

1.3 O papel do Estado nas Relações Internacionais contemporâneas

Para as Relações Internacionais, o Tratado de Westfália, assinado em 1648, ao final da Guerra dos Trinta anos, marca o processo de ascensão e afirmação do Estado perante o moderno sistema internacional, tendo em vista que apresenta noções e princípios como o da soberania estatal e o de Estado-nação.⁹⁰ É considerado, portanto, como o “momento

sociedade global. Ijuí: UNIJUÍ, 2003. p. 393-425. Conferir ainda: OLIVEIRA, Rafael Santos de. **Direito Ambiental Internacional: o papel da *soft law* em sua efetivação.** Ijuí: UNIJUÍ, 2007.

⁸⁸ BEDIN, Gilmar Antônio. Globalização e suas conseqüências estruturais: potencialidades e desafios. In: **Revista de Integração Latino-Americana.** ano 1, n. 2. Santa Maria: Pallotti, 2005. p. 85.

⁸⁹ *Ibidem*, p. 85-86.

⁹⁰ Odete Maria de Oliveira ao analisar a Paz de Westfália entende que [...] além de ter mudado a compreensão de que os Estados da Europa deveriam ser unidos na base de princípios formais de coexistência e tolerância mútua, em vez de uniões políticas ou religiosas, propiciou o seguinte: a) difusão da ideia de uma Europa de

culminante de afirmação e de consolidação do Estado moderno”.⁹¹ Cumpre frisar, ainda, que o Tratado representou o afastamento da Igreja católica e o reconhecimento dos Estados como únicos atores da sociedade internacional, situação que permaneceu intocável até o século 20.

De acordo com Gilmar Antonio Bedin, o Tratado representou um marco de extrema importância, tendo em vista que estabeleceu o início da “sociedade internacional moderna”, e, além de marcar o fim da Guerra dos Trinta Anos, serviu de incentivo aos povos quanto a “defesa de suas liberdades políticas” e de suas escolhas religiosas, servindo também, para “delinear os primeiros passos de uma sociedade de direito entre os Estados” e impulsionar a “criação das legações permanentes e de ter oportunizado às nações européias a possibilidade primeira de deliberação conjunta”.⁹²

Em síntese, com esse Tratado foram definidos alguns princípios básicos relativos à soberania política dentro de um determinado território, mediante reconhecimento dos demais Estados de se fazer valer dessa soberania. Nesse sentido, Odete Maria de Oliveira considera o Estado como “ator privilegiado”, ao possuir elementos que lhe conferem certas peculiaridades em comparação com os demais atores.⁹³ Para a autora, os elementos⁹⁴ constitutivos do Estado podem ser classificados da seguinte forma: a) elementos políticos (território, população, governo); b) elementos territoriais e populacionais; c) elementos econômicos e sociais; d) elementos militares.⁹⁵

Diante desse conjunto de elementos que caracterizam o moderno Estado-nação, considera-se que os Estados são atores “manifestos do sistema internacional”, especialmente em face da “situação eminente que o direito internacional em vigor lhes concede”.⁹⁶ Dessa

multiplicidade de Estados independentes e de requerer de seus numerosos constituintes não mais do que um acatamento nominal aos simples interesses do Santo Império Romano, reconhecendo o direito dos príncipes e das cidades de seguirem livres e independentes as políticas externas, concluírem tratados, trocarem representantes diplomáticos e de fazerem a guerra; b) rejeição à ortodoxia religiosa; c) representação de Estados nas discussões da Conferência Geral da Paz, criando a presunção de que as matérias diretamente importantes a algumas partes poderiam ser, também, a preocupação geral de todas as partes. OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações internacionais: estudos de introdução**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 135-136

⁹¹ BEDIN, Gilmar Antonio. **A sociedade internacional e o século XXI: em busca da construção de uma ordem social justa e solidária**. Ijuí: Unijuí, 2001. p. 159.

⁹² BEDIN, Gilmar Antonio *et. al.* **Paradigmas das relações internacionais: realismo – idealismo – dependência – interdependência**. 2. ed. rev. Ijuí: UNIJUI, 2004. p. 101-102.

⁹³ OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações internacionais: estudos de introdução**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 193-203

⁹⁴ Conforme lembra Adriano Moreira, “o perfil de cada um dos elementos varia no tempo e no espaço, o relacionamento entre eles ou a estrutura de cada um também varia, mas existem sempre” (território, população, governo). MOREIRA, Adriano. **Teoria das Relações Internacionais**. Coimbra: Almedina, 1996.p. 257.

⁹⁵ OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações internacionais: estudos de introdução**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 193-203

⁹⁶ MERLE, Marcel. *Op. cit.*, p. 215.

forma, o Estado é considerado por Merle como “o único ator com um papel total nas relações internacionais e o único sujeito com um papel total no direito internacional”.⁹⁷

É importante compreender que os Estados enquanto *sujeitos* de direitos permanecem, em princípio, iguais entre si; todavia, enquanto *atores* estatais das relações internacionais apresentam uma extrema variedade e desenvolvem papéis totalmente diferentes no sistema internacional. Isso demonstra que existe um “contraste global entre o direito e o fato”.⁹⁸ Giovanni Olsson enfatiza que “o conceito de ator, sobrepõe-se ao de sujeito de direito”, dando como exemplo, o caso do “Estado Palestino, cuja conformação territorial não é determinada e muito menos exclusiva atualmente, mas sua condição de ator internacional está acima de dúvidas”.⁹⁹

A partir do século 20, em face do incremento nas relações de interdependência e pelo surgimento do fenômeno da globalização, surgiram novos atores nesse cenário. Com isso, o Estado passou a dividir espaço com outros atores sem, contudo deixar de desempenhar um papel de protagonista junto às relações internacionais. Como destaca Joana Stelzer, “o Estado não desapareceu, mas relativizou-se em determinadas dimensões legais, de maneira que não se reconhece mais o ente político-jurídico em suas características clássicas”.¹⁰⁰ De acordo com Gilmar Bedin, em face de tais circunstâncias, a sociedade internacional moderna “[...] entrou em declínio, surgindo em seu lugar a sociedade internacional contemporânea”.¹⁰¹

Tendo em vista que um dos elementos formadores do Estado é o território e o exercício da soberania estatal dentro das fronteiras territoriais estabelecidas, constata-se que, por muito tempo, os limites da soberania estatal foram definidos por tais limites geográficos. O controle do território sempre foi e ainda é alvo de constantes conflitos, porém, com o avanço de novas tecnologias da informação, o controle sobre os limites territoriais ou sobre o exercício da soberania dos Estados torna-se mais difícil em certos aspectos.

Walter B. Wriston, ao analisar o assunto das unidades estatais relacionando-o com os efeitos da formação da opinião pública internacional potencializada pelas novas

⁹⁷ *Ibidem.*

⁹⁸ *Ibidem*, p. 222.

⁹⁹ OLSSON, Giovanni. **Poder político e sociedade internacional contemporânea**: governança global com e sem governo e seus desafios e possibilidades. Florianópolis: UFSC, 2006. 400 p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. p. 210.

¹⁰⁰ STELZER, Joana. O fenômeno da transnacionalização da dimensão jurídica. In: CRUZ, Paulo; STELZER, Joana (Coords.). **Direito e Transnacionalidade**. Curitiba: Juruá, 2009.

¹⁰¹ BEDIN, Gilmar Antonio. **A sociedade internacional e o século XXI**: em busca da construção de uma ordem social justa e solidária. Ijuí: Unijuí, 2001. p. 23.

tecnologias da comunicação, observa que se vive um momento possível de ser descrito como “o crepúsculo da soberania”¹⁰². O autor explica que isso decorre da interferência desse tipo de tecnologia onde o “poder absoluto do Estado para agir sozinho tanto internamente, contra seus próprios cidadãos, como externamente, contra os assuntos de outras nações, está sendo rapidamente atenuado”.¹⁰³ Walter B. Wriston também refere que “importantes avanços tecnológicos podem mudar temporariamente o equilíbrio do poder econômico ou militar” e, para isso, lembra as relações que foram alteradas com a primeira explosão atômica ocorrida em 1945.¹⁰⁴ Em síntese, o autor sustenta que a “era da informação está obrigando-nos ao reexame daquilo que constitui a soberania”.¹⁰⁵ Em face disso, os problemas globais da contemporaneidade “só serão resolvidos com o consentimento tácito ou a cooperação dos demais, inclusive outros soberanos”.¹⁰⁶

Eiiti Sato, ao tratar do assunto relativo ao declínio da importância do Estado enquanto importante ator nas Relações Internacionais, nota que essa tese

[...] se associa à idéia equivocada de que o processo de globalização pressupõe o enfraquecimento da instituição, que estaria perdendo suas funções para outras entidades, inclusive o próprio indivíduo, tornando-se em última instância, uma instituição anacrônica e até mesmo um empecilho ao florescimento das forças de mercado, geradoras da riqueza e do progresso. É verdade que a ação do estado pode, em alguns casos, estar efetivamente produzindo esse efeito negativo na forma de excessos de medidas de regulação e controle, de imposição de restrições a iniciativas individuais e coletivas ou no estabelecimento de prioridades decididas em termos de “interesses do estado”.¹⁰⁷

Em face disso, percebe-se que a situação emergente com a inclusão de novos atores não retira o caráter de importância e o lugar ocupado pelos Estados, porém há uma relativização em seu papel.¹⁰⁸ Essa relativização não ocorre somente pelo surgimento de novos atores com influência internacional, mas também por mudanças na estrutura interna estatal. Certos elementos internos de sustentação para o Estado exercer suas funções passaram

¹⁰² WRISTON, Walter B. **O crepúsculo da soberania**. São Paulo: Makron Books, 1994. p. XXII.

¹⁰³ *Ibidem*, p. XXII.

¹⁰⁴ *Ibidem*, p. 2.

¹⁰⁵ *Ibidem*, p. 139.

¹⁰⁶ *Ibidem*.

¹⁰⁷ SATO, Eiiti. **A Ordem Internacional Hoje: Globalização, Papel do Estado e bens Públicos Internacionais**. Disponível em: <http://www.cedep.ifch.ufrgs.br/Textos_Elet/pdf/A%20ORDEM%20INTERNACIONAL%20HOJE%20MAR%20C7O%202001%20%281%29.pdf> Acesso em: 9 ago.2009. p. 32

¹⁰⁸ Para uma compreensão mais precisa sobre o processo histórico pelo qual passaram os Estados da transição da Idade Média ao sistema de Estados nacionais, consultar a obra: BEDIN, Gilmar Antonio. **A sociedade internacional e o século XXI: em busca da construção de uma ordem mundial justa e solidária**. Ijuí: UNIJUÍ, 2001.

a sofrer os impactos do sistema internacional e tendem a modificar suas ações a partir da análise de questões externas em certos momentos e assuntos. Wagner Menezes, ao analisar essa situação, elenca os fatores que, no seu entendimento, influenciaram o enfraquecimento do Estado, sendo eles:

a) transferência de certas competências aos foros internacionais; b) fluxos e refluxos comerciais que atravessam suas fronteiras e são regulamentados em foros internacionais; c) compartilhamento do monopólio de produção normativa com organizações internacionais; d) surgimento e fortalecimento de outros atores ativos que abarcaram para si parcela de competência no contexto internacional; e) fortalecimento de sujeitos de direito privado que operam transnacionalmente entre suas fronteiras; f) surgimento de normas transnacionais e supranacionais.¹⁰⁹

Dessa forma, o Estado enquanto protagonista do cenário político internacional, é, de acordo com a teoria realista, um ator racional que escolhe os meios que lhe são mais vantajosos para alcançar os seus fins de política exterior. Todavia, a partir da concepção da teoria pluralista, o mesmo deve ser visto como uma arena institucional, onde grupos, organizações e indivíduos competem pela influência e pela política pública e, com isso, a política exterior passa a ser produto da complexa interação entre os divergentes interesses então presentes.¹¹⁰

Portanto, percebe-se que, atualmente, o Estado ainda possui um espaço de atuação extremamente forte, frente ao fenômeno da globalização e das importantes relações de interdependência em certos assuntos, tais como os problemas ambientais. O que se constata é sim a proliferação de forças de interesse difusas que exercem pressão com mais sistematicidade perante os Estados. Portanto, o “Estado-nação, como agente soberano, não desaparece na nova ordem mundial, como defendem os teóricos da globalização”.¹¹¹

É bem verdade que determinados atores assumem papel de destaque tão acentuado quanto o desenvolvido pelos Estados, como as empresas transnacionais. Todavia, esses atores não-estatais não substituíram, até o momento, os Estados nacionais em suas funções que lhe são inerentes. Basta analisar as discussões envolvendo as mudanças climáticas para se ter um exemplo disso. Apesar da forte pressão exercida pelos diversos atores internacionais, é um assunto que ainda se encontra atrelado à responsabilidade e capacidade de negociação jurídico-política dos Estados. O que mudou é a forma como tais decisões são recebidas pelos

¹⁰⁹ MENEZES, Wagner. **Ordem global e transnormatividade**. Ijuí: UNIJUÍ, 2005. p. 119.

¹¹⁰ Cf. PANEBIANCO, Angelo. **Relazioni internazionali**. Milano: Editoriale Jaca Book spa, 1992. p. 75-77.

¹¹¹ SANTOS JUNIOR, Raimundo Batista dos. **A globalização ou o mito do fim do Estado**. Ijuí: UNIJUÍ, 2007. p. 80.

demais atores que, nem sempre, permanecem com uma postura passiva e, por vezes, exercem pressão no processo de tomada de decisões para que seus interesses também sejam resguardados.¹¹²

Como lembra Gelson Fonseca Júnior, “nos momentos difíceis e de grave crise econômica ou social, as demandas da sociedade convergem implacavelmente para o Estado-nação”.¹¹³ Além disso, o autor também lembra que uma característica interessante a distinguir o Estado dos demais atores é a possibilidade de lhe cobrar politicamente tanto por ação quanto por omissão.¹¹⁴

Na busca por uma exata compreensão do momento de transformação do papel do Estado no cenário internacional, também é importante compreender as mudanças que ocorrem internamente. Em especial, saber quais são os atores internos responsáveis por tais alterações, eis que, possivelmente, alguns poderão desenvolver influência fora dos limites do território nacional e vir a exercer funções de um ator internacional.

Assim, são considerados como fonte de influência sobre os Estados, os grupos de interesses e a opinião pública nacional e internacional. Quanto aos grupos de interesse, tratam-se de grupos privados que utilizam sua influência junto aos partidos políticos e governos em busca de benefícios próprios, já que são grupos privados. São grupos que possuem uma forte interligação mundial, pois muitas de suas ações influenciam não somente um Estado, podendo atingir as relações com outros países.¹¹⁵

¹¹² Uma interessante metáfora sobre a relação do Estado com as empresas transnacionais é apresentada pelo jornalista inglês George Monbiot. Para ele: “o Estado, assim como uma árvore, é essencialmente imóvel. Embora possa expandir seu acesso aos recursos estendendo suas raízes no solo onde outras árvores estão crescendo, precisa adaptar-se às circunstâncias. As corporações, a exemplo dos animais onívoros, são móveis. Em busca sempre do meio mais fácil de arranjar recursos, pulam de árvore em árvore, saqueiam as próprias árvores que lhes dão abrigo ou os outros membros do ecossistema. O fardo dessa ação predatória é hoje tão grande que a maioria das árvores no bosque parece estar sofrendo de um ressecamento progressivo a partir das extremidades. [...] as corporações quebram a resistência dos Estados e estes, por serem imóveis e reativos, estão mal posicionados para revidar”. MONBIOT, George. **A era do consenso**. Tradução de Renato Bittencourt. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 232.

¹¹³ FONSECA JÚNIOR, Gelson. Aspectos da multipolaridade contemporânea (notas preliminares). In: **Contexto internacional**. Rio de Janeiro, n. 11, jan.-jun., 1990. p. 7-32.

¹¹⁴ *Ibidem*.

¹¹⁵ Um exemplo dessa afirmação pode ser visualizada na força que os grupos de interesse relacionados à agricultura possuem em certos países. Nos países europeus e nos Estados Unidos, por exemplo, a agricultura conta com uma forte proteção governamental que consegue se manter graças a uma força exercida por certos grupos de interesse e isso tem gerado demandas internacionais no intuito de reverter essa prática mantida por essa pressão interna. No caso do contencioso do algodão (Brasil x Estados Unidos), o Órgão de Apelação da Organização Mundial do Comércio (OMC) confirmou os resultados do Órgão de Solução de Controvérsias que havia dado ganho de causa ao Brasil, contudo, por pressão dos grupos de interesse ligados à indústria do algodão, os EUA retardaram em realizar as adequações apontadas no parecer da OMC, ficando claro que, apesar da discussão internacional, a pressão interna para manter as práticas protecionistas ainda se mantém muito forte.

No que tange à opinião pública, tem-se uma fonte de influência tão forte que pode ser considerada como um ator em ascensão, não somente com influência interna e, por isso, merece ser analisada individualmente e com mais propriedade, conforme será feito mais à frente. De qualquer forma, a sua influência interna na condução das políticas dos Estados é inegável, especialmente com o crescimento das novas tecnologias da informação, que propiciam uma maior propagação das informações.¹¹⁶

É, portanto, a partir da percepção de que “todos esses elementos compõem o Estado”, que poderá ser determinado “formalmente seu perfil de ação internacional e as forças que nela se inserem. Somada a esta dimensão, também as capacidades dos Estados definirão seu papel internacional, discutindo-se o caráter e extensão dos recursos de poder”.¹¹⁷

1.4 As organizações internacionais governamentais: um importante ator do cenário internacional

As organizações internacionais são consideradas como as primeiras instituições que passaram a dividir o cenário internacional com os Estados. Surgidas no século 19, tinham por fins a cooperação administrativa entre os Estados membros para assuntos relacionados à guerra ou paz e, também, para “operacionalizar e disciplinar conseqüências de um novo modelo de vida imposto pela Revolução Industrial e suas desconhecidas exigências”.¹¹⁸ Foi nesse contexto histórico que começaram a surgir as organizações internacionais, sendo que a primeira delas (a Comissão Central de Navegação do Reno) foi criada pela Ata do Congresso de Viena em 1815, “na qual se reconhecia o princípio de liberdade de navegação através dos rios internacionais”.¹¹⁹

Com o passar dos anos e com o desenvolvimento industrial, outras organizações foram surgindo, focalizando suas atenções em áreas como ciência, transporte, comércio e comunicação. Esses âmbitos de atuação receberam grande atenção e o tema da paz somente ganhou destaque após as duas grandes guerras mundiais.

Cf. LIMA, Thiago. O contencioso do algodão: cenários para mudança na política de subsídios dos EUA. **Revista Brasileira de Política Internacional**. v. 49, n.1, p.139-158, 2006.

¹¹⁶ PECEQUILLO, Cristina Soreanu. **Introdução às relações internacionais: temas, atores e visões**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

¹¹⁷ *Ibidem*. p. 56.

¹¹⁸ OLIVEIRA, Odete Maria de. Organizações internacionais e a ONU: o paradoxo do poder de veto do Conselho de Segurança. In: MERCADANTE, Araminta de Azevedo; MAGALHÃES, José Carlos de (Orgs.). **Reflexões sobre os 60 anos da ONU**. Ijuí: Unijuí, 2005. p. 200.

¹¹⁹ *Ibidem*.

No transcorrer do século XX, houve uma mudança substancial no quadro das organizações internacionais, especialmente em decorrência da criação das Nações Unidas (ONU)¹²⁰, ocasião em que o seu número aumentou de maneira expressiva.

A doutrina não apresenta uma classificação única para as organizações internacionais (OIs).¹²¹ Dependendo do enfoque dado pelo autor, a classificação pode ocorrer de diversas formas, e com isso certas organizações podem vir a se encaixar em mais de uma categoria conceitual em face de suas múltiplas características. Wagner Menezes, ao enfrentar esse dilema, propõe que as OIs sejam classificadas como sendo de: “a) cooperação interestatal; b) organismos internacionais especializados; c) blocos econômicos de integração regional”.¹²²

Independentemente da forma como venham a ser classificadas, as organizações internacionais (OIs) são formadas por sujeitos de direito internacional que de forma voluntária se constituem por meio de algum ato internacional (comumente por meio de um tratado internacional), visando a atingir objetivos comuns e expressos por seus membros constituintes.¹²³ São dotadas de “órgãos permanentes, próprios e independentes, encarregadas

¹²⁰ A partir de 1945 com a criação da ONU as deliberações da Assembléia Geral passaram a servir como fonte importante para a evolução da proteção ambiental em âmbito internacional. A partir do momento em que o mundo passou a presenciar catástrofes e problemas ambientais alguns organismos internacionais passaram a exigir uma mudança de postura mundial. A ONU em resposta a esses anseios organizou em 1972 a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente Humano. Foi a partir dessa Conferência, cujo resultado marcante foi a elaboração de uma declaração de princípios (Declaração de Estocolmo), que o mundo passou, gradativamente, a tratar de forma diferente os problemas ambientais. Vinte anos após, no Rio de Janeiro, a ONU realiza a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento que reafirma os pontos discutidos em Estocolmo e inclui nas negociações a ideia de “desenvolvimento sustentável”. Dada a importância da ONU no processo de proteção internacional do meio ambiente, será conferida uma atenção especial à sua contribuição nas questões relativas às mudanças climáticas no capítulo 2. Recomenda-se, ainda, a análise de um estudo anteriormente desenvolvido em que o papel da ONU e de suas declarações de princípios (*soft law*) foram objeto de análise. Cf. OLIVEIRA, Rafael Santos de. **Direito Ambiental Internacional: o papel da *soft law* em sua efetivação**. Ijuí: UNIJUÍ, 2007.

¹²¹ A rapidez com que evoluem as organizações internacionais fazem com que se apresentem muitas dificuldades na sua classificação, muito embora existam esforços para tanto. Odete Maria de Oliveira refere que existem diversos critérios de divisão das OIs para o seu estudo sistemático. Desta forma, são divididas e classificadas em: “a) razão dos fins; b) em razão das composições, c) em razão das competências desses organismos”. OLIVEIRA, Odete Maria de. Organizações Internacionais e a ONU: O Paradoxo do Poder de Veto do Conselho de Segurança. In: MERCADANTE, Araminta de Azevedo; MAGALHÃES, José Carlos de (Orgs.). **Reflexões sobre os 60 anos da ONU**. Ijuí: Unijuí, 2005. p. 207.

¹²² MENEZES, Wagner. **Ordem global e transnormatividade**. Ijuí: UNIJUÍ, 2005. p. 48.

¹²³ De acordo com Odete Maria de Oliveira, as organizações internacionais podem ser assim definidas: a) [...] são constituídas exclusivamente por Estados soberanos, o que as diferenciam de outros tipos de entes internacionais como as confederações de Estado, os Estados federados, as uniões entre os Estados e suas colônias. [...] b) A criação das organizações internacionais depende de ato jurídico formal. Geralmente essas coletividades são instituídas pela forma instrumental multilateral, negociada por meio de conferências intergovernamentais. [...] c) Uma das características fundamentais das organizações internacionais encontra-se em sua autonomia jurídica – personalidade jurídica – a qual distingue tais coletividades dos Estados-membros e de outros organismos internacionais, além de reconhecer-lhes capacidade de direitos e obrigações ao lado de outros sujeitos de Direito Internacional, como os Estados soberanos. OLIVEIRA, Odete Maria de. Organizações

de gerir interesses coletivos e capazes de expressar vontade juridicamente distinta da de seus constituintes”.¹²⁴

De qualquer modo, são consideradas por alguns autores como “atores secundários”, tendo em vista que, diferentemente dos Estados, a existência das OIs encontra-se vinculada à vontade de terceiros, no caso, os próprios Estados. Com isso, “seus eventuais poderes foram obtidos por delegação e eles somente podem ser exercidos quando imprescindíveis à consecução dos objetivos estabelecidos no tratado constitutivo”.¹²⁵

Ricardo Seitenfus destaca que “até o surgimento das instituições internacionais havia simplesmente a clássica comunidade de direito internacional reunindo as instituições nacionais”.¹²⁶

Odete Maria de Oliveira, nesse mesmo sentido, aduz que as organizações internacionais “surgem relativamente tarde no marco do sistema de Estados” e, isso, associado a “suas diversificadas características”, faz com que a doutrina encontre dificuldades de “consenso acerca de um estatuto conceitual global”.¹²⁷ A autora justifica, ainda, que “trata-se de um fenômeno em constante e dinâmica evolução, configurado por diferenças estruturais, objetivos diversificados e competências específicas, o que constitui algumas das complexidades afins à adoção de uma definição conceitual”.¹²⁸

Por sua vez, salienta que a nomenclatura “organizações internacionais” pode causar confusão, eis que para o autor, “não se trata de instituições que congregam várias nações, mas exclusivamente Estados” e, portanto, deveriam “denominar-se interestatais ou intergovernamentais, pois outros atores menores ou fragmentários das relações internacionais podem alcançar somente o patamar de observadores e jamais de membros plenos”.¹²⁹

Marcel Merle faz uma importante consideração no que diz respeito à importância das organizações internacionais. Para o autor a sua proliferação propiciou a criação de um “novo circuito de comunicação”, situado acima “da rede tradicional das relações diplomáticas”, oportunizando aos Estados “um quadro permanente para o tratamento coletivo

Internacionais e a ONU: O Paradoxo do Poder de Veto do Conselho de Segurança. In: MERCADANTE, Araminta de Azevedo; MAGALHÃES, José Carlos de (Orgs.). **Reflexões sobre os 60 anos da ONU**. Ijuí: Unijuí, 2005. p. 205-206.

¹²⁴ VELASCO, Manuel Diez de. Las organizaciones internacionales. 7. ed. Madrid: Tecnos, 1990. p.41.

¹²⁵ SEITENFUS, Ricardo. **Relações...** *Op. cit.*, p. 117.

¹²⁶ *Idem*. **Manual das organizações internacionais**. 4. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2005. p. 25.

¹²⁷ OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações...** *Op. cit.*, p. 210.

¹²⁸ *Ibidem*.

¹²⁹ SEITENFUS, Ricardo. **Relações...** *op. cit.* p. 115.

dos seus problemas”.¹³⁰ Contudo, ressalta que esse

[...] fenômeno institucional não se substituiu à rede tradicional, tanto assim que os Estados participam simultaneamente de diversos sistemas de relações: relações bilaterais permanentes, no quadro da rede diplomática; relações unilaterais ocasionais no quadro das conferências diplomáticas [...]; relações coletivas e permanentes no quadro das instituições internacionais.¹³¹

O autor sustenta que as organizações internacionais “são autorizadas a determinar o que é ou não é compatível com as normas da consciência universal”.¹³² Dessa forma, Merle explica que “a legitimização exercida pelas OIG é um fator de regulagem, que é útil, já que tanto pode servir para consolidar os dados fundamentais do sistema internacional, quanto para validar as mudanças surgidas em sua estrutura e sua configuração”.¹³³

Seitenfus também observa que a importância das organizações internacionais “[...] decorre igualmente da paciente construção de princípios e valores compartilhados de maneira transnacional”.¹³⁴ Ao serem “formalizadas por meio de tratados internacionais”, o autor explica que “certas OI detêm instrumentos de controle tanto de sua aplicação quanto de sua eficácia”.¹³⁵

Portanto, na visão do autor, as organizações internacionais “contribuem para o processo de juridicização das relações internacionais, concedendo-lhe um maior grau de previsibilidade e, por conseguinte, de estabilidade”.¹³⁶ Por fim, o autor sintetiza que “as OI não se opõem aos Estados, constituindo, de fato, um instrumento complementar indispensável às ações estatais”.¹³⁷

Nesse mesmo sentido, ressaltando a importância das OIs, Cachapuz de Medeiros observa que

[...] parece óbvia a interferência das organizações na estrutura e na dinâmica da sociedade internacional contemporânea. Nascidas para atender a certas necessidades comunitárias, as organizações provocaram acentuada modificação no regime clássico das relações internacionais, dando origem à "diplomacia parlamentar" e ensejando a passagem de uma sociedade interestadual fechada para uma sociedade aberta. Isto não significa, porém, que o desenvolvimento das organizações

¹³⁰ MERLE, Marcel. *Op. cit.*, p. 255.

¹³¹ *Ibidem*, p. 255.

¹³² *Ibidem*, p. 271.

¹³³ *Ibidem*, p. 271.

¹³⁴ SEITENFUS, Ricardo. **Relações...** *Op. cit.* p. 116-117.

¹³⁵ *Ibidem*, p. 116-117.

¹³⁶ *Ibidem*.

¹³⁷ *Ibidem*.

internacionais deva ser interpretado como expressão de um processo acelerado rumo à integração terminantemente orgânica e unitária do gênero humano em um "Estado Mundial" mas apenas que, tanto em seus elementos componentes (estrutura) como em suas formas de relacionamento (dinâmica), a sociedade internacional, basicamente interestatal, precisou retificar seu perfil clássico e ajustar-se [...] a uma nova realidade [...].¹³⁸

Diante dessa inegável importância que as organizações internacionais sempre tiveram no cenário internacional, Esther Barbé sustenta que as funções até então exercidas pelas OIs se convertem desde o início do século 21 em “densas redes de relações”.¹³⁹ Justifica isso, mencionando que as OIs deram lugar a marcos multilaterais que se converteram em “multiplicadoras incessantes de reuniões bilaterais”.¹⁴⁰ Para a referida autora, a quantidade e qualidade nem sempre vêm unidas. Assim, se essa fosse uma premissa verdadeira, o continente africano seria o espaço em que as redes de interdependência e comunicação seriam as mais densas. Todavia, apesar do alto grau de organização em termos formais, grande parte das OIs existentes no continente africano são inoperantes por carecerem de recursos e, muitas vezes, por terem sido criadas sob bases frágeis.¹⁴¹

Por outro lado, em termos quantitativos, a Europa “é o mundo das organizações internacionais, destacando a Europa nórdica”.¹⁴² Nesse caso, a quantidade e qualidade coincidem, havendo, portanto, maior nível de eficácia nos níveis de compromisso e nos benefícios existentes aos integrantes das OIs.¹⁴³ A autora sintetiza seu raciocínio referindo que os Estados mais internacionalizados do mundo (em face do seu pertencimento a diversas OIs) se caracterizam por uma ou mais das seguintes condições: “gozar de um elevado nível de desenvolvimento humano, ser uma potência do sistema e ter vontade de contar com um perfil internacional destacado”.¹⁴⁴

Assim, é possível perceber, conforme sustenta Esther Barbé, que o caráter globalizador das organizações internacionais reforçou as “tramas de interdependência” entre os países aumentando o nível de bem estar e segurança entre eles. Ainda assim, a autora entende que o apogeu das OIs esteve ligado a aspiração dos países pobres em convertê-las em

¹³⁸ MEDEIROS, Antonio Paulo Cachapuz de. As organizações internacionais e a cooperação técnica. In: MARCOVITCH, Jacques (Org.). **Cooperação internacional: estratégia e gestão**. São Paulo: USP, 1994. p. 273.

¹³⁹ BARBÉ, Esther. **Relaciones internacionales**. 3. ed. Madri: Tecnos, 2007. p.206.

¹⁴⁰ *Ibidem*.

¹⁴¹ *Ibidem*.

¹⁴² *Ibidem*. p 208.

¹⁴³ *Ibidem*.

¹⁴⁴ *Ibidem*.

mecanismos de redistribuição da riqueza em nível mundial.¹⁴⁵ Ao não se concretizarem essas aspirações a contento, emergiu após o seu apogeu nos anos 80 e 90 do século 20, um forte movimento de regionalismo como uma tendência da sociedade internacional causada por diversos fatores, mas, em especial, pelo esgotamento dos recursos financeiros alocados nas OIs.

De qualquer forma, se está diante de um ator de grande importância para as relações internacionais e que interage com os demais atores do cenário internacional formando articulações para enfrentar problemas complexos, a exemplo do que a ONU vem fazendo na condução das discussões, ainda que não totalmente bem sucedidas, envolvendo as mudanças climáticas conforme será visto à frente neste trabalho.

1.5 A força das organizações não-governamentais internacionais no debate político atual

As organizações não-governamentais (ONGs), embora não possuam capacidade jurídica para celebrar tratados internacionais, são atores influentes nas relações internacionais e se mostram cada vez mais atuantes.¹⁴⁶ Segundo a doutrina, a “sigla ONG indica todo agrupamento, associação ou movimento constituído de uma maneira durável por particulares pertencendo a diferentes países, tendo em vista o alcance de objetivos não lucrativos”.¹⁴⁷ Em face disso, [...] “os traços originais que caracterizam as ONGs são a iniciativa privada e a solidariedade internacional”.¹⁴⁸ Gilmar Antônio Bedin observa, ainda, que são organizações alicerçadas no princípio da autonomia, tendo em vista que não pertencem e nem dependem dos Estados e também não possuem fins lucrativos.¹⁴⁹

Ricardo Seitenfus propõe uma nova nomenclatura a essas organizações. O referido autor as denomina organizações não-governamentais de alcance transnacional (ONGAT), justificando que essa definição serve para distinguir aquelas outras organizações que não possuem vínculos com o exterior daquelas que possuem, tanto pela forma de

¹⁴⁵ *Ibidem*, p.209.

¹⁴⁶ Uma excelente pesquisa sobre o trabalho mundial das ONGs foi realizada por Carlos Alberto Adi Vieira. Em seus estudos o autor analisa a terminologia empregada na definição desse tipo de organização e, especialmente apresenta as suas características fundamentais, focalizando o estudo nas implicações políticas e econômicas das ONGs junto às relações internacionais. VIEIRA, Carlos Alberto Adi. A face oculta da globalização: o trabalho mundial das ONGs. In: OLIVEIRA, Odete Maria de (Coord.). **Relações Internacionais & Globalização: grandes desafios**. Ijuí: Unijuí, 1997.

¹⁴⁷ MERLE, Marcel. *Op. cit.* p. 277,

¹⁴⁸ *Ibidem*, p. 278.

¹⁴⁹ BEDIN, Gilmar Antônio. **A sociedade internacional e o século XXI: em busca da construção de uma ordem mundial justa e solidária**. Ijuí: Unijuí, 2001. p. 302.

financiamento de suas atividades, quanto pelos objetivos propostos.¹⁵⁰ Observa que “o surgimento das ONGAT está vinculado ao grau de maturidade e participação da sociedade”,¹⁵¹ apesar de tal participação nem sempre ocorrer de forma igualitária em todas as partes do mundo.¹⁵²

Ao lado dos demais atores, novos e emergentes, do cenário internacional, participam ativamente das relações globais, exercendo certa influência sobre Estados e organizações internacionais na elaboração de tratados, destacadamente naqueles voltados à proteção ao meio ambiente.¹⁵³ Merle, contudo, qualifica essa participação das ONGs junto aos Estados como algo “extremamente desconfortável”.¹⁵⁴ Para tanto, justifica que “a coletividade dos Estados – única habilitada para emitir novas regras de direito – nunca aceitou conferir às ONG um estatuto jurídico apropriado a sua natureza e funções [...]”.¹⁵⁵ Dessa maneira, o autor destaca que “[...] com isso são obrigadas a obedecer à legislação dos países onde decidiram implantar sua sede”.¹⁵⁶

De qualquer forma, Merle reconhece que, a partir do artigo 71 da Carta das Nações Unidas, essa situação ficou relativizada.¹⁵⁷ Isso porque houve a introdução e reconhecimento

¹⁵⁰ SEITENFUS, Ricardo. **Manual...** *Op. cit.* p. 337.

¹⁵¹ *Ibidem*, p. 339.

¹⁵² Ricardo Seitenfus amplia as dificuldades de conceituação das ONGAT, referindo que a própria definição de ONGs já é complexa. Visando a ilustrar tal afirmação, o autor relata as oito maneiras diferentes que o Banco Mundial encontrou para definir as ONGS. São elas: “1) uma organização voluntária com fins altruístas, constituída ou pelo interesse dos seus membros, considerados coletivamente, ou pelo interesse dos outros membros da sociedade; 2) uma organização de pessoas privadas, fundamentada sobre um certo número de princípios morais e sociais e que estrutura suas atividades para promover o bem-estar e a felicidade das comunidades; 3) uma organização para o desenvolvimento cultural, econômico e social que assegura o enquadramento e a socialização das populações; 4) uma organização de pessoas trabalhando de forma independente de qualquer controle externo, com objetivos precisos e cuja finalidade consiste em trazer modificações importantes em uma dada comunidade, em uma região específica ou em uma situação particular; 5) uma organização não-filiada a partidos políticos, engajada em dar continuidade à ajuda aos desfavorecidos, ao desenvolvimento e ao bem-estar das comunidades; 6) uma organização para a erradicação do mal e dos problemas das sociedades, com vistas a uma melhor qualidade de vida, em favor dos pobres, dos oprimidos e dos marginais, na cidade e no campo; 7) uma organização estabelecida para e por uma comunidade sem intervenção do governo; 8) uma organização que é flexível e democrática na sua organização e que tenta servir à população, sem fins lucrativos”. SEITENFUS, Ricardo. **Manual...** *Op. cit.* p. 339.

¹⁵³ “[...] as Ongs, tanto na contestação como na proposta, agem num espaço de negociação muito mais aberto. A época da intergovernamentalidade pura acabou. Os diplomatas, que conservam o poder da negociação, trabalham hoje num campo de forças onde intervêm os mais diversos agentes econômicos, sociais, territoriais ou científicos. Antes de se lançarem os dados, uma negociação se ganha ou se perde devido à opinião pública. Uma outra abordagem da diplomacia, aberta sobre novos agentes e novas forças, está se formando”. D’ORFEUIL, Henri Rouillé; DURÃO, Jorge Eduardo. **Papel das ONGs no debate público e nas negociações internacionais:** elementos para a definição de uma diplomacia não governamental: Disponível em: <http://coordinationsud.org/IMG/doc/TRADUCAO_FINAL.doc> Acesso em: 15 mar.2008. p. 1.

¹⁵⁴ MERLE, Marcel. *Op. cit.*, p. 286.

¹⁵⁵ *Ibidem*.

¹⁵⁶ *Ibidem*.

¹⁵⁷ Merle trabalha esse assunto com mais detalhes na p. 287, da obra referida.

de uma nova terminologia que veio esclarecer o relacionamento do Conselho Econômico e Social com dois tipos de organizações internacionais: as entidades e as ONGs. Quanto às ONGs, ficou estabelecido que poderiam ter função consultiva e até mesmo atuar como observadoras em certos assuntos previstos no referido artigo. “Dessa maneira, as expressões organizações especializadas e ONGs [...] passaram a fazer parte do vocabulário técnico da ONU e, a partir da década de 70, o termo ONG ganhou as ruas, incorporando-se definitivamente ao vocabulário popular”.¹⁵⁸ Com isso, determinadas ONGs internacionais, em diversos tratados, “receberam dos Estados-partes delegação de funções, na qualidade de órgãos técnicos, inclusive como o serviço oficial de secretariado de órgãos instituídos”.¹⁵⁹

Deve-se atentar que o crescimento das ONGs ocorreu em face da internacionalização dos grandes problemas contemporâneos, sendo que as mesmas acabam auxiliando a resolver certas demandas não atendidas satisfatoriamente pelos órgãos sujeitos ao monopólio estatal. Isso se deve, especialmente, pelo fato de atuarem no cenário internacional com muito mais rapidez do que o próprio Estado. A atuação cada vez mais concreta conduziu a esta categoria de organizações ao reconhecimento como um novo ator das relações internacionais.¹⁶⁰

Ricardo Seitenfus, ao comentar sobre o campo de atuação das ONGs, destaca que as questões ambientais recebem um grande destaque, sendo que certas organizações, como o *Greenpeace*, possuem um papel primordial, tendo em vista que agem em denúncias aos “atentados ao meio ambiente e em ações pontuais contra situações consideradas inaceitáveis”.¹⁶¹

Além disso, para o autor, “os Estados e as organizações multilaterais de financiamento ao desenvolvimento, como, por exemplo, o BIRD ou o BID, foram constrangidos a levar em consideração estas pressões”.¹⁶² Gilberto Dupas, também observa que

Movimentos como o Greenpeace reivindicam uma parte da soberania não estatal, lutando pela responsabilidade global sobre o meio ambiente, em oposição à

¹⁵⁸ LEÃO, Márcia Brandão Carneiro. Sociedade Civil e Meio Ambiente Internacional: o papel das ONGs no desenvolvimento do DIMA – Direito Internacional do Meio Ambiente. In: NASSER, Salem Hikmat; REI, Fernando (Org.) **Direito internacional do meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 69.

¹⁵⁹ SOARES, Guido Fernando Silva. **A proteção internacional do meio ambiente**. Barueri: Manole, 2003. p. 98.

¹⁶⁰ Sobre os antecedentes históricos, características, formas de classificação, importância e perspectivas das ONGs, conferir a obra: BEDIN, Gilmar Antonio Bedin. **A sociedade internacional e o século XXI: em busca da construção de uma ordem judicial justa e solidária**. Ijuí: UNIJUÍ, 2001. (em especial a partir da p. 296).

¹⁶¹ SEITENFUS, Ricardo. **Manual... Op. cit.** p. 253.

¹⁶² *Ibidem*, p. 253.

indiferença dos Estados e da economia mundial. Eles justificam seu mandato por seu engajamento em favor dos problemas essenciais da humanidade e enfrentam, se necessário, o direito nacional – com o auxílio das mídias – para alarmar a opinião pública e fazê-la reagir.¹⁶³

Rafael Duarte Villa também pensa dessa forma e sustenta que o fato de os “desequilíbrios ambientais serem descentralizados abre uma extensa possibilidade de os atores transnacionais societários virem a *influenciar* os centros de decisão estatal e supranacional relacionados com a implementação de políticas globais”.¹⁶⁴ Para o autor, existem diversos métodos de ação amplamente utilizados pelas ONGs para influenciar e pressionar os Estados a agir na defesa do meio ambiente. Em relação a tais métodos, afirma que geralmente aparecem sob duas formas: a sensibilização da opinião pública, para que esta exerça sua pressão sobre os responsáveis pela decisão e execução de projetos e políticas, e a ação direta, que consiste muitas vezes na execução de ações nos próprios lugares onde se desenvolvem os projetos considerados não-procedentes.¹⁶⁵ Esses métodos, “em geral se fazem acompanhar por uma estratégia de pressão, a qual servirá para influenciar decisões e também determinar o rumo das políticas questionadas”.¹⁶⁶

De acordo com Villa, como as ONGs não possuem “meios específicos de força no sentido weberiano, tendem a colocar como método de barganha a *influência*”.¹⁶⁷ Dessa forma, elas organizam suas ações no intuito de criar um “consenso transnacional em torno do fim procurado, de modo a gerar diferentes demandas (*inputs*) ao subsistema interestatal”.¹⁶⁸ Essas ações são realizadas por intermédio dos mais variados meios, sendo que a utilização dos recursos das telecomunicações possui um grande destaque, ao lado das “ações de efeito - nas quais se especializaram os grupos ecológicos”, e, até mesmo, “apelos à retórica, que lhes permite o espaço aberto pela institucionalização de algumas idéias social-filosóficas, como ‘desenvolvimento sustentável’ ou ‘herança comum da humanidade’”.¹⁶⁹

Raimundo Batista dos Santos Junior complementa esse raciocínio ao afirmar que

¹⁶³ DUPAS, Gilberto. **Atores e Poderes na Nova Ordem Global**: assimetrias, instabilidades e imperativos de legitimação. São Paulo: UNESP, 2005. p. 168.

¹⁶⁴ VILLA, Rafael Duarte. Formas de influência das ONGs na política internacional contemporânea. **Revista de sociologia e política**, Curitiba, n. 12, jun. 1999. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/238/23801202.pdf>> Acesso em: 7 jun. 2006. p. 23.

¹⁶⁵ *Ibidem*, p. 29.

¹⁶⁶ *Ibidem*, p. 30.

¹⁶⁷ VILLA, Rafael Duarte. A construção de um sistema internacional policêntrico: atores estatais e não estatais societários no pós-guerra fria. **Revista Cena Internacional**, Brasília, n. 2, dez. 2001. Disponível em: <<http://www.relnet.com.br/cgi-bin/WebObjects/RelNet.woa/2/wr?wodata=-4128797474198373134>> Acesso em: 6 jun. 2006. p. 71.

¹⁶⁸ *Ibidem*, p. 71.

¹⁶⁹ *Ibidem*.

as ONGs exercem, além desse forte “lobby”, uma influência nas políticas de certos organismos internacionais e governos locais. Em face disso, o autor compreende que “as ONGs estariam se consolidando como uma infra-estrutura geradora de políticas públicas, à medida que sua ação provoca mudanças na agenda dos governos e dos organismos internacionais”. Além disso, lembra que “atualmente, exercem tarefas até então exclusivamente estatais, em especial nos países em desenvolvimento [...]”.¹⁷⁰ Diante dessa constatação, o autor conclui que “esta realidade revela o emergir de um ator que divide com os Estados a responsabilidade pela governabilidade global, tendo ele ascendido no cenário político internacional como mais uma força desestabilizadora do poder estatal”.¹⁷¹

Por fim, outro aspecto relevante, questionado por Seitenfus, relaciona-se à existência de cooperação ou competição entre as organizações internacionais e as ONGATs. Na busca por uma resposta, o autor sustenta que, apesar de possuírem algumas diferenças, existe muita proximidade no discurso de ambas, o que possibilita a realização de parcerias.

Ricardo Seitenfus cita que algumas ONGATs podem até mesmo possuir um estatuto de órgãos consultivos junto a certas organizações internacionais. Dá como exemplo o “artigo 71 da Carta das Nações Unidas”, o qual “regulamenta as relações da ONU com as ONGAT”.¹⁷² Por outro lado, o forte ativismo de certas ONGATs, demonstra claramente a existência de limites a essa cooperação. Especialmente no que se refere à oposição aos efeitos negativos da globalização assimétrica, “pode desembocar em situações limite, marcadas pela violência como, por exemplo, na frustrada tentativa de lançamento da Rodada do Milênio da OMC em Seattle”.¹⁷³

Outro fato ao qual o autor chama a atenção quando analisa o assunto é quanto à facilidade de criação desse tipo de organização e à falta de transparência em sua administração. Seitenfus justifica dizendo que as ONGATs drenam “recursos públicos nacionais ou das organizações internacionais” e isso “deve servir de alerta sobre seus verdadeiros alcance e propósitos”.¹⁷⁴

Nesse mesmo sentido, Carlos Walter Porto Gonçalves apresenta em sua obra diversas situações fáticas relacionadas ao envolvimento de ONGs com grandes empresas

¹⁷⁰ SANTOS JUNIOR, Raimundo Batista dos. **A globalização ou o mito do fim do Estado**. Ijuí: Unijuí, 2007. p. 159.

¹⁷¹ *Ibidem*.

¹⁷² SEITENFUS, Ricardo. **Manual...** *Op. cit.* p. 342.

¹⁷³ *Ibidem*.

¹⁷⁴ *Ibidem*, p. 350-351.

transnacionais. Ao comentar esse dilema, o autor observa que “[...] nessa nova configuração nas relações sociais e de poder da geopolítica mundial envolvendo a problemática ambiental, vê-se que as organizações não-governamentais estão cada vez mais implicadas nos conflitos e não necessariamente mais do mesmo lado em que se encontravam nos anos de 1970 e 80”.¹⁷⁵

No que tange ao tema do aquecimento global, percebe-se claramente que há uma forte atuação de diversas ONGs ambientalistas, engajadas na busca por alternativas para se evitar a ampliação dos efeitos negativos decorrentes das alterações climáticas.¹⁷⁶

Durante a 15ª Conferência das Partes Signatárias da Convenção-Quadro nas Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP-15), realizada entre os dias 7 e 18 de dezembro de 2009, em Copenhague, essa participação ficou evidente. Na COP-15, o ativismo por parte das ONGs foi tão forte que a cúpula da conferência decidiu restringir o acesso das ONGs a partir do dia 15 de dezembro. A alegação publicada em nota oficial foi a de que por motivos de segurança, a capacidade do *Bella Center* [local onde se realizou a COP-15] estava limitada a 15 mil pessoas.¹⁷⁷ Segundo esse documento, a organização do evento analisou o número de ingressantes na conferência e percebeu que o mesmo estava próximo do limite. “De acordo com os organizadores, a ONU registrou aproximadamente 30 mil pessoas para a cúpula, 14 mil das quais seriam de diferentes ONGs.”¹⁷⁸ Por conta disso, as restrições foram aplicadas a essas instituições e também a OIGs (organizações intergovernamentais).

Diante de diversas manifestações de pressão, torna-se inquestionável que as ONGs adquiriram o *status* de novos atores internacionais ao participarem ativamente das relações internacionais, exercendo influência sobre Estados e OIs na elaboração de tratados de proteção ao meio ambiente. Destaca-se que determinadas ONGs internacionais, em diversos tratados, “receberam dos Estados-partes delegação de funções, na qualidade de órgãos técnicos, inclusive como o serviço oficial de secretariado de órgãos instituídos”.¹⁷⁹ Cumpre frisar que concomitantemente à realização da Conferência de Estocolmo, em 1972,

¹⁷⁵ GONÇALVES, Carlos Walter Porto. **O desafio ambiental**. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 143.

¹⁷⁶ Um estudo mais aprofundado sobre o papel das ONGs na proteção internacional do meio ambiente pode ser encontrado no seguinte artigo: OLIVEIRA, Rafael Santos de. WEBER, Catiane Trevisan. Atuação das organizações não-governamentais ambientalistas: uma perspectiva internacional. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, 40, 30/04/2007 [Internet]. Disponível em <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1733> Acesso em: 15 dez. 2009.

¹⁷⁷ APÓS tumultos, cúpula de Copenhague decide restringir acesso de ONGs. **Folha Online**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ambiente/ult10007u665575.shtml>> Acesso em: 12 dez.2009.

¹⁷⁸ *Ibidem*.

¹⁷⁹ SOARES, Guido Fernando Silva. **A proteção internacional do meio ambiente**. Barueri: Manole, 2003. p. 98.

[...] as ONGs ganharam espaço extraordinário na mídia mundial e passaram, desde então, a impor-se com pujança e destemor, por vezes opondo-se aos representantes oficiais dos Estados nas reuniões internacionais, com a nítida convicção de representar a opinião do cidadão do mundo diante dos Estados, já que elas, as ONGs, são importantes fatores de formação e conscientização da opinião pública mundial sobre as questões ambientais internacionais.¹⁸⁰

Demonstra-se, dessa forma, que a independência do Estado proporciona às ONGs uma posição favorável para participar de conferências internacionais, conscientizar a opinião pública em relação à importância da preservação ambiental, além de questionar e até mesmo contrariar as decisões tomadas pelos entes estatais.

Um exemplo de ONG de atuação internacional envolvida com o problema das mudanças climáticas é o Greenpeace. A organização não-governamental foi fundada no Canadá em 1971. Desde o início possui como ideal a defesa incessante do meio ambiente e, com isso, expandiu-se rapidamente por diversos países, fato que originou a criação do *Greenpeace* Internacional, sediado na cidade de Amsterdã – Holanda. Sua principal função é iniciar e gerenciar campanhas e programas a serem realizados em escala mundial, repassando-os aos escritórios nacionais. O *Greenpeace* conta, atualmente, com 2,8 milhões de colaboradores no mundo, fazendo-se presente em 41 países. Diante do apoio de técnicos e especialistas, suas equipes analisam os eventos cometidos contra o meio ambiente, sendo que tais informações possibilitam à ONG influenciar a tomada de decisões nas instâncias internacionais.¹⁸¹

O *Greenpeace* possui um “estilo de trabalho próprio, absolutamente independente dos Estados e das organizações internacionais, através de financiamentos estritamente privados”.¹⁸² Os escritórios nacionais recebem doações de colaboradores, e posteriormente repassam determinada porcentagem da renda bruta ao *Greenpeace* Internacional. Trata-se de uma ONG que se destaca entre os demais atores não-governamentais, principalmente por promover estratégias de ação diretas, bem como pressionar os Estados durante conferências internacionais.¹⁸³

Todos esses fatores, aliados a protestos constantes, sensibilizam a opinião pública

¹⁸⁰ *Ibidem*, p. 46.

¹⁸¹ GREENPEACE. **Quem somos** – no mundo. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org.br/quemsomos/mundo.php>> Acesso em: 22 jul. 2009.

¹⁸² OLIVEIRA, Maria Odete de. **Relações internacionais**: estudos de introdução. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 225.

¹⁸³ Um exemplo de atuação do Greenpeace, dentre outros, pode ser visto junto ao Protocolo de Madri, elaborado no ano de 1991, que dispõe sobre a proibição de prospecção mineral na Antártida durante 50 anos. A sua celebração foi influenciada diretamente pelo *Greenpeace*, juntamente com outras ONGs.

mundial, possibilitando a aderência de novos membros à organização e um interesse pelas causas ambientalistas. Deve-se, ainda, enfatizar a posição de liderança assumida pela referida ONG não somente em relação aos outros grupos ambientalistas, mas também em relação a entes estatais, pois países como França e Austrália firmaram alianças com o *Greenpeace* na defesa do continente antártico.

Outra ONG de destaque mundial é a União Internacional para a Conservação da Natureza e seus Recursos (UICN), sediada atualmente na Suíça. Criada no ano de 1948, em Fontainebleau (França), destaca-se no cenário internacional por ser a única ONG a possuir “como membros não só pessoas de direito privado, como também governos e entidades públicas”.¹⁸⁴ Essa característica a difere das outras organizações não-estatais, que geralmente não admitem a participação de Estados ou entes ligados a governos diretamente em sua formação.

Uma das várias funções desempenhadas pela UICN é a possibilidade que essa organização tem de fornecer suporte técnico aos governos para a criação de leis ambientais, assim como de sugerir estratégias de gerenciamento dos recursos naturais. É considerada pela doutrina como um “centro internacional de estudos jurídicos de direito comparado e de direito internacional, bem como de documentações relativos ao direito do meio ambiente [...]”.¹⁸⁵ Essa referência internacional deve-se ao fato de que a UICN armazena as legislações internas sobre proteção ambiental provenientes de diversos Estados, o que facilita a execução de suas ações. Exerce ainda importante cargo oficial consultivo no Comitê do Patrimônio Mundial da UNESCO, desde o ano de 1972, conforme disposto na Convenção Relativa à Proteção do Patrimônio Mundial e Cultural.

Com a base de dados referente às legislações ambientais de vários países de que dispõe, a ONG publica textos contendo normas internacionais e sugestões de leis a serem editadas pelas entidades estatais competentes para tal função.

Dessa forma, ao se empenhar na confecção legislativa sobre a conservação do meio ambiente, ainda que de maneira indireta, e ao participar de conferências internacionais, a UICN exerce sua influência no direito internacional ambiental e nas relações internacionais, além de servir como inspiração para a opinião pública e até para outras ONGs. Nesse sentido:

¹⁸⁴ SOARES, Guido Fernando Silva. **A proteção internacional do meio ambiente**. Barueri: Manole, 2003. p. 99.

¹⁸⁵ *Ibidem*.

Considerando sua grande estrutura e sua produção de dados e modelos de normas, a IUCN¹⁸⁶ tem, certamente, influência sobre os principais acordos internacionais ambientais. Sua cooperação com os Estados acontece em vários níveis: ela oferece proposições de artigos, como, por exemplo, na discussão da Convenção de Aarhus, sobre o acesso à informação, à participação pública no processo decisório e o acesso à Justiça nas questões ambientais. Ela preparou também os documentos que serviram de base às negociações internacionais, como o primeiro projeto para a Declaração do Rio.¹⁸⁷

Assim, verifica-se a relevância que uma ONG adquire no cenário internacional, por meio de seu empenho e dedicação em relação à proteção ambiental global. Na maioria das vezes, as autoridades estatais não permitem que instituições não-governamentais participem de suas conferências, ainda mais exercendo diversas funções, como é o caso da UICN. A mencionada entidade vem se afirmando internacionalmente desde sua fundação, em 1948, como uma organização responsável e confiável, principalmente pelo fato de estabelecer parcerias com vários governos na busca pela proteção dos recursos naturais, o que proporciona um notável grau de credibilidade em seus projetos.

Outra ONG de grande destaque internacional é a *World Wildlife Fund* (WWF). Criada oficialmente em setembro de 1961, encontra-se sediada na Suíça. Seu objetivo inicial era o de trabalhar em conjunto com outras ONGs já existentes, mediante conhecimentos científicos como base de suas ações na defesa do meio ambiente. Os projetos da entidade, durante as últimas quatro décadas, alcançaram diversos países, fator que contribuiu para sua consolidação e seu reconhecimento como ator de destaque na esfera global. Desde sua fundação, a WWF desenvolve projetos relevantes na área ambiental. Sozinha ou firmando parcerias com outras ONGs, como é o caso da União Internacional para a Conservação da Natureza e seus Recursos (UICN), essa instituição vem realizando inúmeras ações, as quais têm por objetivo principal a conscientização da opinião pública em relação à preservação ambiental. Márcia Leão afirma que o WWF “[...] é uma ONG que, a partir de sua criação em 1961, exerce atividades de suma importância, em estreita cooperação com a IUCN, e que se concentram no financiamento de operações de conservação do meio ambiente, em qualquer parte do mundo [...]”¹⁸⁸.

¹⁸⁶ IUCN: *International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources* (sigla em inglês para União Internacional para a Conservação da Natureza e seus Recursos, a UICN). UICN. Disponível em: <<http://www.iucn.org/>> Acesso em: 23 jul.2009.

¹⁸⁷ VARELLA, Marcelo Dias. **Direito internacional econômico ambiental**. Belo Horizonte: Del Rey, 2003.p. 315.

¹⁸⁸ LEÃO, Márcia Brandão Carneiro. Sociedade civil e meio ambiente internacional: o papel das ONGs no desenvolvimento do DIMA – Direito Internacional do Meio Ambiente. In: NASSER, Salem Hikmat; REI,

O WWF Internacional é a entidade responsável pelo gerenciamento das ações a serem executadas pelos escritórios nacionais dos diversos países em que a ONG desenvolve suas atividades. À medida que a organização foi abrigo de membros oriundos de diversos Estados, fez-se necessária sua internacionalização, o que contribuiu positivamente para sua divulgação na mídia internacional. Conta a instituição atualmente com o apoio de cinco milhões de associados, distribuídos em mais de noventa países.¹⁸⁹

No ano de 1992, durante a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, sediada no Rio de Janeiro, a WWF pressionou os governantes de diversos países a assinar convenções sobre biodiversidade e mudanças climáticas, obtendo resultado positivo. Desde então, a ONG pressiona os países signatários das referidas convenções para uma efetiva aplicação das disposições acordadas, de maneira a reforçar a importância da preservação ambiental em escala global.

Outro aspecto interessante quanto ao papel das ONGs no cenário internacional relaciona-se ao seu poder de influência perante os demais atores. Além das pesquisas científicas e da denúncia de degradações ambientais, nota-se que as ONGs dedicam-se a formular estratégias para implementar suas convicções no cenário internacional frente aos demais atores, bem como a contribuir para o desenvolvimento do direito internacional do meio ambiente. De acordo com Carlos Alberto Adi Vieira, as ONGs, “espalhadas por todos os continentes, desenvolvem uma “diplomacia invisível” procurando encontrar soluções para as mazelas do sistema”.¹⁹⁰ Com isso, destaca-se a relevância da atuação dessas organizações, “pelo fato de terem assumido um papel importante no desenvolvimento do direito internacional ambiental, principalmente porque elas se auto-atribuem o papel de representantes da sociedade civil global”.¹⁹¹

A mídia possibilita às ONGs oportunidades fundamentais na concretização de suas ações, sem as quais a sociedade internacional não conheceria grande parte do trabalho mundialmente realizado por essas entidades. Através dos meios de comunicação de massa, as ONGs demonstram de que maneira estão atuando, bem como efetuam denúncias. Atualmente,

Fernando. (Orgs.) **Direito internacional do meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 72.

¹⁸⁹ WWF-BRASIL. **Quem somos?** Disponível em: <http://www.wwf.org.br/wwf_brasil> Acesso em: 7 jun. 2006.

¹⁹⁰ VIEIRA, Carlos Alberto Adi. A face oculta da globalização: o trabalho mundial das ONGs. In: OLIVEIRA, Odete Maria de. (Coord.) **Relações internacionais e globalização: grandes desafios**. Ijuí: Unijuí, 1997. p. 154.

¹⁹¹ BARROS-PLATIAU, Ana Flávia. **Novos atores, governança global e o direito internacional ambiental**. Disponível em: <http://www.esmpu.gov.br/publicacoes/meioambiente/pdf/AnaFlaviaBarrosPlatiau_Novos_atores.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2006. p. 2.

por meio das novas tecnologias da informação, como a *Internet*, esse poder ampliou-se significativamente, e é justamente por isso que tais elementos serão analisados com maior propriedade no presente estudo. Ou seja, pretende-se analisar qual a relação que os demais atores das relações internacionais estabelecem com os meios de comunicação de massa e, principalmente, com as novas tecnologias da informação. Isso se justifica como algo extremamente relevante, tendo em vista que cada uma das ONGs referidas anteriormente mantém um *site* próprio com diversas informações e material de divulgação, que instigam a opinião pública a se manifestar em prol do meio ambiente.

Nas palavras de Héctor Ricardo Leis: “é na comunicação que os atores têm a oportunidade de gerar consensos [...]”.¹⁹² No mesmo sentido, está crescendo “a veiculação desses organismos junto aos meios de comunicação, mostrando suas atividades e suas denúncias”.¹⁹³ Para o convencimento da opinião pública internacional, as ONGs empenham-se em propagar, por diversos países, as mesmas campanhas, o que facilita sua influência diante dos demais atores não-estatais, governos e de organizações internacionais. Assim, “é fundamental a sincronia com a mídia nacional e internacional”.¹⁹⁴ Mesmo se um determinado governo encobrir informações, com o trabalho desenvolvido pelas ONGs e o apoio dos meios de comunicação a real situação é demonstrada, inclusive internacionalmente.

Especificamente no caso das ONGs internacionais ambientalistas, a veiculação midiática de informações é uma grande aliada na proteção dos recursos naturais.¹⁹⁵ Com os meios de comunicação, torna-se possível mostrar à população global as áreas desmatadas, a contaminação de águas, a carnificina de animais, o teor de poluição atmosférica, entre diversos outros abusos cometidos contra o meio ambiente. Visualizando ou praticamente testemunhando a gravidade desses atos, é mais fácil convencer a sociedade da importância da preservação ambiental por todo o planeta.

¹⁹² LEIS, Héctor Ricardo. **O labirinto**: ensaio sobre ambientalismo e globalização. São Paulo: Gaia; Blumenau: FURB, 1996. p. 54.

¹⁹³ OLIVEIRA, Maria Odete de. **Relações internacionais**: estudos de introdução. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. p. 218.

¹⁹⁴ VILLA, Rafael Duarte. Formas de influência das ONGs na política internacional contemporânea. **Revista de sociologia e política**, Curitiba, n. 12, jun. 1999. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/238/23801202.pdf>> Acesso em: 7 jun. 2006. p. 30.

¹⁹⁵ Cf. excelente trabalho monográfico sobre o papel das ONGs na proteção internacional do meio ambiente: WEBER, Catiane Trevisan. **A influência das organizações não-governamentais no Direito Internacional Ambiental**. Santa Maria: UNIFRA, 2006. Monografia (Graduação). Curso de Direito, Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, 2006.

A esse tipo de atitude alguns teóricos vêm denominando de “ativismo digital”¹⁹⁶. Trata-se da utilização de novos recursos tecnológicos com intuito de centralizar e potencializar esforços em prol de certos assuntos.¹⁹⁷ Segundo Dênis de Moraes,

[...] a *Internet* veio dinamizar esforços de intervenção dos movimentos sociais na cena pública, graças à singularidade de disponibilizar, em qualquer espaço-tempo, variadas atividades e expressões de vida, sem submetê-las a hierarquias de juízos e idiosincrasias. No ciberespaço, as ONGs credenciam-se a produzir manifestações em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estarem presas a um lugar ou tempo em particular. [...] A *Internet* oferece novas ferramentas de intervenção, como as campanhas virtuais, o correio eletrônico, grupos de discussão, fóruns, salas de conversação, boletins, manifestos on line, murais, anéis de sites e árvores de links. É uma arena complementar de mobilização e politização, somando-se a assembléias, passeatas, atos públicos e panfletos.¹⁹⁸

Um dos diferenciais desse ativismo é afastar-se da informação veiculada somente a partir dos grandes conglomerados da informação e das grandes agências de notícias. Os meios de comunicação de massa, segundo Dênis de Moraes, funcionam como "uma espécie de filtro entre o que deve ser noticiado, destacado, deturpado ou ocultado. A *Internet* rompe com essa intermediação".¹⁹⁹ Deve-se frisar, todavia, que a *Internet* ainda não substitui os meios de comunicação tradicionais, pois atualmente é possível "combinar os instrumentos de ação político-cultural que ambos fornecem, sem perder de vista que é no território físico, socialmente reconhecido e vivenciado, que se tece o imaginário do futuro".²⁰⁰

Em face disso, as ONGs “fazem da mobilização dos meios de comunicação um instrumento essencial para que suas atividades alcancem os objetivos propostos”, visto que sem a cobertura da mídia seria extremamente difícil repassar informações tão úteis sobre a proteção dos recursos naturais, sendo que por vezes estas impedem desastres com

¹⁹⁶ MORAES, Dênis de. **O ativismo digital**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>> Acesso em: 2 jan.2010.

¹⁹⁷ Em junho de 2009, o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) também se utilizou da *Internet* para divulgar práticas sustentáveis. A campanha para o Dia Mundial do Meio Ambiente utilizou-se de uma ferramenta ainda não empregada pelo PNUD: o voluntariado *on-line*. A participação foi estimulada pelo IVA (Instituto Voluntários em Ação) para ajudar a divulgar o tema “Seu Planeta Precisa de Você - Unidos para Combater Mudanças Climáticas”. O objetivo principal da campanha do Dia Mundial do Meio Ambiente 2009 era a de pressionar os países a firmar um novo acordo sobre mudança climática, na Convenção sobre Clima, em Copenhague. O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento é a rede global de desenvolvimento da Organização das Nações Unidas, presente em 166 países. Seu mandato central é o combate à pobreza. Trabalhando ao lado de governos, iniciativa privada e sociedade civil, o PNUD conecta países a conhecimentos, experiências e recursos, ajudando pessoas a construir uma vida digna e trabalhando conjuntamente nas soluções traçadas pelos países-membros para fortalecer capacidades locais e proporcionar acesso a seus recursos humanos, técnicos e financeiros, à cooperação externa e à sua ampla rede de parceiros.) PNUD BRASIL. **Campanha ambiental tem ativismo digital**. Disponível em: <http://www.pnud.org.br/meio_ambiente/reportagens/index.php?id01=3221&lay=mam> Acesso em: 28 dez.2009.

¹⁹⁸ MORAES, Dênis de. **O ativismo digital**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>> Acesso em: 2 jan.2010.

¹⁹⁹ *Ibidem*.

²⁰⁰ *Ibidem*.

consequências ainda mais graves, ou até mesmo irreparáveis ao meio ambiente.²⁰¹ Logo, verifica-se a importância dos meios de comunicação para a construção de um elo entre as ONGs e a sociedade internacional na defesa de diversas causas, principalmente as referentes ao meio ambiente.

Uma prova dessa estreita relação entre ONGs e mídia pôde ser vista em 28 de março de 2007, no Hotel Golden Tower em São Paulo. Nessa ocasião, as ONGs WWF-Brasil e *Greenpeace* realizaram seminário de capacitação para jornalistas sobre mudanças climáticas. A intenção era discutir o segundo relatório do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC). Estiveram presentes no evento 80 jornalistas de todo o país para assistir palestras de cientistas e de especialistas sobre aquecimento global. Outra contribuição resultante do seminário foi a disponibilização no *site* do WWF-Brasil de um farto material de consulta, não só aos jornalistas, mas a todos os interessados pelo tema, sobre questões essenciais envolvendo o aquecimento global e as principais fontes de consulta para compreender o assunto (fontes governamentais e não-governamentais).²⁰²

Com esse envolvimento entre ONGs e meios de comunicação, fica cada vez mais evidente que a produção da informação com fins a convencer a opinião pública mundial e, conseqüentemente, causar alterações nas relações internacionais, é algo que merece atenção. Apesar dessa inegável utilização da mídia enquanto “meio”, pouco se teorizou até o momento sobre o papel da mídia enquanto “ator”. Essas constatações demonstram mais uma vez a atualidade e relevância da presente pesquisa para os avanços nos estudos junto às Relações Internacionais.

1.6 As empresas transnacionais: a administração do mundo em suas mãos?

A noção de empresa transnacional ou de firma multinacional não é unânime entre os pesquisadores e nem mesmo entre as próprias empresas.²⁰³ A pluralidade de nomes para expressar o mesmo fenômeno também é significativo.²⁰⁴ François Chesnais acrescenta outras

²⁰¹ SEITENFUS, Ricardo Antônio Silva. **Manual das organizações internacionais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1997. p. 250.

²⁰² WWF-BRASIL. **Seminário sobre mudanças climáticas**. Disponível em: <http://www.wwf.org.br/informacoes/biblioteca/mudancas_climaticas> Acesso em: 27 dez.2009.

²⁰³ Conferir: OLIVEIRA, Odete Maria de. **Relações internacionais: estudos de introdução**. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004. Nas páginas 234 a 260 desta obra é possível obter detalhes acerca da terminologia, antecedentes e a evolução histórica das empresas transnacionais.

²⁰⁴ Para a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) uma empresa transnacional é aquela “composta por entidades localizadas em dois ou mais países, independentemente da forma

variantes a essa lista de nomenclaturas, e reconhece que “a primeira definição amplamente utilizada foi a de R. Vernon, para quem uma multinacional seria uma grande companhia com filiais industriais em, pelo menos, seis países”.²⁰⁵

Marcel Merle, ao analisar essa indefinição, manifesta-se no sentido de que essa expressão é extremamente ampla e serve para abarcar um conjunto bem variado de situações. Em face disso, sua definição pode ir desde “a empresa nacional, que tenta estender sua ação além fronteiras”, até chegar a um conceito que abranja as empresas que “pela sua estrutura e sua organização, fogem a qualquer controle nacional e enfrentam diretamente múltiplos parceiros privados, públicos e internacionais”.²⁰⁶

Segundo Joana Stelzer, o processo de globalização afetou profundamente as relações empresariais, razão pela qual observa que, antes de esse fenômeno emergir, uma empresa multinacional mantinha uma identidade com o seu país de origem. Atualmente, em face do mercado planetário e global a expressão transnacional guarda relação com o momento em que a empresa perde sua característica nacional e invade o mercado mundial desterritorializado.²⁰⁷

Diante disso, a autora apresenta um conceito para corporação transnacional como sendo “uma entidade privada de enorme potencial financeiro e patrimônio científico-tecnológico, normalmente, de natureza mercantil, constituída por sociedades estabelecidas em diversos países, sem subordinação a um controle central, mas agindo em benefício do conjunto, mediante uma estratégia global”.²⁰⁸

Esther Barbé define as empresas transnacionais como aquelas que “atuam em vários países” e que possuem uma “lógica comum de atuação”.²⁰⁹ Com isso, explica a autora, existe a possibilidade de atuação por meio de grupos de empresas, criação de filiais, sucursais

jurídica e os campos de atividades destas entidades, que opera sob um sistema de tomada de decisão, permitindo políticas coerentes e uma estratégia comum através de um ou mais centros de decisão, em que as entidades estão tão ligadas, por propriedade ou de outra forma, que uma ou mais delas podem ser capazes de exercer uma influência significativa sobre as atividades dos outros, e, em especial, a partilhar conhecimentos, recursos e responsabilidades com os outros. (tradução livre do original em inglês). UNCTAD - United Nations Conference On Trade And Development. **Scope and definition**. Disponível em: <<http://www.unctad.org/en/docs/psiteitd11v2.en.pdf>> Acesso em: 3 jan.2010.

²⁰⁵ CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. Tradução de Silvana Finzi Foá. São Paulo: Xamã, 1996. p. 72.

²⁰⁶ MERLE, Marcel. *Op. cit.*, p. 293.

²⁰⁷ STELZER, Joana. Relações Internacionais e Corporações Transnacionais: um estudo de interdependência à luz da globalização. In: OLIVEIRA, Odete Maria de. (Coord.) **Relações Internacionais & Globalização: grandes desafios**. Ijuí: Unijuí, 1997. p. 102-103.

²⁰⁸ *Ibidem*, p. 104.

²⁰⁹ BARBÉ, Esther. *Op. cit.*, p. 229.

ou aquisição de empresas nacionais. Todavia, em todos os casos, a empresa matriz mantém a responsabilidade sobre as ações diretas que se produzem em outros países, também continuando responsável pela gestão (propriedade, produção, vendas, etc.) do conjunto de empresas.

A autora ainda ressalta que o conceito adotado por autores americanos é muito mais restritivo. Segundo Barbé, para os teóricos americanos uma empresa é considerada transnacional quando “atinge a uma cifra de negócios superior aos cem milhões de dólares anuais, com uma implantação, no mínimo, em seis países diferentes, e se o ativo das filiais está acima de 20% do ativo total da empresa”²¹⁰

Para José Carlos de Magalhães, a distinção entre uma empresa multinacional e uma empresa local decorre da existência de uma “integração de toda rede de subsidiárias em um complexo que a transforma em uma unidade econômica sujeita a controle central, voltado para o mercado mundial”.²¹¹ Dessa forma, é “essa organização que a diferencia das empresas nacionais com investimento no exterior que atuam por meio de subsidiárias ou sucursais em outros países, com objetivo de suprir o mercado nacional da matriz”.²¹²

Outro grande desafio para os estudiosos das Relações Internacionais é precisar quando as empresas estão agindo enquanto atores autônomos e quando atuam enquanto forças que guardam relação de subordinação com a ação estatal, em forma de grupos de pressão.²¹³ A controvérsia, porém, nas últimas décadas, tem diminuído, pois é cada vez maior a aceitação de que esses tipos de empresas passaram a desempenhar funções bem identificadas no sistema internacional, bem como, passaram a elaborar a sua própria política independentemente da adotada por outros atores e, com isso, atingir a seus objetivos mediante seu poder transnacional e o exercício de sua própria política exterior.

José Antonio García Vilar, professor de Relações Internacionais da Universidade Complutense de Madri, propõe que essa categorização das empresas transnacionais como atores das relações internacionais somente deve ocorrer quando estiverem presentes algumas características essenciais. A primeira é a de que as empresas tenham autonomia, ou seja, capacidade para estabelecer sua própria política de forma independente. A segunda é a de que

²¹⁰ BARBÉ, Esther. *Op. cit.*, p. 229

²¹¹ MAGALHÃES, José Carlos de. **Direito Internacional Econômico**. Curitiba: Juruá, 2005. p. 191.

²¹² *Ibidem*.

²¹³ VILAR, José Antonio García. Las empresas multinacionales como actores autonomos de las relaciones internacionales. **Revista de Estudios Internacionales**, Madri, Centro de Estudios Constitucionales. v. 1, n. 2, 1980. p. 358.

possua um efetivo poder transnacional, ou seja, de que seja capaz de dispor de recursos suficientes e eficazes para alcançar os objetivos definidos em sua própria política, impondo-se aos Estados e aos demais atores, podendo, inclusive, atuar à margem ou em oposição aos mesmos. Por consequência, isso pressupõe uma capacidade de tomar decisões e a existência de uma estrutura burocrática que lhe confere um poder equiparável ou superior a outros atores das relações internacionais.²¹⁴

Esther Barbé lembra que para os autores estruturalistas as empresas transnacionais apresentam um impacto negativo em termos econômicos e políticos nos países periféricos, enquanto que para os autores transnacionalistas há um destaque para os seus efeitos positivos na criação de redes de interdependência entre os Estados.²¹⁵ Em face dessa divergência sobre os benefícios e prejuízos decorrentes do incremento da atuação das empresas transnacionais no cenário internacional contemporâneo, o quadro abaixo procura sintetizar alguns desses elementos.

Quadro 1 – Balanço do papel das empresas transnacionais

Positivo	Negativo
Aumentar o volume do comércio mundial;	Criar oligopólios que reduzem a competência e a livre iniciativa.
Formar capital adicional para ativar o desenvolvimento;	Conseguir capital nos países receptores, em detrimento da indústria local, e exportar benefícios aos países de origem;
Financiar créditos e o serviço de dívida internacional;	Criar um sistema de devedores e de dependências financeiras;
Apoiar o livre comércio e desmontar as barreiras comerciais;	Monopolizar a produção e controlar sua distribuição mundial;
Favorecer o desenvolvimento tecnológico;	Criar “abrigo de mercado” que limitam e canalizam outras inversões, conferindo vantagem desleal as empresas transnacionais;
Transferir tecnologia aos países em via de desenvolvimento;	Exportar tecnologia não adequada aos países em via de desenvolvimento;
Reduzir custos aproveitando o princípio das vantagens comparativas;	Impedir o crescimento da indústria local no terceiro mundo, que depende da tecnologia do primeiro;
Gerar empregos;	Criar cartéis que contribuem para gerar inflação; Reduzir o emprego, regendo a competição no mercado de trabalho;

²¹⁴ VILAR, José Antonio García. Las empresas multinacionales como actores autonomos de las relaciones internacionales. *Revista de Estudios Internacionales*, Madri, Centro de Estudios Constitucionales. Vol. 01, nº 02, 1980. p. 358.

²¹⁵ BARBÉ, Esther. *op. cit.* p. 235.

Apoiar a formação de trabalhadores;	Limitar os salários dos trabalhadores e a oferta de matérias primas em mercados internacionais;
Estender a oportunidade de compras de novos produtos por meio da internacionalização da produção;	Corroer as culturas tradicionais, criando uma cultura mundial, dominada pelo consumismo;
Mundializar o <i>marketing</i> e os meios publicitários;	Aumentar a diferença entre ricos e pobres;
Potencializar o crescimento nacional e facilitar a modernização dos países em via de desenvolvimento;	Aumentar o bem-estar das elites do terceiro mundo a custa dos pobres;
Gerar bem-estar e riqueza;	Apoiar os regimes repressivos em nome da estabilidade e da ordem;
Favorecer as relações pacíficas e acelerar a globalização da economia e das regras que regem o comércio internacional;	Desafiar a soberania nacional e por em risco a autonomia do Estado-nação;
	Criar cartéis com outras empresas transnacionais com as quais compartilham mercados, reduzindo a concorrência;

Fonte: KEGLEY, Charles W; WITTKOPF, Eugene. **World Politics: Trend and Transformation**. 9. ed. Belmont: Wadsworth, 2004. p. 216.

A partir da análise do quadro acima, é possível afirmar que, independentemente de se posicionar contra ou a favor da atuação desse tipo de empresa, é inegável que elas se constituíram nas últimas décadas em “centros internacionais de decisão à margem dos Estados e com capacidade de se imporem em escala mundial”²¹⁶ Essa constatação é importante, pois a discussão mais relevante sobre as empresas multinacionais não é mais saber se são ou não novos atores das relações internacionais, mas sim, perceber que o seu poder é cada vez maior. Em suas primeiras manifestações no cenário internacional não criavam obstáculos à ação do Estado, pois estavam sujeitas ao seu controle, algo que atualmente não se pode afirmar do mesmo modo.

A tabela a seguir apresenta uma lista das maiores empresas transnacionais classificadas por ativos estrangeiros, conforme dados de 2007 da UNCTAD. Da análise da tabela é possível constatar, em especial na última coluna, o grau de “transnacionalização” dessas empresas. Esse índice reflete o grau de expansão das atividades empresariais fora do país sede da empresa e nem sempre os maiores índices coincidem com os maiores ativos.

²¹⁶ VILAR, José Antonio García. Las empresas multinacionales como actores autonomos de las relaciones internacionales. **Revista de Estudios Internacionales**, Madri, Centro de Estudios Constitucionales. v. 1, n. 2, 1980. p. 360

Tabela 1 – As principais empresas transnacionais do mundo

(dados de 2007 – *ativos e vendas* em milhões de dólares e *empregos* em número de empregados²¹⁷)

Classificação por		Empresa	País de origem	Tipo de indústria	Ativos		Vendas		Empregos		TNI (%)
Ativos estrangeiros	TNI				Estrangeiros	Total	Estrangeiros	Total	Estrangeiros	Total	
1	76	General Electric	Estados Unidos	Elétrica e equipamentos eletrônicos	420.300	795.337	86.519	172.738	168.112	327.000	51,4
2	6	Vodafone Group Plc	Reino Unido	Telecomunicações	230.600	254.948	60.317	71.070	62.008	72.375	87
3	35	Royal Dutch / Shell group	Holanda / Reino Unido	Petróleo (expl., refin.distrib)	196.828	269.470	207.317	355.782	86.000	104.000	71,3
4	23	British Petroleum Company Plc.	Reino Unido	Petróleo (expl., refin.distrib)	185.323	236.076	223.216	284.365	80.600	97.600	79,9
5	41	ExxonMobil	Estados Unidos	Petróleo (expl., refin.distrib)	174.726	242.082	269.184	390.328	50.904	80.800	68
6	75	Toyota Motor Corporation	Japão	Veículos automotores	153.406	284.722	145.815	230.607	121.775	316.121	51,9
7	26	Total	França	Petróleo (expl., refin.distrib)	143.814	167.144	177.835	233.699	59.146	96.442	74,5
8	94	Electricité De France	França	Eletricidade, gás e água	128.971	274.031	40.343	87.792	16.971	154.033	34,7
9	78	Ford Motor Company	Estados Unidos	Veículos automotores	127.854	276.459	91.581	172.455	134.734	246.000	51,4
10	69	E.ON AG	Alemanha	Eletricidade, gás e água	123.443	202.111	41.391	101.179	53.344	90.758	53,6
42	1	Xstrata PLC	Reino Unido	Mineração e pedreiras	49.962	52.259	25.883	28.542	36.175	37.698	94,1
63	2	Linde AG	Alemanha	Química	33.373	36.736	16.268	18.116	44.477	50.645	89,5
11	3	Arcelor Mittal	Luxemburgo	Metais e produtos metálicos	119.491	133.625	105.216	105.216	244.872	311.000	89,4
90	4	Pernod Ricard AS	França	Alimentação, bebidas e tabaco	24.609	27.132	8.917	9.711	14.800	17.625	88,8
67	5	WPP Group Plc	Reino Unido	Outros serviços empresariais	30.694	34.559	10.609	12.392	76.305	84.848	88,1
2	6	Vodafone Group Plc	Reino Unido	Telecomunicações	230.600	254.948	60.317	71.070	62.008	72.375	87
28	7	Nestlé AS	Suíça	Alimentação, bebidas e tabaco	65.676	101.874	94.079	95.559	267.264	276.000	86,6
97	8	AkzoNobel	Holanda	Farmacêutica	22.770	28.328	13.027	15.040	37.700	42.600	85,2
48	9	Nokia	Finlândia	Telecomunicações	43.091	55.350	74.689	75.163	75.836	100.534	84,2
100	10	Thomson Reuters Corporation	Canadá	Outros serviços empresariais	22.043	22.831	7.126	7.296	18.911	33.000	83,8

Fonte: Adaptado e traduzido livremente de: United Nations Conference On Trade And Development. **The World's top 100 non-financial TNCs, ranked by foreign assets, 2007** Disponível em: <http://www.unctad.org/sections/dite_dir/docs/wir2009top100_en.pdf> Acesso em: 3 jan.2010.

Nota: TNI - significa índice de transnacionalidade da empresa.

²¹⁷ A lista abrange somente empresas transnacionais não financeiras. A listagem das 50 maiores empresas financeiras pode ser visualizada no seguinte documento: UNCTAD - United Nations Conference On Trade And Development. **Word Investment Report 2009: Transnational Corporations, Agricultural Production and Development.** Disponível em: <http://www.unctad.org/sections/dite_dir/docs/wir2009top50_geospread_en.pdf> Acesso em: 3 jan.2010.

A expressão transnacional desse tipo de empresa lhe confere um poder que é explícito e que gera, conseqüentemente, inegável poder de influenciar a tomada (ou não) de decisões políticas.²¹⁸ Há quem sustente que “o poder de influir no mercado e afetar toda uma comunidade acaba por criar na empresa uma estrutura quase que governamental similar à do Estado”.²¹⁹

No que tange ao estudo da influência dessas empresas no rumo das negociações ambientais visando a enfrentar o aquecimento global, cumpre destacar que no presente estudo somente serão analisadas nos próximos capítulos as empresas do ramo da comunicação. Essa escolha se justifica pelo fato de que as empresas transnacionais, ligadas à área da comunicação, possuem uma força muito expressiva na condução das políticas ambientais adotadas por vários Estados. É extremamente comum que tais “políticas sejam ajustadas aos interesses das empresas globais” e isso acaba refletindo em um “contínuo compromisso nacional com as formas tradicionais de crescimento”.²²⁰

Robert Merton e Paul Lazarsfeld em clássico artigo publicado pela primeira vez em 1948, como parte integrante do livro *The Communication of Ideas*, já afirmavam que “como os mass media são sustentados pelos interesses das grandes firmas que se engrenam no presente sistema econômico e social, os media contribuem para a manutenção desse sistema”.²²¹ Dessa forma, concluem observando que “[...] são os grandes negócios que financiam a produção e distribuição dos mass media” e, portanto, “aquele que paga é quem manda mais”.²²²

No aspecto ambiental, Richard Barnet e Ronald Muller sustentam que nada “sugere mais claramente o poder das empresas do que sua invariável capacidade de gastar o capital social da nação – o seu ar, a sua água, a sua terra – para acumular capital de

²¹⁸ Richard Barnet e Ronald Muller chegam a afirmar que “a empresa global é a mais poderosa organização humana jamais concebida para colonizar o futuro. Vasculhando todo o planeta em busca de oportunidades, transferindo recursos de indústria a indústria e de país a país, conservando simples sua finalidade suprema – a maximização mundial do lucro – ela se transformou numa instituição de excepcional poder. Os Administradores Mundiais foram os primeiros a elaborar um modelo plausível e global do futuro. Exploram as vantagens da mobilidade enquanto trabalhadores e governos continuam presos a seus territórios. Por esse motivo, os visionários das empresas estão muito à frente do mundo em suas reivindicações sobre o futuro. Ao tomarem hoje decisões de negócio, formulam também a política da próxima geração. BARNET, Richard J.; MÜLLER, Ronald E. **Poder global: a força incontrolável das multinacionais**. Tradução de Ruy Jungmann. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1974. p.359.

²¹⁹ MAGALHÃES, José Carlos de. **Direito Internacional Econômico**. Curitiba, Juruá, 2005. p. 211.

²²⁰ BARNET, Richard J.; MÜLLER, Ronald E. **Poder global: a força incontrolável das multinacionais**. Tradução de Ruy Jungmann. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1974. p. 343.

²²¹ MERTON, Robert K.; LAZARSFELD, Paul. F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 120.

²²² *Ibidem*.

financiamento”.²²³ Além disso, muitos dos anseios internacionais em favor do meio ambiente não são implementados por resistência de certas empresas,²²⁴ que possuem interesses econômicos envolvidos caso haja imposição de obrigações que venham a alterar os atuais padrões adotados em seus processos produtivos. No caso de se cogitar alguma imposição, nota-se que as empresas passam a exercer sua influência perante os governantes, para que não sejam adotadas medidas radicais que causem perdas econômicas.

Gilberto Dupas percebe com precisão essa influência, ao afirmar que “o principal instrumento de poder das corporações transnacionais e do capital global é a capacidade de dizer não: *não saio, não entro, não fico mais*”.²²⁵ Em face disso, o autor observa que cada uma das decisões tomadas por esse tipo de empresa, “constitui-se num ato político por excelência e basta para originar imensos traumas”.²²⁶ Logo, “a lógica das transnacionais transcende a das fronteiras nacionais. Isso faz com que, em parte, elas possam adotar atitudes que ferem os Estados-nação nos quais desenvolvem suas atividades”.²²⁷

Inegavelmente, “o crescimento das firmas multinacionais constitui, atualmente, o estágio supremo do capitalismo”.²²⁸ As empresas transnacionais possuem um poder capaz de “deslocar indústrias inteiras para outras localidades – ou adotar um sistema de subcontratação internacional”.²²⁹ Esse poder de barganha lhes confere uma posição desigual no momento de “negociar impostos ou benefícios, leis ambientais e regimes de trabalho com os governos-sede e com os governos que pleiteiam sua presença”.²³⁰

Em face dessa influência marcante, Dupas chega a afirmar que as “corporações tornaram-se os sujeitos de direito mais importantes da sociedade civil e desempenham um

²²³ *Ibidem*.

²²⁴ É importante frisar que a expressão “certas empresas” é adequada, pois não se pode generalizar. Todavia destaca-se que o maior receio das empresas transnacionais é adotar um novo padrão de produção que lhe traga maiores custos sem que essa alteração ocorra com as suas concorrentes. Nesse embate, a inércia prepondera pois prevalece a ideia de que enquanto o “outro” não fizer “eu” também não faço. Como lembram Barnet e Müller, “em um mundo de concorrência oligopolista, nenhuma nação isolada ousa impor custos de antipoluição significativamente mais altos às suas empresas do que outras nações industriais avançadas estão dispostas a fazer. [...] Numerosas companhias gastam mais anunciando sua preocupação, ou, no caso de um grande produtor de fosfato, proclamando a inevitabilidade da poluição, do que no combate a seus resíduos contaminadores”. BARNET, Richard J.; MÜLLER, Ronald E. **Poder global: a força incontrolável das multinacionais**. Tradução de Ruy Jungmann. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1974. p. 340-341.

²²⁵ DUPAS, Gilberto. *Op. cit.*, p. 41.

²²⁶ *Ibidem*.

²²⁷ *Ibidem*.

²²⁸ MERLE, Marcel. *Op. cit.*, p. 293.

²²⁹ *Ibidem*.

²³⁰ DUPAS, Gilberto. *Op.cit.*, p. 155.

papel significativo na esfera política e do espaço público da sociedade liberal”.²³¹ O autor justifica, dizendo que as decisões dessas empresas “sobre padrões e vetores tecnológicos” definem, “além dos produtos que se transformarão em objeto do nosso desejo, as características do mercado de trabalho e da oferta de emprego”.²³²

Por outro lado, é importante perceber que a opinião pública internacional e certos grupos sociais de interesse, em certos casos, mobilizam-se contra o poder dessas grandes empresas. Gilberto Dupas lembra que certos grupos como Médicos sem fronteiras, Oxfam e a Organização Mundial da Saúde já realizaram mobilizações de contestação a esse tipo de poder.²³³ Essa afirmação será importante para o desenvolvimento do presente estudo, eis que demonstra que entre os próprios atores emergentes do cenário internacional existe uma atitude de fiscalização quanto ao exercício do seu poder que, no caso das empresas, pode extrapolar o poder do próprio Estado, conforme já relatado por alguns autores anteriormente referidos.

Além disso, é importante perceber que as questões ligadas à proteção internacional do meio ambiente, manifestadas por meio de boicotes de consumidores e/ou movimentos ou manifestações sociais “podem conduzir a um enfrentamento progressivamente mais complexo para as empresas em seus mercados mundiais e desabar como um castelo de cartas diante da opinião pública cada vez mais informada”.²³⁴

Algumas empresas, percebendo essa cobrança por parte da opinião pública internacional, já passaram a adotar algumas medidas de “suavização” em suas práticas ofensivas ao meio ambiente.²³⁵ Outras, por sua vez, passaram a criar mecanismos de publicização dos efeitos negativos ao meio ambiente, aliando-se ao movimento de proteção ambiental internacional. É o caso da empresa *Google* do ramo de *Internet*. Um dos ramos filantrópicos da *Google* (*Google.org*²³⁶) apresentou durante a COP-15 uma nova tecnologia

²³¹ *Ibidem*.

²³² *Ibidem*.

²³³ *Ibidem*, p. 166.

²³⁴ “Um exemplo paradigmático foi o contencioso entre Brasil e os Estados Unidos, com relação às patentes de remédios contra a Aids. Utilizando o argumento de que o bem-estar público deveria prevalecer sobre o lucro, o governo brasileiro se opôs à indústria farmacêutica global demandando o direito de quebrar o monopólio de patentes e comercialização de medicamentos importantes no combate à doença. Após longo processo, pedido de consultar e *panel* no Órgão de Solução de Controvérsias na OMS, houve vitória da tese brasileira.” *Ibidem*. p. 166-167.

²³⁵ Conferir um estudo realizado por Ans Kolk, envolvendo uma análise sobre o comprometimento de certas empresas transnacionais com as mudanças climáticas. Nesse artigo, o autor apresenta o papel dessas empresas nas negociações climáticas e os seus desafios em face dos interesses conflitantes entre muitas indústrias, governos e entidades de proteção ambiental. KOLK, Ans. *Multinational Enterprises and International Climate Policy*. In: ARTS, Bas; NOORTMANN, Math; REINALDA, Bob (Eds.). **Non-State Actors in International Relations**. Aldershot (USA): Ashgate, 2001. p.211-225.

²³⁶ Informações mais detalhadas sobre a *Google.org* podem ser encontradas em seu site <http://blog.google.org>

para monitorar e medir as alterações nas florestas de todo o planeta. Sua intenção é a de contribuir para a diminuição do aquecimento global mediante monitoramento mais eficiente do desmatamento. A plataforma de monitoramento, segundo o jornal *The Washington Post*, não terá fins lucrativos.²³⁷ Resta saber quais serão as efetivas consequências científicas e políticas decorrentes do acesso facilitado a esse tipo de informação.

Dessa forma, estabelecer as conexões entre o acesso à informação ambiental e os interesses políticos e econômicos entre os diversos atores das relações internacionais é um dos aspectos que serão analisados nos próximos capítulos, de forma a se compreender, conjuntamente, o papel da mídia nesse complexo cenário internacional contemporâneo.

1.7 O indivíduo e a opinião pública no cenário internacional

A influência do indivíduo como ator das Relações Internacionais não é consenso entre os estudiosos do tema. Logo, sua definição como ator novo ou emergente ainda é incerta e controvertida. De qualquer forma, nota-se que, ao menos, certos indivíduos vêm exercendo um papel muito importante e de grande destaque no cenário político internacional.

Ricardo Seitenfus aborda essa divergência, referindo que foi Norbert Elias²³⁸ um dos primeiros autores a perceber a influência do homem individualmente considerado perante as relações internacionais.²³⁹ Seitenfus considera que a fragilidade conceitual associada à falta de estudos empíricos não podem afastar a importância do indivíduo no cenário internacional. Para o autor, “as notáveis transformações que o Estado vem sofrendo provocam seu enfraquecimento e o surgimento de uma ação internacional das unidades subnacionais e transnacionais, construindo uma nova realidade na qual se afirma o indivíduo”.²⁴⁰

Apesar de reconhecer essa importância ao indivíduo, Ricardo Seitenfus alerta para o fato de que não é possível conferir atenção a qualquer ação do indivíduo no meio internacional. Assim, observa que “o episódico, o intempestivo, o ruidoso e o passível de ser

²³⁷ GOOGLE Helps Battle Deforestation With The Cloud. *The Washington Post*. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/12/10/AR2009121002147.html>> Acesso em: 12 dez.2009.

²³⁸ Cf. ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

²³⁹ SEITENFUS, Ricardo. **Relações...** *Op. cit.*, p. 167. A obra referida por Seitenfus foi escrita por Norbert Elias em 1987 e publicada originalmente em Paris com o título *La société des individus*.

²⁴⁰ SEITENFUS, Ricardo. **Relações...** *Op. cit.*, p. 167-168.

objeto de manipulação não é digno de interesse”.²⁴¹ Por outro lado, deve-se repensar até que ponto certos comportamentos individuais, ainda que isolados, não podem desencadear reações mais amplas e atingir efeitos além das fronteiras dos Estados. Por meio das novas tecnologias da informação e, em especial, por meio da *Internet*, os indivíduos passam a ter muito mais instrumentos de divulgação de suas ideias.

Assim, “dentro da nova lógica econômica global”, um novo ator pode assumir um “papel fundamental no equilíbrio futuro do poder, e que ainda está fora do jogo: o consumidor, o gigante adormecido”. Gilberto Dupas, no intuito de analisar um artigo de Ulrich Beck, afirma que um indivíduo que poderia fazer a diferença no cenário internacional seria o consumidor. Em sua concepção, o consumidor “poderia transformar seu ato de compra em um voto sobre o papel político dos grandes grupos em escala mundial, lutando contra eles com suas próprias armas: o dinheiro e a recusa de comprar”.²⁴²

É interessante essa reflexão feita por Gilberto Dupas, pois apesar de ainda não existir uma identificação teórica clara quanto a esse “poder” pelo menos com relação aos efeitos em âmbito internacional, certamente a interação entre o indivíduo-consumidor e outro(s) atore(s) poderá causar uma alteração no cenário político internacional.

Um exemplo disso, que será analisado nos próximos capítulos, se dá a partir da maior exposição na mídia de novos produtos criados para enfrentar problemas ambientais e que cativam o consumidor. Ao se identificar um interesse pelo mercado consumidor são realizadas alterações no processo produtivo das empresas e nas posturas governamentais para adoção de novas estratégias políticas e econômicas, em especial, mais recentemente, de caráter ambiental.

Deve-se frisar, todavia, que nem sempre essas opções dos consumidores emergem por consciência ambiental, em certos casos, esse “interesse” somente ocorre quando vem acompanhado de algum benefício individual. Um exemplo disso é quanto à recepção favorável por parte dos consumidores dos veículos bicompostíveis no Brasil e que vem ganhando forte expansão nos demais países. Trata-se de um comportamento e opção do consumidor que por interesses pessoais e/ou econômicos e ambientais passaram a optar por uma categoria de produto que gerou toda uma alteração na matriz no sistema produtivo de veículos com reflexos políticos bastante expressivos. Atualmente, já existem estudos sobre uma profunda alteração na matriz energética na indústria automotiva que prevê a produção já

²⁴¹ *Ibidem*, p. 168.

²⁴² DUPAS, Gilberto. *Op. cit.*, p. 30 e 31.

para o ano de 2011, de veículos elétricos à disposição do mercado consumidor a preços competitivos, algo impensável nos últimos dez anos.²⁴³

Para melhor compreender essa participação do indivíduo no cenário internacional, Seitenfus o classifica em três grupos. O primeiro grupo é aquele integrado por especialistas, os quais, além de serem detentores de um saber, possuem vasta experiência em algum assunto que já foi colocado em prática. Diante disso, os especialistas podem influenciar “importantes decisões internacionais nas áreas da energia nuclear, do meio ambiente e da saúde pública vinculada ao comércio exterior”.²⁴⁴ De qualquer forma, o autor reconhece a possibilidade de manipulação no comportamento e resultado da atuação desses especialistas, o que merecerá ser analisado com maior propriedade no decorrer do presente estudo no que tange aos efeitos dos relatórios emitidos pelos especialistas do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC).²⁴⁵

O segundo grupo de indivíduos classificados por Seitenfus é o composto por profetas. Nesse grupo estariam todos aqueles indivíduos despreocupados com a legitimidade, sendo que Seitenfus os chama de “pseudocientistas”, eis que se julgam detentores de um saber “autônomo e absoluto, desprovido do princípio da incerteza e avesso ao contraditório”.²⁴⁶ Nas questões ambientais, em especial naquelas que envolvem dados científicos polêmicos, a exemplo do que ocorre com o aquecimento global, é possível encontrar um vasto campo de

²⁴³ **CARROS elétricos se destacam no Salão de Detroit.** Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,carros-eletricos-se-destacam-no-salao-de-detroit,500166,0.htm>> Acesso em: 22 jan.2010.

²⁴⁴ SEITENFUS, Ricardo. **Relações...** *op. cit.* p.169.

²⁴⁵ O IPCC é o principal organismo de avaliação das mudanças climáticas. Foi estabelecido pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP) e pela Organização Meteorológica Mundial (OMM) para fornecer ao mundo uma visão científica mais clara sobre o atual estado do clima e das mudanças climáticas, bem como, sobre suas potencialidades ambientais e sócio-econômicas. Enquanto entidade científica, o Painel analisa e avalia as mais recentes informações científicas, técnicas e sócio-econômicas produzidos a nível mundial e que sejam relevantes para a compreensão das mudanças climáticas. Milhares de cientistas de todo o mundo contribuem para o trabalho do IPCC de forma voluntária. O IPCC é um organismo intergovernamental e é aberto a todos os países membros da ONU e da OMM. Devido à sua natureza científica e intergovernamental, o IPCC incorpora uma oportunidade única para fornecer informações científicas rigorosas e equilibradas para os tomadores de decisão. Ao aprovar os relatórios do IPCC, os governos reconhecem a autoridade do seu conteúdo científico. IPCC- The Intergovernmental Panel of Climate Change. **Organization.** Disponível em: <<http://www.ipcc.ch/organization/organization.htm>> Acesso em: 18 nov.2009.

²⁴⁶ SEITENFUS, Ricardo. **Relações...** *Op. cit.*, p.169. Nessa categoria talvez seja apropriado mencionar a importância da relação entre indivíduo e mídia. Na medida em que para a divulgação de notícias em áreas específicas torna-se necessário conferir credibilidade ao discurso, os especialistas são amplamente utilizados pelos jornais. Entretanto, em função da velocidade com a qual os acontecimentos se dão, e, por sua vez, os relatos sobre os mesmos são realizados, esses sujeitos acabam se revestindo do que Pierre Bourdieu chama de *fast thinkers*, ou seja, pessoas tidas como referências em suas áreas e que teriam a capacidade de formular pensamentos acerca de fatos importantes expostos em notícias, com a mesma instantaneidade. Isso, é claro, leva a que sempre as mesmas pessoas sejam chamadas para tratar de assuntos de suas áreas, e que frequentemente se utilizem de lugares comuns em suas análises, em consonância com a proposta televisiva do *fast food* cultural. BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão.** Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Zahar, 1997. p. 38-41.

atuação desses profetas.²⁴⁷

Por fim, o terceiro grupo de indivíduos classificados por Ricardo Seitenfus, é aquele composto por detentores de notório saber. Para esses indivíduos há um rito de passagem obrigatório que, segundo o autor, ocorre por meio do reconhecimento público internacional, o que geralmente acontece com o recebimento de algum prêmio internacional, especialmente aquele que é considerado “o mais prestigioso de todos”, o Prêmio Nobel.²⁴⁸ O autor justifica a inclusão desses indivíduos pois afirma que ao serem premiados, tais indivíduos passam a se utilizar da mídia eis que foram “laureados com tamanha notoriedade”, que passam a discutir com ares de especialistas os grandes temas internacionais do momento, apesar de em muitos casos serem distantes de sua área de atuação e/ou especialização.²⁴⁹ Para Seitenfus, “os vencedores do Nobel desvinculam-se de seus Estados e adquirem um *status* de inatacáveis intelectuais moralizadores das relações internacionais”.²⁵⁰

Um desses indivíduos, que emergiu como um verdadeiro ator no cenário internacional, foi Albert Arnold Gore Jr, mais conhecido por Al Gore²⁵¹. Em 2007, o ex-vice presidente dos Estados Unidos recebeu o Prêmio Nobel da Paz por seus esforços em divulgar os efeitos das alterações climáticas e apresentar as medidas necessárias para o seu enfrentamento, sendo que o prêmio também foi compartilhado com o IPCC.²⁵² Com essa premiação, solidificou-se perante a opinião pública internacional o papel de respeitabilidade do trabalho que tanto Al Gore como o IPCC vinham até o momento realizando.

Al Gore causou tanto impacto quanto os relatórios do IPCC, porém, o seu

²⁴⁷ Quanto à manipulação de pesquisas científicas visando a afastar a existência do aquecimento global, recomenda-se a leitura da obra “Heat” de George Monbiot na qual é realizada uma profunda investigação de quais as possíveis alternativas para amenizar/solucionar o efeito estufa. Nessa obra o autor apresenta dados estatísticos sobre os níveis de CO₂ e os principais emissores e desmascara pesquisas “pseudocientíficas” que manipulam e criam falsas informações para sustentar que o aquecimento global é um fenômeno normal e que está havendo um exagero na sua divulgação. MONBIOT, George. **Heat: How to Stop the Planet Burning**. London: Allen Lane, 2006.

²⁴⁸ SEITENFUS, Ricardo. **Relações...** *op. cit.* p.171.

²⁴⁹ *Ibidem.* p. 170-171.

²⁵⁰ *Ibidem.* p. 171.

²⁵¹ O ex-Vice Presidente dos Estados Unidos, atualmente, é presidente da *Current TV*, rede independente de televisão por cabo e satélite, dedicada à não-ficção e voltada para jovens, com conteúdos criados pelos espectadores e jornalismo-cidadão. Também é diretor da *Generation Investment Management*, firma que propõe uma nova abordagem aos investimentos sustentáveis. Ainda é membro do Conselho Diretor da Apple Computer Inc. e consultor sênior da Google Inc. Foi eleito para a Câmara dos Deputados dos Estados Unidos em 1976 e para o Senado americano em 1984 e 1990. Em 20 de janeiro de 1993 tornou-se o 45º vice-presidente do país, cumprindo essa função por oito anos. É autor do best-seller de 1992, *A Terra em Balanço: ecologia e o espírito humano* e *Uma Verdade Inconveniente* que foi objeto de um documentário vencedor do Oscar. NOBEL PRIZE. **Al Gore - Biography**. Disponível em: <http://nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2007/gore-bio.html> Acesso em: 02 jan.2010.

²⁵² NOBEL PRIZE. **The Nobel Peace Prize 2007**. Disponível em: <http://nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2007/index.html> Acesso em: 3 jan.2010.

documentário *Uma Verdade Inconveniente* com imagens fortes sobre as mudanças climáticas conseguiu atingir a um imenso público no mundo inteiro. Como resultado, sua produção foi premiada com o Oscar de melhor documentário no ano de 2007. O filme foi bastante elogiado, mas, recentemente, passou a receber severas críticas. Em novembro de 2009, antes do início da COP-15, surgiu uma denúncia de que *Climatic Research Unit* (CRU-EA), departamento da Universidade de East Anglia, em Londres, teria forjado informações para exagerar a participação do homem no aquecimento global. Os dados do CRU-EA serviram de base para os relatórios do IPCC e para as palestras de Al Gore e, conseqüentemente, para o seu documentário. A denúncia proveio de *emails* trocados entre cientistas do CRU-EA e que foram interceptados por *hackers*. Nesses milhares de *emails* estariam mensagens que demonstrariam que o grupo de pesquisadores teria omitido ou alterado dados para justificar o aquecimento global.²⁵³

Até o momento não foi adotada nenhuma medida contra o Oscar recebido pelo documentário de Al Gore, tampouco quanto aos estudos apresentados pelo IPCC. A principal autoridade em clima da Organização das Nações Unidas (ONU), Yvo de Boer, afirmou que os *emails* podem ter abalado a imagem das pesquisas sobre o aquecimento global; contudo, a evidência do aquecimento da Terra é sólida.²⁵⁴

De qualquer forma, ultrapassando momentaneamente essa discussão, que será retomada nos próximos capítulos, faz-se necessário, ainda, refletir se efetivamente são apenas esses indivíduos isoladamente que podem fazer alguma pressão internacional, ou se a soma de vários indivíduos, formando uma opinião pública sobre certos assuntos também possui poder de interferir nos assuntos políticos que ultrapassam as fronteiras dos Estados. Isso é importante, pois conforme visto anteriormente, foram apenas alguns indivíduos – *hackers*²⁵⁵ –

²⁵³ CLIMATE change data dumped. **The Sunday Times**. Disponível em: <<http://www.timesonline.co.uk/tol/news/environment/article6936328.ece>> Acesso em: 8 jan.2010

²⁵⁴ ONU: e-mails não afetam negociação em Copenhague. **Agência Estado**. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultnot/cienciaesaude/ultnot/estado/2009/12/07/onu-e-mails-nao-afetam-negociacao-em-copenhague.jhtm?action=print>> Acesso em: 7 dez.2009.

²⁵⁵ O professor do Departamento de Ciência da Computação da Universidade de Brasília, Pedro Antonio Dourado de Rezende, traz esclarecimentos importantíssimos sobre essa expressão. Segundo o professor, "*Hackear* é esmiuçar. Não significa, e nem mesmo é condição para piratear, vandalizar ou vender serviços criminosos, como querem alguns jornalistas. Para designar tal conduta existem outros termos, como "lamer" ou "*cracker*", por exemplo. Insistir no uso do termo hacker como sinônimo de criminoso digital esconde uma componente ideológica ruim, que pretende igualar a habilidade curiosa com a intenção criminoso. [...] Os hackers não podem ser coletivamente classificados como criminosos indesejáveis, pois alguns deles desempenham para o software um papel semelhante ao da seleção natural na evolução das espécies naturais, descobrindo falhas de segurança nos softwares em uso pelo mundo e reportando suas descobertas aos desenvolvedores, às vezes sugerindo estratégias de reparo. São também os grandes responsáveis pelo enorme patrimônio intelectual em software livre que circula pelo mundo hoje, e do qual todos engajados na revolução

que ao obterem ilegalmente *emails* confidenciais dos cientistas do IPCC causaram uma grande repercussão no debate sobre o aquecimento global durante a COP15.

A existência de uma opinião pública interferindo internamente nos Estados é algo consensual entre os pesquisadores. A dúvida, que por vezes paira no ar, é quanto à existência de uma opinião pública internacional. Para Tomás Vives, “a opinião pública não é o nome de algo, senão uma classificação de uma série de algos”, ou seja, “uma soma de opiniões individuais sobre uma questão de interesse público, podendo exercer tais opiniões certa influência sobre o comportamento de um indivíduo, de um grupo ou de um governo”.²⁵⁶

Diante disso, Marcel Merle refere que “a opinião pública é primeiro um fenômeno nacional que se enraíza numa história, desenvolve-se numa cultura e inscreve-se num espaço determinado através dos meios de expressão que ainda permanecem, em sua parte essencial, instrumentos nacionais”.²⁵⁷ O autor sustenta que “concretamente, uma opinião pública internacional só pode resultar da aproximação ou convergência entre diferentes opiniões nacionais” e que este “fenômeno pode produzir-se de três maneiras diferentes”.²⁵⁸

Na primeira delas, “a opinião pública internacional pode resultar primeiro da convergência dos pontos de vista expressos pelos representantes qualificados das diferentes coletividades nacionais – em outras palavras – governos”.²⁵⁹ Na segunda, Merle também credita à opinião pública internacional “os fenômenos de concordância que se produzem espontaneamente entre as diversas opiniões públicas nacionais em relação a tal ou tal problema”.²⁶⁰ Com isso, o autor considera que “[...] esses movimentos podem ser revelados por um confronto sistemático do conteúdo das mensagens difundidas pelos meios de comunicação (imprensa, rádio e televisão) como também por sondagens de opinião, comparativas ou simultâneas”.²⁶¹ Na terceira maneira, o autor observa que “as coisas são diferentes no que se refere às manifestações mais ou menos combinadas pelas quais grupos agindo simultaneamente em diversos países, fazem esforços para criar uma corrente de opinião em defesa de tal ou tal causa”.²⁶²

digital estão se beneficiando." REZENDE, Pedro Antonio Dourado de. **Sobre o uso do termo "hacker"**. Disponível em: <<http://www.cic.unb.br/~pedro/trabs/hackers.htm>> Acesso em 8 jan.2010.

²⁵⁶ VIVES, Tomás Mestre. **La política internacional como política de poder**. Barcelona: Labor Universitaria, 1979. p. 300.

²⁵⁷ MERLE, Marcel. *Op. cit.*, p. 311.

²⁵⁸ *Ibidem*.

²⁵⁹ *Ibidem*.

²⁶⁰ *Ibidem*.

²⁶¹ MERLE, Marcel. *Op. cit.*, p. 313.

²⁶² *Ibidem*.

Visando a compreender melhor esse fenômeno, Norberto Bobbio, ao analisar o conceito de opinião pública, afirma que a sua existência é um “fenômeno da época moderna” o qual “pressupõe uma sociedade civil distinta do Estado, uma sociedade livre e articulada, onde existam centros que permitam a formação de opiniões não individuais”.²⁶³ Cita como exemplos, os “jornais e revistas, clubes e salões, partidos e associações, bolsa e mercado, ou seja, um público de indivíduos associados, interessado em controlar a política do Governo, mesmo que não desenvolva uma atividade política imediata”.²⁶⁴ Bobbio também afirma que uma das funções da opinião pública é permitir uma maior participação política por parte dos cidadãos, eis que através do fluxo de informações favorece o desenvolvimento das condições necessárias para que haja uma discussão coerente e a sociedade possa se manifestar sobre questões que lhe atingem diretamente.

Ao se relacionar esse raciocínio com o papel político da mídia na construção e/ou manipulação da opinião pública, Leonardo Valente destaca que, desde o final do século 20, mais intensamente no início do presente século, esse tipo de prática tem sido empregada com mais frequência. O autor afirma que “o Estado não perdeu poder por conta das transformações na comunicação, não deixou de se basear no econômico, no político e no militar para a conquista do poder. Mas redimensionou e modificou sua atuação para o alcance desse objetivo. Adaptou-se ao jogo como uma nova peça e está aprendendo a usá-la”.²⁶⁵ Com isso, sustenta Valente que “as novas tecnologias tiveram um impacto profundo nesse redimensionamento. Elas encurtaram as distâncias, dispensaram a necessidade de presença física, aumentaram a velocidade com que indagações e respostas chegam aos seus destinatários.”²⁶⁶ Por fim, esclarece que essas novas tecnologias “tornaram ainda mais complexa a tarefa de fazer política externa, sujeita, agora como nunca antes, à influência de uma série de outros fatores e agentes, entre eles a imprensa e a opinião pública”.²⁶⁷

Por outro lado, alguns autores questionam se o grande público efetivamente se preocupa com um grande número de problemas ligados à política exterior de seus países e se realmente a mídia ou qualquer outro ator das relações internacionais (ONGs, por exemplo) consegue retirar essas pessoas dessa condição de passividade. Tomás Vives vê essa questão

²⁶³ BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. Tradução Carmen C. Varriale et. al. 4. ed. Brasília: UnB, 1992. p. 842.

²⁶⁴ *Ibidem*.

²⁶⁵ VALENTE, Leonardo. **Política externa na era da informação: o novo jogo do poder, as novas diplomacias e a mídia como instrumentos de Estado nas Relações Internacionais**. Rio de Janeiro: Revan, 2007. p. 21-22.

²⁶⁶ *Ibidem*.

²⁶⁷ *Ibidem*.

referindo que “no fundo, os apáticos e os ignorantes, geralmente, quando percebem algo que pode causar um impacto direto em sua vida, reagem”, do contrário mantêm-se indiferentes aos problemas externos.²⁶⁸ O autor aponta estudos onde as atitudes públicas, “em sociedades altamente alfabetizadas, indicam que a grande maioria das pessoas no que se refere aos assuntos mundiais é ignorante, desinteressada e apática”,²⁶⁹ revelando que somente quando ocorrem fatos dramáticos esse comportamento pode sofrer alguma alteração.

De qualquer forma, tanto Bobbio quanto Vives destacam que somente pode haver uma opinião pública desempenhando sua função, se houver a “publicidade das discussões parlamentares e dos atos do Governo, e a plena liberdade de imprensa”,²⁷⁰ apesar de somente isso não ser garantia de que essa opinião pública será qualificada.²⁷¹

Esse problema se agiganta no momento em que essa liberdade é manipulada por interesses de certos indivíduos ou por interesses privados. Afinal, é inegável que uma das formas de emergência da opinião pública se dá a partir dos meios de comunicação, onde se assiste a uma “tendência radical à privatização, a uma intensa concentração mundial em poucos grandes atores que controlam o setor de notícias e informações, pondo progressivamente em risco a democracia”.²⁷² Além disso, deve-se lembrar que “[...] não há comunicação desinteressada”, pois atualmente é bem provável que a opinião pública esteja submetida a “uma mensagem que visa basicamente alimentar uma demanda crescente de consumo, na qual a informação ambiental é um produto que atrai cada vez mais audiência”.²⁷³

Gilberto Dupas, quando reflete sobre isso, destaca que um dos grandes formadores de opinião é a televisão e que, embora “[...] ainda seja essencialmente uma concessão pública e um instrumento vital para a propagação de valores e definição de condutas, ela tem sido transformada em todo o mundo num puro negócio redigido pelo

²⁶⁸ VIVES, Tomás Mestre. *Op. cit.*, p. 302

²⁶⁹ *Ibidem*, p. 300-301.

²⁷⁰ BOBBIO, Norberto; *et. al. Op. cit.*, p. 844

²⁷¹ Nesse sentido, Vives refere que “otros estudios también sugieren que cuando el gobierno, la Universidad o los programas privados han tratado de formar un conocimiento y apreciación públicos más amplios de la complejidad de la política internacional, apenas han tenido éxito. En otros campos de la cosa pública, los resultados pueden ser no demasiado distintos. Cuando un Sastre se lamenta de que la gente es tonta porque está mal informada, y eso viviendo esta gente en un país libre, habrá que preguntarse, qué hace para no estar mejor informada. ¿Por qué cuando llegan las vacaciones la prensa disminuye en lugar de aumentar la tirada? Informarse más y mejor trabajando menos no parece ser, pues, la fórmula” VIVES, Tomás Mestre. *Op. cit.*, p. 300-301.

²⁷² DUPAS, Gilberto. *Op. cit.*, p. 101.

²⁷³ RAMOS, Luís Fernando Angerani. **Meio ambiente e meios de comunicação**. São Paulo: ANNBLUME, 1995. p. 30

lucro”.²⁷⁴

É em face desse tipo de constatação que alguns autores questionam a existência de uma opinião pública descompromissada.²⁷⁵ Referem que “[...] tanto a opinião pública nacional quanto a internacional são relativamente limitadas, uma vez que não buscam um aprofundamento de suas preocupações e questionamentos”, já que somente “atêm-se aos temas de maior repercussão e a assuntos que venham ao encontro da curiosidade do público” naquele determinado momento”.²⁷⁶ Felizmente, hoje em dia, com a *Internet* existe um maior acesso a uma pluralidade de informações que podem servir de base para a formação de uma opinião pública mais crítica. Por outro lado, o maior acesso à informação, não significa que a informação é de qualidade, provém de fonte segura e, principalmente, que será acessada pelo público, pois, conforme referido anteriormente, uma grande maioria da população não expressa interesse em buscar se informar sobre acontecimentos e fatos que não tenham uma relação com o seu âmbito local.

Ainda assim, existem autores que insistem que a opinião pública pode atuar como uma verdadeira chave de negociação.²⁷⁷ Henri Rouillé Orfeuil e Jorge Eduardo Durão referem que as diplomacias, cada vez mais, devem se preocupar com a opinião pública e relembram que muitos dos avanços importantes ocorridos durante a Eco-92 devem-se a uma consciência das questões ambientais alavancadas pelos meios de comunicação que se solidificaram formando uma opinião pública coesa quanto à necessidade de se proteger o meio ambiente global.²⁷⁸

A formação dessas opiniões, nos mais diversos campos, não só na esfera ambiental, conforme ressaltado por Bobbio é algo que nos dias atuais percebe-se com grande intensidade como sendo um fator decisivo no rumo das relações internacionais, especialmente quando analisada em conjunto com as suas potencialidades em face dos avanços alcançados com a tecnologia da informação. Admitindo-se, portanto, desde já uma possível existência de

²⁷⁴ *Ibidem*, p. 105.

²⁷⁵ PECEQUILO, Cristina Soreanu. *op. cit.* p. 56

²⁷⁶ ANDERSON, Peter J. **Política global do poder, justiça e morte: uma introdução às Relações Internacionais**. Lisboa: Piaget, 1996. p. 109

²⁷⁷ D’ORFEUIL, Henri Rouillé; DURÃO, Jorge Eduardo. *Op. cit.*, p. 02.

²⁷⁸ “A moderna tecnologia de informação também está impulsionando as nações-Estados em direção à cooperação com outras, para que o trabalho mundial possa ser feito. À medida que as notícias dos problemas mundiais, reais ou percebidos, se espalhavam, torna-se claro que há muitos problemas que não podem ser atacados efetivamente por uma só nação, não importa quão poderosa ela seja. Os acontecimentos numa região podem ter imensas consequências em outra. A chuva ácida e o efeito estufa não são senão dois exemplos recentes que estão fora do controle de qualquer soberano vizinho. A difusão da informação está sendo promovida por um número imenso de novos dispositivos que surgem quase diariamente. WRISTON, Walter B. **O crepúsculo da soberania**. São Paulo: Makron Books, 1994. p. 160.

uma opinião pública mundial, cumpre refletir sobre quais são os seus efeitos no cenário internacional.

A discussão dessa temática pelos teóricos das Relações Internacionais, como se constata, não é recente. Edward Carr, em sua clássica obra *20 Anos de Crise*, já dedicava atenção à opinião pública, tanto que, ao dividir o poder político na esfera internacional, apresenta-o em três categorias: poder militar, poder econômico e poder sobre a opinião. Quanto a este último, refere que é um poder tão importante quanto os outros dois e que, geralmente, tem estado sempre associado a eles. Com isso, destaca que “A arte da persuasão sempre se constituiu numa parte necessária da bagagem de um líder político.”²⁷⁹ Portanto, afirma que “a política contemporânea é vitalmente dependente da opinião de grandes massas de pessoas mais ou menos politicamente conscientes, das quais as mais ressoantes, as mais influentes, e as mais acessíveis à propaganda são as que vivem nas grandes cidades ou em torno delas”.²⁸⁰

Karl Deutsch, ao analisar o assunto, observa que os Estados, na busca por poder em relação a um ou vários países, utilizam instrumentos de manipulação da opinião pública por meio da influência e da propaganda.²⁸¹ Para o autor, “a *influência* consiste em usar alguns dos valores e interesses de pessoas e grupos do país alvo, a fim de servirem de sustentação para políticas que outro país ali esteja promovendo.” No que tange à propaganda, o autor explica que “consiste principalmente em esforços para modificar a imagem cognitiva e emocional que uma parte ou a totalidade dos membros do país alvo têm da realidade, a fim de torná-los mais passíveis de agir como líderes da vontade do país que faz a propaganda”.²⁸²

Philippe Breton e Serge Proulx afirmam que a “[...] grande descoberta que farão

²⁷⁹ CARR, Edward Hallett. **20 anos de crise: 1939-1945**. Tradução de Luiz Alberto Figueiredo Machado. Brasília: UnB, 1981. p. 129.

²⁸⁰ *Ibidem*, p. 129-130.

²⁸¹ Sobre o papel da opinião pública mundial e as expectativas dos governos na condução das relações exteriores Vives sustenta que “Si la opinión pública puede influir en las esferas gubernamentales, también el gobierno puede influir en la opinión pública. Es cuestión de relaciones públicas y de propaganda. El que la opinión pública sea un fenómeno básicamente espontáneo no quiere decir que sea impenetrable a la dirección y a la canalización; sus estallidos normalmente pueden evitarse dirigiéndola y manipulándola, pero también los hay escépticos de los esfuerzos gubernamentales para crear actitudes de opinión, siendo con frecuencia impotentes e, en todo caso, limitados, sobre todo en el campo de la política exterior”. Além disso, Vives ao citar Holsti “[...] cree imposible generalizar, por la historia nos surte de ejemplos de efectividad lo mismo que de impotência. “[...] la mayoría de los gobiernos son sensibles a las opiniones que se expresan fuera de sus fronteras acerca de sus políticas, de lo contrario no tratarían de contrarrestarlas a través de la propaganda y la diplomacia; y que pese a su preocupación por el prestigio, en ciertas crisis los Estados consideran de tal valor lograr o defender sus objetivos que violan o rompen normas a las que solían ceñirse, o bien se adelantan por otros caminos menos costosos en imagen”. VIVES, Tomás Mestre. *Op. cit.*, p. 305-306.

²⁸² DEUTSCH, Karl Wolfgang. **Análise das relações internacionais**. Tradução de Maria Rosinda Ramos da Silva. 2. ed. Brasília: UnB, 1982. p. 190.

os homens políticos será a onipotência da argumentação política para a informação das multidões, mas também, sobretudo, para sua manipulação”.²⁸³ Nesse sentido, sustentam que “[...] todos os autores estão de acordo nesse ponto, e suas opiniões divergem apenas quanto à importância a ser conferida a esse fator, muito influente para alguns, totalmente determinante para outros.”²⁸⁴

É, portanto, diante desse contexto que o estudo da mídia enquanto ator das Relações Internacionais ganha mais relevância. A análise quanto às relações entre os meios de comunicação de massa, opinião pública, política internacional e todos os demais atores do cenário internacional será capaz de revelar o poder que a mídia exerce em todos os aspectos do cotidiano, conforme se apresenta o trabalho a partir do próximo tópico.²⁸⁵

1.8 A mídia internacional: como desvendar o seu poder?

A inclusão da mídia no rol de atores das Relações Internacionais é algo extremamente raro dentre os autores clássicos ligados à área. Apesar de se encontrar discussões sobre o papel da propaganda política por certos meios de comunicação no intuito

²⁸³ BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Loyola, 2002. p. 211.

²⁸⁴ Philippe Breton e Serge Proulx ao explicarem as complexas interações entre a política e a comunicação, referem que existem diferentes modalidades de argumentação política utilizada para suscitar a adesão dos demais as ideias propostas por quem as suscita. Com isso, os autores apresentam quatro níveis de ação sendo eles: *argumentação cooperativa* baseada no ideal de objetividade na transmissão da informação ou pelo menos honestidade e fidelidade; *argumentação orientada*, que segundo os autores é a que mais se aproxima das práticas adotadas pela comunicação política tendo em vista que amplificam certos aspectos e minimizam outros, conforme o interesse do emissor; *argumentação manipulada*, onde a informação é intencionalmente deformada para se atingir um objetivo sendo que tal objetivo é o de “aprisionar a vontade do receptor e fazê-lo aderir por força ou por sugestão; *argumentação desviada*; é aquela “conscientemente mentirosa e enganadora, onde a informação foi totalmente disfarçada e forçosamente falsificada, ocorrendo uma ludibriação do receptor induzindo-o a adotar comportamentos que lhes são desfavoráveis mas cujos efeitos negativos lhes são ocultados. Os autores referem que a fronteira “entre essas quatro categorias são muito sutil” e destacam que “o mundo político procura, assim, sua via entre um ideal de argumentação cooperativa inatingível no plano prático, mas justo no plano ético, e a renúncia à eficácia bastante real, mas inaceitável, das técnicas de propaganda e de manipulação da opinião” *Ibidem*, p. 212-213; 216.

²⁸⁵ “A mediatização dos acontecimentos internacionais e, hoje, das negociações internacionais, a consciência dos impactos da mundialização da economia e das finanças sobre a vida cotidiana dos cidadãos, o desenvolvimento da comunicação interativa graças à Internet, a organização em rede das associações são poderosos vetores de informação e de mobilização que diversificam a comunicação e trazem a contradição para as políticas de informação ou de propaganda dos governos e dos grandes agentes econômicos. Os negociadores, a partir de agora, devem se justificar diante de uma opinião pública mundial que entendeu que os acordos internacionais poderiam ter um impacto direto sobre as condições de vida de todos e que, num mundo globalizado, não se podia tratar as questões isolando-as umas das outras. Ou os negociadores deverão ceder a esta nova força ou, se eles tomarem uma direção contrária, eles deverão se referir a interesses superiores da nação: uma situação em geral desconfortável.” D’ORFEUIL, Henri Rouillé; DURÃO, Jorge Eduardo. *op. cit.* p. 03.

de manipular a opinião pública, conforme visto anteriormente, ainda não há uma teorização a respeito do seu exato *status* dentro do quadro de atores. De qualquer forma, é inegável que comunicação nos dias de hoje toma importância fundamental para os cidadãos, tanto que Mauro Wolf, ao analisar o tema, observa que naqueles assuntos em que a experiência direta das pessoas é menor, haverá uma maior dependência da mídia na constituição de uma posição e de uma experiência acerca da temática e dos quadros interpretativo necessários para a sua compreensão.²⁸⁶

Por tais razões, investigar o papel e o poder da mídia, mais precisamente dos meios de comunicação de massa, passará a ser o foco principal do presente estudo a partir deste ponto. Cumpre destacar que estudá-la sob a ótica das Relações Internacionais não é tão simples, pois existem diversos campos teóricos envolvidos e muitas definições que precisam ser bem compreendidas. O uso da expressão mídia, por exemplo, “pode significar uma ampla gama de fenômenos, acontecimentos e transformações que envolvem a política, o jornalismo, a publicidade, o *marketing*, o entretenimento, nos diferentes meios”.²⁸⁷ Isso torna ainda mais difícil a sua análise a partir de um corte de simples conteúdo (exemplo: mídia e política).

Dada esta complexidade, é necessário incorporar outras variáveis, ou seja, a mídia: no jornalismo, no *marketing*, na publicidade, na televisão, na *Internet*, sob a ótica da recepção etc. Por tal razão, são utilizadas como variáveis associadas à pesquisa da mídia, a sua relação com as novas tecnologias da informação, em especial, a *Internet* e o jornalismo *on-line*, enquanto arena de constituição e negociação das políticas internacionais²⁸⁸ envolvendo o aquecimento global, tendo como *locus* dessa interação o ciberespaço.²⁸⁹

Assim, conforme já referido, o uso da palavra mídia encontra-se normalmente associada ao sentido de imprensa, jornalismo e meios de comunicação. Trata-se de uma palavra que é ser utilizada de forma mais recorrente nos estudos que relacionam comunicação e política e, portanto, passou a ser empregada nas análises que buscavam explicar o poder institucional e de representação dos meios de comunicação no mundo político

²⁸⁶ Cf. WOLF, Mauro. *Teorie delle comunicazioni di massa*. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006.

²⁸⁷ GUAZINA, Liziane. O conceito de mídia na Comunicação e na Ciência Política: desafios interdisciplinares. *Revista Debates*, Porto Alegre, v. 1., n. 1, jul-dez, 2007, p. 55.

²⁸⁸ Cumpre frisar que em discussões políticas internacionais, são os sujeitos de direito internacional quem assumem os compromissos jurídicos, pois são os entes que possuem capacidae para tal. Contudo, isso não retira a capacidade de atuação dos atores das relações internacionais em influenciar o processo de discussão e tomada de decisões, tal como será observado no terceiro capítulo.

²⁸⁹ “O ciberespaço é justamente uma alternativa para as mídias de massa clássicas. [...] encoraja uma troca recíproca e comunitária enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros”. LÉVY, Pierre. *O que é virtual?* São Paulo: Editora 34, 1996. p. 203.

contemporâneo.²⁹⁰

A utilização da palavra mídia, dentro de um conceito amplo, mais atrelado ao conjunto de meios de comunicação de massa, encontra sua origem nas pesquisas norte-americanas sobre *mass media*. Essas pesquisas foram realizadas nos períodos pré e pós-guerra e envolviam estudos sobre eleições, propaganda e opinião pública que, posteriormente, deram origem a *Communication Resarch* conforme será analisado à frente.

No presente estudo propõe-se uma revisão no tradicional conceito de mídia de modo a não contemplar pura e simplesmente um conjunto de meios de comunicação de massa.

O conceito de mídia, mais adequado aos tempos presentes, precisa se despir de sentidos que estão mais atrelados ao passado que a via como mero instrumento, canal ou meio de comunicação, os quais são insuficientes para se compreender todas as complexidades que a mídia propicia enquanto indústria da informação e instituição no mundo político contemporâneo.

É preciso compreender, desde já, que “a mídia não é apenas portadora da informação, seu papel central na sociedade como formadora de opinião pública a tornou também central na construção da imagem que as pessoas fazem da política.”²⁹¹ Uma conceituação mais atualizada com as novas tecnologias da informação deve incluir a mídia não somente como uma ferramenta técnica, tal como a *Internet* ou como os demais veículos clássicos como a televisão e as mídias impressas. O papel da mídia na sociedade da informação²⁹² não deve se limitar apenas à transmissão de conteúdos informativos, mas também se constitui num espaço de mediação daquelas questões que importam à sociedade.

Por outro lado, deve-se admitir que em muitos pontos a mídia ainda continua sendo um forte instrumento, até mesmo para o exercício do poder dos demais atores. Porém,

²⁹⁰ Cf. GUAZINA, Liziane. O conceito de mídia na Comunicação e na Ciência Política: desafios interdisciplinares. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 1., n. 1, p. 49-64, jul-dez, 2007.

²⁹¹ BARTH, Fernanda. Mídia, política e pesquisas de opinião pública. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.1, n. 1, jul.-dez., 2007. p. 26.

²⁹² A UNESCO adota em suas políticas institucionais o termo "sociedade do conhecimento" por entender que o conceito de sociedade da informação, tal como vem sendo utilizado, além de desatualização encontra-se equivocado. Em 3 de novembro de 2005 a Unesco fez um comunicado à imprensa, onde informou que não se pode confundir a sociedade da informação com sociedade do conhecimento. O motivo apresentado é de que a sociedade da informação está mais atrelada à ideia de inovação tecnológica, que por vezes apenas criam não mais do que uma "massa de dados" para aqueles que sequer possuem habilidades para tirar proveito. Por outro lado, a ideia de sociedade do conhecimento engloba outras dimensões, tais como social, cultural, econômica, política e institucional. Cf. UNESCO. **Knowledge versus information societies**: UNESCO report takes stock of the difference. <http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=30586&URL_DO=DO_TOPIC& URL_SECTION=201.html> Acesso em: 20 jan.2010

reduzir a sua atuação a simples instrumento, ignora a sua capacidade de atuação autônoma.

Por tais razões, deve-se entender a mídia não somente como um conjunto de diversos meios de comunicação, mas também como um processo, um ator e uma arena de mediação e discussão do espaço público.

Apesar de eventuais críticas ao conceito ora adotado, entende-se que é a melhor forma de se referir à mídia de uma maneira adequada à proposta do presente estudo, vindo ao encontro dos contornos conceituais de ator das relações internacionais, devidamente analisados no tópico 1.1.

Além de estabelecer essa conceituação, torna-se necessário refletir sobre o papel da mídia dentro desse processo de mediação e formação da imagem coletiva sobre certos fatos e acontecimentos que são transmitidos a uma grande massa de receptores dessa informação, em especial, por meio da utilização do ciberespaço.

Para tanto, quando se analisam os estudos existentes na área da comunicação, nota-se que diversos autores ressaltam que a relação entre os meios de comunicação e a forma como a mensagem é recebida precisa ser vista com cautela. Isso porque para certas teorias da comunicação, que serão analisadas no próximo capítulo, “o usuário não é um receptáculo passivo”, afinal, “ele interpreta a mensagem segundo sua experiência, seu meio, suas necessidades e seus desejos”.²⁹³ Portanto, não pode ser considerado como “uma vítima da mídia, mas um usuário”.²⁹⁴

Deve-se acrescentar, ainda, que a partir das novas tecnologias, como a *Internet*, muitos destinatários dessas informações também passam a se incluir como comunicadores²⁹⁵ no que Manuel Castells recentemente denominou de *mass self-communication* ou intercomunicação individual.²⁹⁶

²⁹³ BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru: EDUSC, 1999. p. 52

²⁹⁴ *Ibidem*.

²⁹⁵ Aqui cabe frisar que a internet possibilita uma interatividade não presente nos demais meios de comunicação e, portanto, é considerada como um espaço em que todos podem expressar suas opiniões, contudo, isso, por si só, não é garantia de que essas opiniões serão recebidas por outras pessoas.

²⁹⁶ “Tecnicamente, essa *Mass Self Communication* está presente na internet e também no desenvolvimento dos telefones celulares. [...] A *Mass Self Communication* constitui certamente uma nova forma de comunicação em massa – porém, produzida, recebida e experienciada individualmente. Ela foi recuperada pelos movimentos sociais de todo o mundo, mas eles não são os únicos a utilizar essa nova ferramenta de mobilização e organização. A mídia tradicional tenta acompanhar esse movimento e, fazendo uso de seu poder comercial e midiático passou a se envolver com o maior número possível de blogs. Falta pouco para que, através da *Mass Self Communication*, os movimentos sociais e os indivíduos em rebelião crítica comecem a agir sobre a grande mídia, a controlar as informações, a desmentir-las e até mesmo a produzi-las. [...] O desenvolvimento das redes de *Mass Self Communication* oferecem à sociedade maior capacidade de controle e intervenção, além de maior

Dessa forma, apesar de Claude-Jean Bertrand sustentar que a principal influência da mídia, faz-se por omissão, ou seja, “o que ela não diz tem mais influência do que o que ela diz”,²⁹⁷ com os novos recursos de busca de informação, ao menos para uma parcela da população mundial com acesso à *Internet*, essa omissão pode ser questionada e conduzir a uma comunicação por meios alternativos dentro da própria rede algo que diversos autores chamam de mídia alternativa ou mídia ativista.²⁹⁸

Um exemplo, dentre tantos, dessa omissão dos tradicionais meios de comunicação de massa e que se encontra divulgada perante essa mídia alternativa, pode ser vista na cobertura da ajuda humanitária às vítimas do terremoto, ocorrido no dia 12 de janeiro de 2010 no Haiti.²⁹⁹

Segundo o *site* Correio da Cidadania³⁰⁰, as redes de televisão, principalmente as norte-americanas, omitiram a ajuda prestada por Cuba e centraram a atenção apenas nos esforços dos Estados Unidos. Somente duas agências de notícias (*Fox News* e *Christian Science Monitor*) informaram sobre a ajuda prestada por Cuba e, ainda assim, no caso da rede de TV *Fox News*, a mesma apresentou informações equivocadas ao afirmar que “os cubanos

organização política àqueles que não fazem parte do sistema tradicional.” CASTELLS, Manuel. A era da intercomunicação. **Le Monde Diplomatique Brasil**. Disponível em: <<http://diplo.uol.com.br/2006-08,a1379>> Acesso em: 21 jan.2010. Um raciocínio semelhante é desenvolvido por Pierre Lévy quando emprega a palavra “automediação” para se referir ao fenômeno em que todos os indivíduos “se tornarão o seu próprio meio de comunicação”. LÉVY, Pierre. **Ciberdemocracia**. Tradução de Alexandre Emílio. Lisboa: Piaget, 2002. p. 53.

²⁹⁷ BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru: EDUSC, 1999. p. 52

²⁹⁸ Cf. MORAES, Dênis de. **O ativismo digital**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>> Acesso em: 2 jan.2010.

²⁹⁹ É importante frisar, todavia, que essa omissão não ocorreu de forma generalizada. Outras redes de TV com destaque no cenário internacional, conforme será visto no próximo capítulo, acabaram noticiando essa omissão pela mídia norte-americana. Um exemplo de divulgação da ajuda dada por Cuba e, principalmente, de denúncia quanto a omissão em informar corretamente, foi dada pela rede de TV árabe Al-Jazeera. Na versão online em inglês da rede Al-Jazeera é possível identificar essa crítica à omissão das redes norte-americanas, sendo que vai mais além e destaca que a omissão é quanto a intensidade da ajuda dada por todos os demais países latino-americanos, tendo em vista que a contribuição dada pelo Brasil e pela Venezuela foram menosprezados. Cf. Cuba's aid ignored by the media? Disponível em: <<http://english.aljazeera.net/focus/2010/01/201013195514870782.html>> Acesso em: 3 fev.2010.

³⁰⁰ “O Correio da Cidadania é editado por uma sociedade sem fins lucrativos, a Sociedade para o Progresso da Comunicação Democrática, fundada em 1996, com o objetivo de colaborar com a construção da mídia democrática e independente. Há 11 anos, o Correio da Cidadania oferece visão crítica de acontecimentos políticos, econômicos e sociais, fazendo contraponto à uniformidade editorial da grande imprensa. Ao contrário das empresas jornalísticas, o Correio da Cidadania não vive do dinheiro dos anunciantes e seus interesses econômicos. A versão eletrônica do Correio, como se vê, é gratuita. E não se pretende cobrar por este acesso. Pelo contrário, entendemos que ele é fundamental para que cada vez mais um número maior de pessoas tenha acesso ao conteúdo do Correio da Cidadania.” CORREIO da Cidadania. Disponível em: <<http://www.correiodacidade.com.br/content/view/12/26/>> Acesso em: 5 fev.2010.

estavam ausentes da lista de países caribenhos vizinhos que prestaram ajuda”.³⁰¹

Conforme relata David Lindorff,³⁰² a mídia norte-americana e, conseqüentemente, todos os demais veículos de comunicação do mundo que se utilizam desses meios como fonte, “omitiram a informação de que Cuba já contava com quase 400 médicos, paramédicos, além de pessoal da área sanitária enviado ao Haiti”.³⁰³ Além disso, omitiram que “esses profissionais foram os primeiros a responder ao desastre, levantando um hospital justamente ao lado do principal hospital de Porto Príncipe, derrubado no terremoto, assim como o hospital de campanha em outra parte bastante abalada da cidade”.³⁰⁴

Esse tipo de situação demonstra que os meios de comunicação têm “[...] um efeito considerável, fornecendo informação, escolhendo que acontecimentos e que pessoas são importantes”.³⁰⁵ O problema, contudo, é quando essa informação nem sempre é repassada de uma forma verdadeira ou imparcial.

De qualquer forma, apesar de situações pontuais como essa que abalam a credibilidade da prática midiática, a mídia ainda possui um poder muito grande e é considerada com uma fonte de influência. Conforme destaca Bertrand, apesar de a mídia não ter o poder de “ditar às pessoas *o que pensar*”, pode decidir “*no que elas vão pensar*”.³⁰⁶ Nelson Traquina³⁰⁷ aplica esse raciocínio ao jornalismo, referindo que “[...] o jornalismo e os jornalistas podem influenciar não só *sobre o que se pensar* mas também *como pensar*”.³⁰⁸ O autor explica essa informação referindo que “estudos realizados nas últimas três décadas do século XX apontam que a influência varia sobre as pessoas e sobre os assuntos”.³⁰⁹ Com isso, sustenta o autor, que “a influência é maior sobre as pessoas que estão mais expostas ao jornalismo e procuram informação”, da mesma forma, que “a influência é maior sobre os assuntos sobre os quais as pessoas não têm experiência direta que podem mobilizar”.³¹⁰

³⁰¹ LINDORFF, David. O apagão informativo sobre a ajuda cubana no Haiti. **Correio da Cidadania**. Disponível em: <<http://www.correiodacidade.com.br/content/view/4293/9/>> Acesso em: 5 fev.2010.

³⁰² David Lindorff é jornalista, ex-filiado do Partido Democrata e mora na Filadélfia.

³⁰³ *Ibidem*.

³⁰⁴ *Ibidem*.

³⁰⁵ BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru: EDUSC, 1999. p. 53.

³⁰⁶ *Ibidem*.

³⁰⁷ Nelson Traquina é mestre em Política Internacional, formado em Jornalismo pelo *Institut Français de Presse*, Doutor em Sociologia e professor catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Nova Lisboa, em Portugal.

³⁰⁸ TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004. p. 203-204.

³⁰⁹ *Ibidem*.

³¹⁰ *Ibidem*.

Em face disso, é possível perceber que os meios de comunicação participam de quase todas as atividades diárias, sendo característica da sociedade atual, também denominada tecnocêntrica. Marcondes Filho caracteriza essa nova sociedade, demonstrando que vem substituir a sociedade antropocêntrica da Era Moderna. “A marca desta era é que as coisas não valem pelo que elas são, elas só valem se forem comunicadas, divulgadas pelo sistema de comunicação, se mediadas por esse processo”.³¹¹

É dentro desse contexto que o surgimento e evolução da televisão foram determinantes para a adoção do caráter massivo da informação. É claro que os outros meios de comunicação permaneceram com um espaço de atuação próprio, mas tudo passou a ser determinado segundo a estética da TV e, mais recentemente, pela estética do virtual e interativo propiciado pela *Internet*. Há cada vez mais, um rompimento com a estética verificada a partir da criação dos tipos móveis no jornal impresso, para então se transformar em algo curto, simplificado e fácil. Manuel Castells afirma que tal sucesso da televisão e a expansão de sua estética para os outros meios devem-se à facilidade de sua comunicação, já que ela “é um meio fundamentalmente novo caracterizado pela sedução, estimulação sensorial da realidade e fácil comunicabilidade, na linha do modelo do menor esforço psicológico”.³¹²

Como consequência desse tipo de espetacularização dos fatos, é evidente que os meios de comunicação conseguem influenciar os rumos políticos de um país. Nelson Traquina chega a referir que o “jornalismo e os jornalistas têm poder, consoante a sua posição na hierarquia profissional” e, principalmente, “[...] devido ao acesso habitual às fontes oficiais, sustenta o poder instituído e o ‘*status quo*’”.³¹³ Assim, “os fatos, transformados em notícia, são descritos como eventos autônomos, completos em si mesmos. Os telespectadores, embalados pelo ‘estado hipnótico’ diante da tela de televisão, acreditam que aquilo que vêem é o mundo em estado “natural”, e “o” próprio mundo”.³¹⁴

Leandro Marshall, no mesmo sentido dos demais autores citados anteriormente, também refere que “a mídia contemporânea tem o poder de determinar o que é e o que não é realidade no mundo de hoje”.³¹⁵ O faz, na verdade, baseado em um clássico francês da década de 1960, *A sociedade do espetáculo*, de Guy Debord. Buscando perturbar a sociedade

³¹¹ MARCONDES FILHO, Ciro. **Sociedade tecnológica**. São Paulo: Scipione, 1994. p. 94

³¹² CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 358.

³¹³ TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004. p. 206

³¹⁴ ARBEX JUNIOR, José. **Showrjornalismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001. p. 103

³¹⁵ MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003. p. 50-51.

francesa, o autor expôs, por meio de uma linguagem direta e provocativa, a sua impressão a respeito da relação entre mídia capitalista e sociedade. Demonstra uma extrema dependência desta, inclusive no que tange à vivência, ao afirmar que “tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”.³¹⁶ A predominância do espetáculo na mídia leva a que haja uma separação entre os indivíduos que antes viviam em comunidade, criando e destruindo em curtíssimo prazo fatos e personalidades. Nesse sentido, o que não aparece na mídia é descartado, e o que é objeto de atenção ganha a possibilidade de ser reconhecido. “Aquilo de que o espetáculo deixa de falar durante três dias é como se não existisse. Ele fala então de outra coisa, e é isso que, a partir daí, afinal, existe. As conseqüências práticas, como se percebe, são imensas”.³¹⁷

Essa percepção conduz ao estudo da mídia como agendamento³¹⁸ de temas relevantes, e tem uma relação estreita com a forma como se pretende analisar esse ator no presente estudo. Ou seja, no que tange à mídia internacional, sua pauta também está vinculada aos espetáculos, e lograr um importante espaço na mesma significa ser erigido à existência; no mesmo passo em que deixar de aparecer pode ser o mesmo que deixar de existir. Felizmente, a *Internet* propicia uma espécie de memória coletiva ao manter a disposição de um grande público as informações, que já foram notícia e agora fazem parte do passado (ainda que não tão distante).

No que tange às notícias sobre as mudanças climáticas isso também fica evidente. Quando ocorrem situações catastróficas, que podem ser associadas como efeitos do aquecimento global, há uma emergência no número de informações sobre esse problema como se ele tivesse voltado a existir. Tão logo surgem outros focos de atenção, o problema cede espaço à outra informação-notícia que atrai uma maior atenção do público-consumidor.³¹⁹

³¹⁶ DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Comentários à sociedade do espetáculo. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 13

³¹⁷ *Ibidem*, p. 182.

³¹⁸ Conferir nas próximas seções informações mais aprofundadas sobre a teoria do *agenda setting*.

³¹⁹ Como lembra Eiiti Sato, “diferentemente do que ocorria até época recente, onde um ou outro assunto se destacava substantivamente dos demais, na atualidade, as atenções têm se voltado para as várias questões com interesse quase equivalente: focos de tensão e conflito, terrorismo, comércio e finanças, meio-ambiente, ilícitos e crime organizado, etc. Esses assuntos têm se alternado na agenda de preocupações dos estadistas e da imprensa. Numa analogia com os jornais diários, pode-se dizer que em cada semana ou, no mínimo, em cada mês, um assunto diferente tem freqüentado as manchetes das primeiras páginas. Esse fato se reflete na considerável literatura existente que analisa detidamente as principais questões envolvidas em cada tópico da agenda internacional atual.” SATO, Eiiti. **Ordem Internacional Hoje: Globalização, Papel do Estado e bens Públicos Internacionais**. Disponível em: <http://www.cedep.ifch.ufrgs.br/Textos_Elet/pdf/A%20ORDEM%20INTERNACIONAL%20HOJE%20MAR%20C7O%202001%20%281%29.pdf> Acesso em: 9 ago.2009.

Essa relação da notícia como mercadoria,³²⁰ também se torna decisiva para se compreender o papel e o poder da mídia no cenário internacional. Conforme será analisado à frente, o campo da comunicação é um dos que sofreu profundas transformações com o advento da globalização e isso, certamente, influencia a forma como as informações são trazidas ao público pelos meios de comunicação tradicionais (leia-se: jornais impressos e televisão).³²¹

Outro aspecto interessante e que vem ao encontro desse raciocínio é desenvolvido por Milton Santos quanto à centralização da informação em um número limitado de empresas. Para ele, isso conduz a uma homogeneização da notícia. Portanto, o que “no mundo se lê, tanto em jornais como em livros, é produzido a partir de meia dúzia de empresas que, na realidade, não transmitem novidades, mas as reescrevem de maneira específica”.³²² Conclui o autor, que mesmo que se tenham excelentes condições técnicas para difundir globalmente a informação, no fim a humanidade acaba por não conhecer a realidade por causa da “intermediação deformante” que os meios de comunicação globalizados produzem.³²³

Por outro lado, um aspecto interessante desse fenômeno e que também deve ser

³²⁰ “Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estáticos, emocionais e sensacionais para isso a informação sobre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político. Ela pertence, portanto, ao jogo de forças da sociedade e só é compreensível por meio de sua lógica”. MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1986. p. 13.

³²¹ Para tornar viável essa discussão, será importante levar em consideração alguns elementos elencados neste projeto como variáveis. Dentre essas variáveis está a influência do capital externo na produção das notícias. Edward Herman e Noam Chomsky analisam esse aspecto referindo, que “devido a seus serviços, ao contato contínuo e à dependência mútua, os poderosos podem utilizar relacionamentos pessoais, ameaças e recompensas para influenciar e coagir ainda mais a mídia. A mídia pode se sentir obrigada a divulgar matérias extremamente dúbias e a realizar uma censura apenas velada para não ofender suas fontes e causar distúrbios em um relacionamento íntimo. É muito difícil tachar de mentirosas as autoridades de quem se depende para notícias diárias, mesmo que elas estejam contando inverdades exageradas. Fontes críticas podem ser evitadas não apenas devido à sua menor disponibilidade e ao maior custo de estabelecimento de sua credibilidade, mas também porque as fontes primárias podem se ofender e até mesmo ameaçar as mídias que as utilizam” HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia**. Tradução de Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Futura, 2003. p. 81.

³²² SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.p. 66

³²³ “Desde 1990, uma onda de grandes negócios e a rápida globalização deixaram os setores da mídia ainda mais centralizados em nove conglomerados transnacionais – Disney, AOL-Time Warner, Viacom (proprietária da CBS), News Corporation, Bertelsmann, General Electric (proprietária da NBC), Sony, AT&T-Liberty Media e Vivendi Universal. Esses gigantes são proprietários de todos os grandes estúdios cinematográficos, redes de televisão e empresas fonográficas do mundo, bem como uma considerável parcela dos mais importantes canais e sistemas a cabo, revistas, estações de televisão e grandes mercados e editoras de livros. O maior deles, a recente fusão AOL-Time Warner, integrou o principal provedor de Internet ao tradicional sistema de mídia. Outras 15 empresas completam o sistema, o que significa que duas dezenas de empresas praticamente controlam toda a mídia a que a maioria dos cidadãos norte-americanos tem acesso.” HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia**. Tradução de Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Futura, 2003.p. 14.

analisado oportunamente no capítulo 4, diz respeito ao excesso de informações colocadas à disposição da sociedade, em face dos avanços nos meios de comunicação. Joseph Nye é um dos autores que analisa o efeito da propagação da informação a baixo custo sobre o exercício do poder, referindo que é necessário refletir sobre o que ele chama de “paradoxo da abundância”.³²⁴ Para ele, “uma abundância de informação conduz a uma escassez de atenção”.³²⁵ A atenção torna-se um recurso escasso, e aqueles que são capazes de fazer a “distinção entre os sinais importantes e o barulho de fundo ganham poder. A procura por editores, filtradores e consultores aumenta, e isso é uma fonte de poder”.³²⁶

Essa abundância de informações, por vezes contraditórias, “corre o risco de reduzir sua eficácia comunicacional”, isso porque, “as mensagens chegam a anular-se umas às outras, sua banalidade cotidiana neutraliza seu potencial subversivo”.³²⁷ Ao enfrentar esse fenômeno, Ciro Marcondes Filho observa que a “desinformação ou a ausência total de informação por força do excesso ocorre de várias maneiras”.³²⁸ Dessa forma, o autor explica que, “em primeiro lugar, pelo volume, no sentido que os gregos davam à palavra *phármakon*, que é tanto o de preparar remédios como o de produzir venenos ou encantos. Em doses pequenas, salva; em doses grandes, mata”.³²⁹ Portanto, o autor conclui que “O bombardeio informativo narcotiza o receptor, para torná-lo indiferente à própria notícia”.³³⁰

De qualquer forma, alguns especialistas em estudos sobre mídia apontam que os conteúdos difundidos pelos meios de comunicação “não parecem, todavia unitários”, pelo contrário, são “heterogêneos e ambíguos”.³³¹ Nesses conteúdos é possível encontrar

³²⁴ NYE JR, Joseph S. **Compreender os conflitos internacionais**: uma introdução à Teoria e à História. Tradução de Tiago Araújo. Lisboa, Portugal: Gradiva, 2002. p. 253.

³²⁵ *Ibidem*.

³²⁶ *Ibidem*.

³²⁷ BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Loyola, 2002. p. 189.

³²⁸ MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002. p.113.

³²⁹ *Ibidem*.

³³⁰ *Ibidem*.

³³¹ Philippe Breton e Serge Proulx realizam uma síntese dos diversos tipos de pesquisas em comunicação e as sintetizam em três eixos principais: “Primeiro, as reflexões críticas e trabalhos concernentes à midiática do espaço público e às novas condições que esse fenômeno supõe para a manutenção ou a realização da democracia. Em seguida, os trabalhos organizados em torno do modelo da ‘função de agenda’ (*agenda-setting research*) da mídia, cuja primeira formulação dirigida para a mídia data de 1972 e que procurava, no início compreender as interações entre, de um lado, a ordem de importância conferida aos desafios sociais pela cobertura midiática e, de outro, a importância atribuída a esses mesmos desafios pelo público. Finalmente, as pesquisas mais recentes, que adotam uma perspectiva orientada seja para o “enquadramento” da informação, seja para a ‘recepção pública dos acontecimentos’; essas pesquisas tentam compreender os mecanismos pelos quais certos problemas ou acontecimentos sociais são levados à atenção pública, como eles se constroem socialmente no próprio processo de sua midiática” BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Loyola, 2002. p. 195-196.

“mensagens com orientações ideológicas diversas e contraditórias, marca, segundo certos difusores, de sua ‘objetividade’”.³³² É possível afirmar, portanto, que as discussões acerca da mídia têm como característica a oposição ferrenha de ideias. Enquanto vários autores discutem a uniformização das mensagens, em decorrência seja da formação dos oligopólios das empresas de mídia, seja em função de características próprias do jornalismo, que acabam buscando expor consensos e não dissensos, outros defendem que há, sim, a pluralidade de enfoques.

Discutir essas diferentes perspectivas auxiliará, por certo, na investigação acerca da autonomia ou não da mídia, para que possa ser reconhecida como ator das Relações Internacionais. Em especial, será preciso discutir acerca das novas mídias, novas tecnologias, novos problemas, novas relações políticas internacionais, novas relações de poder, etc. (conferir o capítulo 3). Mas, primeiramente, será necessário compreender como se deu a evolução nos estudos da comunicação a partir da identificação de suas teorias até se chegar à sua relação com a política e Relações Internacionais, o que será feito no próximo capítulo.

³³² Os autores referem, ainda, que “é a lógica do lucro fundada em uma valorização da ‘espetacularização’ da informação que levará os difusores a difundir o discurso espetacular dos oponentes: por exemplo, a eficácia do terrorismo contemporâneo seria amplamente fundada nessa lógica de amplificação midiática. “BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Loyola, 2002. p. 188.

2 AS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO E A RELAÇÃO DA MÍDIA COM O MUNDO POLÍTICO CONTEMPORÂNEO

A Primeira Guerra Mundial é considerada o evento histórico no qual pela primeira vez foi utilizada, de modo maciço e sistemático, a propaganda como um instrumento de guerra. O êxito desse conflito dependia não somente da capacidade da força em campo de batalha, mas do aparato produtivo.³³³ O esforço bélico necessitava, portanto, de intensa cooperação da população civil. Para se obter o apoio das pessoas não seria bastante a criação de uma legislação nesse sentido, pois elas deveriam estar ao menos, em certa medida, convencidas e persuadidas da utilidade coletiva e do valor social do seu empenho. Tal estratégia, que também foi utilizada antes e durante a Segunda Guerra Mundial, pode ser visualizada em certas imagens que demonstram claramente esse “convite” de cooperação para a população civil, como a seguir ilustrado.

Figura 1 – Cartaz por James Montgomery Flagg (Eu quero você para o exército - 1917)



Fonte: FLAGG, James Montgomery. I want you for U.S. Army: nearest recruiting station. Garden City, N.Y. UNT Digital Library. Disponível em: <http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc451/> Acesso em: 22 jan.2010.

Figura 2 – Cartaz (Toda Alemanha ouve o Führer... com o Volksempfänger - 1936)



Fonte: GANZ Deutschland hört den Führer mit dem Volksempfänger" Disponível em <http://www.wdr.de/themen/kultur/rundfunk/oeffentl_rechtl_rundfunk/drittes_r_eich/_img/volksempfaenger_420x300.jpg> Acesso em: 22 jan.2010.

³³³ Cf. CHELI, Enrico. **La realtà mediata: l'influenza dei mass media tra persuasione e costruzione sociale della realtà**. 6. ed. Milano: Franco Angeli, 2009. p. 33.

Figura 3 – Cartaz norte-americano (Não deixe a sombra tocá-los: compre bônus de guerra – 1942)



Fonte: SMITH, Lawrence Beall. Don't let that shadow touch them: buy war bonds. [Washington, D.C.]. **UNT Digital Library**. Disponível em: <<http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc205>> Acesso em: 22 jan.2010.

Esse era um dos objetivos da propaganda, que foi se expandindo para atingir aos soldados, visando a estimular o ódio nos confrontos com os inimigos, para reforçar os valores da necessidade da guerra. A propaganda também era voltada para os inimigos com fins intimidatórios, algo que atualmente se conhece como “guerra psicológica”.³³⁴

Foi nesse contexto que nasceram os primeiros estudos sobre comunicação, e por isso estão mais atrelados à identificação dos efeitos da propaganda, do que da comunicação nos termos em que atualmente se conhece. O que influenciou mais fortemente esses estudos

³³⁴ “No decorrer do segundo conflito mundial, o termo “propaganda” foi sendo progressivamente substituído pelo termo “guerra psicológica”. [...] “a expressão “guerra psicológica” se explica pelo peso que passaram a ter, em parte, os especialistas de psicologia na Alemanha, Estados Unidos e nos outros países ocidentais. Os psicólogos procuravam um lugar ao sol; isto é, estavam ávidos por demonstrar que suas ferramentas podiam ser utilizadas para a defesa nacional em tempo de paz. [...] A guerra fria acabou precipitando as interrogações sobre o conceito de guerra psicológica. [...] Nos meios acadêmicos foi desenvolvida uma grande atividade para encontrar um substituto para o conceito ou, em sua falta, desenhar contornos de um novo conteúdo. E elaborou-se um inventário das expressões consagradas na prática para designar essa realidade polimorfa: *guerra das idéias, luta pela conquista das mentes e vontades, guerra do pensamento, guerra ideológica, guerra de nervos, guerra política, informação internacional, informação além-mar, campanha da verdade, propaganda internacional, guerra da propaganda, guerra de palavras, agressão indireta, agitação, comunicação internacional*. O termo guerra psicológica conservou, sem dúvida, todos os seus direitos na comunidade acadêmica, de forma particular junto dos pesquisadores oriundos da psicologia experimental, tais como Carl I. Hovland e sua equipe de Yale. No entanto, paralelamente, conseguiram abrir caminho conceitos como ‘comunicação política’ e ‘comunicação internacional’.” MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias**. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p. 96-102. Grifos no original.

sobre a matéria deve-se a uma perspectiva teórica do momento, que atribuía um alto grau de eficácia às ações de propaganda.

Ao final da Primeira Guerra Mundial, esses estudiosos da comunicação continuaram a demonstrar interesse sobre a propaganda e a opinião pública. Enrico Cheli lembra que quando se fala em “primeiros estudiosos da comunicação”, não se está falando necessariamente em pessoas envolvidas anteriormente com estudos específicos nessa área.³³⁵ Os primeiros interessados em tal âmbito foram os cientistas políticos e, dessa forma, existia um ecletismo quanto à formação cultural de tais pesquisadores.

Para melhor compreender esse contexto inicial dos estudos sobre a comunicação, busca-se, com essa seção, apresentar um traçado histórico sobre as teorias da comunicação, partindo da teoria hipodérmica, do início do século 20, até as teorias das notícias como construção social, do final do mesmo século. Cumpre esclarecer que essa divisão em duas fases, proposta por Mauro Wolf, é meramente didática. Isso porque as teorias não se sucederam temporalmente de uma forma linear. Na medida em que novas teorias surgiam, as antigas ainda mantinham o seu campo de estudo e de aplicações que, em alguns casos, podem ser identificadas até o presente momento. Também é importante ressaltar que, ao se analisar a história da construção das teorias da comunicação, identifica-se uma origem plural, tendo sido pautada, desde o seu início, por dois posicionamentos distintos. De um lado, os estudos desenvolvidos nos Estados Unidos, de cunho funcionalista e, de outro, a pesquisa desenvolvida na Europa (em especial na Alemanha), pelos teóricos da Escola de Frankfurt, de cunho crítico com relação aos fenômenos da comunicação de massa.

2.1 A primeira fase nas pesquisas sobre comunicação de massa

A primeira fase dos estudos sobre a comunicação foi dedicada ao papel e aos efeitos do rádio, tendo em vista que esse foi o primeiro veículo de mídia que alcançou significativas proporções e popularidade, que conferiram condições de ser considerado como um verdadeiro meio de comunicação de massa. O alcance do rádio, dessa forma, fez como que fosse utilizado amplamente pelos regimes totalitários que emergiram no período entreguerras.

³³⁵ CHELI, Enrico. **La realtà mediata**: l'influenza dei mass media tra persuasione e costruzione sociale della realtà. 6. ed. Milano: Franco Angeli, 2009. p. 32.

Em face disso, serão analisadas a seguir algumas das principais teorias que apresentam diversas concepções sobre o papel dos meios de comunicação. Na primeira fase são elas concentradas nos estudos sobre as mensagens da mídia e seus efeitos sobre os indivíduos, enquanto que, na segunda fase, os estudos passam a enfatizar o processo de seleção, produção e divulgação das informações com efeitos a longo prazo.

2.1.1 A teoria hipodérmica: uma teoria da e sobre a propaganda³³⁶

Com a percepção de que cada pessoa é atingida pessoalmente pela mensagem transmitida pelos meios de comunicação de massa, desenvolveu-se, no período entreguerras e em razão da difusão em larga escala das comunicações de massa, a chamada “Teoria hipodérmica da comunicação”³³⁷ ou também conhecida por *Bullet Theory*.³³⁸

Nessa vertente, é essencial pensar no conceito de sociedade de massa, sendo essa massa “constituída por um conjunto homogêneo de indivíduos que, enquanto seus membros são essencialmente iguais, indiferenciáveis, mesmo que provenham de ambientes diferentes, heterogêneos, e de todos os grupos sociais”.³³⁹ Através do isolamento em que vive cada um dos indivíduos dessa massa, as mensagens dos meios de comunicação poderiam adentrar e, segundo o modelo dessa teoria, produzir instantaneamente a resposta individual ao estímulo da mensagem.

Nesse período inicial, os estudos creditavam aos *mass media*, um extremo poder de persuasão, considerando que as pessoas (grande massa) eram indefesas nos confrontos comunicativos, e passivamente expostas às mensagens propagandistas, cuja potência de impacto era considerada imediata. Por se acreditar que a informação era absorvida

³³⁶ Cf. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 17.

³³⁷ Para Mauro Wolf a teoria hipodérmica sequer chegou a ser formulada e proposta como uma teoria. Segundo o autor, ela é uma análise retrospectiva e atribuída a um tipo de abordagem classificada como não-científica. WOLF, Mauro. **Gli effetti social dei media**. 10. ed. Milano: Bompiani, 2003. p. 32.

³³⁸ Tal nomenclatura se deve por se acreditar que a comunicação de massa ocorria de como uma bala (*bullet* em inglês) onde a mídia atingia imediatamente e profundamente todos os seus receptores em igual proporção, sendo, dessa forma, facilmente manipulados por suas mensagens. Da mesma forma, a palavra “hipodérmica” relaciona-se com a agulha hipodérmica, sendo que o medicamento (notícia/propaganda) ministrado ao paciente (receptor) é recebido sem que o paciente possa controlar os seus efeitos.

³³⁹ Original em italiano: “[...] costituita da un aggregato omogeneo di individui che – in quanto suoi membri – sono sostanzialmente uguali, non distinguibili, anche se provengono da ambienti diversi, eterogenei, e da tutti i gruppi sociali”. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p.19.

instantaneamente, esses primeiros estudos deram origem a essa teoria.³⁴⁰ Assim, em síntese, a teoria hipodérmica sustenta que: a) o público é constituído de uma massa homogênea de indivíduos; b) a mensagem se constitui em potentes, diretos e imediatos fatores de persuasão; c) os indivíduos são essencialmente indefesos em relação à grande quantidade de mensagens em seu redor.³⁴¹

Como nota Mauro Wolf, tal teoria se desenvolve no período de ascensão de regimes totalitaristas e de destruição das formas comunitárias anteriores.³⁴² Foi utilizada pelos norte-americanos e ingleses no intuito de propagar um sentimento patriota e nacionalista, tendo em vista a necessidade de convencimento das pessoas nos governos locais. As mensagens eram divulgadas por todos os meios passíveis de atingir uma grande massa ao mesmo tempo, algo que os jornais, rádio e até o cinema conseguiram realizar com êxito. Toda essa propaganda era carregada de distorções sensacionalistas manipuladas para que as pessoas amassem suas próprias pátrias e odiassem as de seus inimigos.

Wolf refere que “se pode descrever o modelo hipodérmico como uma teoria da e sobre a propaganda”.³⁴³ Assim, de acordo com essa teoria, qualquer indivíduo é um átomo isolado, que reage somente às ordens e às sugestões dos meios de comunicações de massa. Se as mensagens da propaganda conseguem alcançar os indivíduos da massa, a persuasão vem facilmente “inoculada”, e, com isso, a propaganda obtém o sucesso que propõe.³⁴⁴

Armand Mattelart ressalta que a Grã-Bretanha foi o país que soube tirar as melhores lições quanto ao emprego da propaganda, referindo que em 1926 foi criado o *Empire Marketing Board* (EMB) com a missão de “fazer a publicidade dos produtos do

³⁴⁰ Um fato ocorrido no dia 30 de outubro de 1938 corroborou essa corrente. Trata-se de uma transmissão radiofônica realizada por Orson Welles a partir do romance intitulado *A Guerra dos Mundos* de H.G Wells. Para conferir mais realismo à narrativa, Orson Welles transformou a história num noticiário jornalístico. A história narrada dizia respeito a uma visão de marcianos e, apesar de antes do início do programa ter sido alertado que era uma ficção, muitos ouvintes ignoraram o aviso e entraram em pânico. Armand Mattelart cita uma análise feita pelo sociólogo Hadley Cantril sobre o impacto desse programa, resumindo da seguinte forma o estado de choque dos ouvintes: “Antes mesmo de terminar a emissão, por toda a parte nos Estados Unidos, havia pessoas que rezavam, choravam e fugiam freneticamente para escapar da morte nas mãos dos marcianos. Alguns foram à procura de conhecidos. Outros telefonaram para se despedirem ou alertarem os amigos, correram para prevenir os vizinhos, foram pedir informações junto das redações dos jornais ou das estações de rádio, ou chamaram as ambulâncias ou os veículos-patrolha da polícia. Seis milhões, pelo menos, escutaram a emissão e, pelo menos, um milhão de ouvintes ficaram com medo ou inquietos.” MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias**. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p. 85-85

³⁴¹ CHELI, Enrico. **La realtà mediata: l'influenza dei mass media tra persuasione e costruzione sociale della realtà**. 6. ed. Milano: Franco Angeli, 2009. p. 33.

³⁴² WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 16.

³⁴³ *Ibidem*, p. 17.

³⁴⁴ *Ibidem*, p. 21.

Império, através de toda a gama dos meios de comunicação de massa”.³⁴⁵ Esse é o momento histórico em que prevalece de forma mais evidente a concepção sobre a onipotência da propaganda. É a época em que há uma forte prevalência da teoria mecanicista estímulo-resposta, que por meio da “força de persuasão da propaganda por *via* dos meios de comunicação de massa deixava o público sem armas, reduzido ao estatuto de receptor passivo de mensagem cozinhada pelos especialistas de opinião”.³⁴⁶

Mauro Wolf lembra que, em especial nos anos 20 e 30, houve um surgimento de livros que chamaram a atenção para os fatores retóricos e psicológicos dos propagandistas. Dentre os autores, Walter Lippmann é um dos que se destacou com seu livro *The Public Opinion*, publicado no ano de 1922, em Nova Iorque. Essa obra é considerada como a que melhor expressa o conceito de opinião pública em um sentido dinâmico e progressivo, por não se limitar às teorias de comunicação de massa, mas demonstrar como ela pode se infiltrar na psicologia individual e coletiva, na política, na economia e no direito.

Enrico Cheli reconhece que atualmente é fácil criticar a teoria hipodérmica e os argumentos por ela desenvolvidos, mas observa que não se deve esquecer que essa área era carente sob o plano científico e, enquanto não verificada empiricamente, aparentava ser inequivocamente algo correto à concepção desses estudiosos, bem como, dos políticos e demais envolvidos nessa área.³⁴⁷

Atualmente, apesar de ser considerada como uma teoria superada, é ainda muito discutida pelos teóricos da comunicação e por aqueles que precisam passar uma mensagem que atinja um maior número de pessoas possível em um curto lapso temporal, usando da mensagem veiculada pelos meios de comunicação de massa como instrumento de convencimento. Esse tipo de situação é recorrente na política internacional, que em certos países, como nos Estados Unidos, utiliza-se do sentimento patriota para vender essas ideias como se fossem produtos. Atrelado ao excessivo apelo emocional patriótico, consegue-se vender a informação maquiada como uma verdade, ainda que unilateral, mesmo correndo o risco de, no futuro, ser descoberto que era algo falso ou irreal. Esse é o caso dos argumentos veiculados recentemente pelo governo americano com relação à guerra contra o terrorismo e a invasão do Iraque. Em ambos os casos prevaleceu a “verdade” ditada pelo governo George

³⁴⁵ MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo**: história das idéias e das estratégias. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p. 69.

³⁴⁶ *Ibidem*, p. 74.

³⁴⁷ CHELI, Enrico. **La realtà mediata**: l'influenza dei mass media tra persuasione e costruzione sociale della realtà. 6 ed. Milano: Franco Angeli, 2009. p. 33.

W. Bush aos meios de comunicação de que, no caso da invasão ao Iraque, havia armas químicas e de destruição em massa.³⁴⁸

2.1.2 O modelo de Lasswell e o nascimento da Communication Research

Superando essa teoria, o marco que dá início à pesquisa em comunicação é o modelo proposto por Lasswell, o qual já parte da idéia de que “na influência das comunicações de massa intervêm as resistências que os destinatários opõem de várias formas”.³⁴⁹

Sendo assim, Lasswell propõe um modelo no qual, para se estudar cientificamente o processo comunicativo, deve-se responder às perguntas: Quem? Diz o quê? Através de que canal? A quem? Com que efeito?³⁵⁰ Cada uma dessas variáveis irá definir e organizar um setor específico da pesquisa, conforme sintetizado no quadro abaixo:

Quadro 2 – Modelo de Lasswell e setores de pesquisa

PERGUNTA	SETOR DE PESQUISA
<i>Quem?</i>	Estudo dos emissores
<i>Diz o quê?</i>	Análise de conteúdo das mensagens
<i>Através de qual canal?</i>	Análise dos meios
<i>A quem?</i>	Análise da audiência
<i>Com que efeito?</i>	Análise dos efeitos da comunicação

Fonte: elaboração própria pelo autor a partir de: WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 23.

O modelo de Lasswell se desenvolveu concomitantemente à teoria hipodérmica, mediante aplicação de um paradigma para análise sociopolítica. Para compreender os efeitos

³⁴⁸ Cf. MANN, Michael. **O império da incoerência**. Tradução de Maria Beatriz de Medida. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 281-288. CHOMSKY, Noam. A nova guerra contra o terror. **Estud. av.**, São Paulo, v. 16, n. 44, Abr. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142002000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 3 fev.2010. RAMONET, Ignacio. Mentiras de Estado. **Le Monde Diplomatique Brasil**. Disponível em: <<http://diplomatie.uol.com.br/acervo.php?id=925&PHPSESSID=2992afb2cd65c8594faad2ff286459fc>> Acesso em: 3.fev.2010.

³⁴⁹ Original em italiano: “[...] che l’influenza delle comunicazioni di massa è mediata dalle resistenze che i destinatari attivano in vario modo”. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 25

³⁵⁰ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 23.

do conteúdo das mensagens dos meios de comunicação de massa, o autor utilizava as análises dos efeitos e a análise de conteúdo, o que propiciou uma avaliação mais objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo veiculado pelos meios de comunicação, ao relacionar o conteúdo das mensagens com a sua audiência.

Com isso, Harold Lasswell sempre esteve sujeito a inúmeras críticas, mas dois fatores foram decisivos para o sucesso e longevidade de sua teoria. O primeiro foi a “necessidade de fornecer um *status* científico à pesquisa em comunicação” e, o segundo, “a capacidade de organizar e dar unidade aos diversos aspectos da questão”.³⁵¹

A obra de Lasswell intitulada *Propaganda Techniques in World War*, publicada em 1927, é considerada o marco inicial da *Communication Research*, ao tratar como a propaganda se constituiu no único meio de atrair a adesão das massas apresentando uma visão onipotente da mídia.

Segundo Lasswell, grande parte do que se podia fazer por meio da violência e intimidação, poderia, a partir de então, ser feito pela argumentação e persuasão. Dessa forma, sustentava que “a democracia tem proclamado a ditadura do palavreado, e a técnica de ditar ao ditador é nomeado de propaganda”.³⁵²

O profundo interesse de Harold Lasswell pela propaganda, opinião pública, negócios de Estado e eleições fizeram com que fossem instauradas novas técnicas de formação da opinião pública. A partir das eleições presidenciais norte-americanas de 1932, quando foi eleito o presidente Franklin Roosevelt, instauraram-se as sondagens de opinião sobre a preferência de voto do eleitorado.³⁵³

2.1.3 Abordagem empírico-experimental ou teoria da persuasão

Ainda na década de 40, a pesquisa em comunicação dá lugar à abordagem empírico-experimental, quando a audiência passa a ser estudada, assim como a organização das mensagens, para exercerem a persuasão.

³⁵¹ MARTINO, Luiz C. Contribuições para o estudo dos meios de comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre: PUC-RS, 2000, n. 13, p. 103-104.

³⁵² Original em inglês: “Democracy has proclaimed the dictatorship of palaver, and the technique of dictating to the dictator is named propaganda”. LASSWELL, Harold D. *The Theory of Political Propaganda*. **The American Political Science Review**, v. 21, n. 3, 1927, p. 631.

³⁵³ Cf. MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2007. p.36-42.

Sua abordagem diferente da teoria hipodérmica afirma que a mensagem da mídia não é prontamente assimilada pelos indivíduos, isso porque, a mensagem é submetida a vários filtros psicológicos individuais.³⁵⁴

A partir dessa concepção, passa-se a afirmar que os efeitos da mídia não seriam de manipulação, mas sim, de persuasão.³⁵⁵ Pela primeira vez na pesquisa em comunicação, são considerados de uma forma complexa os elementos que fazem parte da relação entre emissor-meio-receptor. Isso propicia uma revisão no processo comunicativo que até então era entendido como uma relação mecanicista e imediata de estímulo-resposta.³⁵⁶

Segundo essa teoria, seria possível alcançar efeitos relevantes por meio da persuasão, desde que as mensagens fossem adequadamente estruturadas e adequadas à pluralidade de fatores pessoais dos seus receptores. Dessa forma, a abordagem empírico-experimental passa a analisar e identificar os fatores (audiência e mensagens) que intervêm na produção dos efeitos da mídia.

No caso da audiência, são apontados os seguintes fatores: a) interesse da audiência em obter a informação; b) exposição seletiva provocada pelas atitudes já existentes, c) a interpretação seletiva e a memorização seletiva. Por essa razão, o indivíduo poderá vir a ficar interessado pelos assuntos aos quais estiver mais exposto, bem como, irá consumir as informações com as quais está de acordo e, ainda assim, ao interpretar essas mensagens também poderá adequá-las a sua forma de entender a questão.³⁵⁷

Nos fatores ligados às mensagens, destacam-se a credibilidade da fonte, a ordem da argumentação, a integralidade das argumentações e a explicitação das conclusões.³⁵⁸ Assim, o indivíduo irá consumir essa mensagem de acordo com o grau de prestígio e de confiança atribuído ao comunicador. Com isso, será levada em consideração a forma como os argumentos serão distribuídos; se todos ou apenas parte dos argumentos estão presentes; se há uma exposição implícita ou explícita das intenções das mensagens e o grau de envolvimento do indivíduo como assunto.

³⁵⁴ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 28.

³⁵⁵ "O fato de essas primeiras pesquisas empíricas se terem centrado na função de persuasão da mídia, em detrimento das funções de informação ou diversão, dependeu, principalmente, do contexto da guerra de 1939-1945, que incitava a buscar meios de propaganda que apoiavam a educação popular e a mobilização dos cidadãos em favor dos esforços de guerra do Estado norte-americano. Tratava-se, além disso, de sensibilizar as massas para os perigos da propaganda inimiga" BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Loyola, 2002. p.144.

³⁵⁶ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 28.

³⁵⁷ *Ibidem*, p. 31-36.

³⁵⁸ *Ibidem*, p.37-41.

2.1.4 Teoria empírica de campo ou dos efeitos limitados

Enquanto a teoria hipodérmica falava em manipulação ou propaganda e a teoria psicológica-experimental tratava da persuasão, essa teoria fala da influência, não somente da que é exercida pelos meios de comunicação de massa, mas da influência mais geral que perpassa nas relações sociais e de que a influência da mídia é só um dos componentes desse processo.³⁵⁹

Assim, trata-se de uma teoria que se afasta da relação direta entre causa e efeito existente entre mensagem e comportamento dos indivíduos. Ao contrário das anteriores, busca enaltecer a influência indireta que a mídia exerce sobre o público, assim como qualquer outra força existente na sociedade. Portanto, segundo essa teoria, a mídia seria apenas mais um instrumento de persuasão na vida social, tendo em vista que é apenas parte desta. Dessa forma, a mídia atuaria em conjunto com outras forças sociais, tais como a igreja, a família, os partidos políticos, etc.

Apesar de manter-se no problema dos efeitos dos meios de comunicação, essa teoria leva em consideração a influência exercida pelas relações comunitárias em conjunto com a dos meios de comunicação de massa.

A abordagem da teoria empírica de campo possui direta orientação para a sociologia empírica, e desenvolveu-se nos Estados Unidos, sendo que se distinguem nela duas correntes, “a primeira diz respeito ao estudo da composição diferenciada dos públicos e dos seus modelos de consumo de comunicações de massa; a segunda – e a mais significativa – compreende as pesquisas sobre a mediação social que caracteriza esse consumo”.³⁶⁰

a) A pesquisa sobre o consumo da mídia

Um exemplo clássico desse tipo de pesquisa foi realizado por Lazarsfeld, ao analisar o papel desempenhado pelo rádio em comparação com os diversos tipos de públicos. O estudo intitulado *Radio and the Printed Page: an Introduction to Study of Radio and Its Role in the Communication of Ideas*, publicado em 1940, revela um esforço constante para

³⁵⁹ *Ibidem*, p. 42.

³⁶⁰ Original em italiano: “il primo riguarda lo studio della composizione differenziata dei pubblici e dei loro modelli di consumo di comunicazioni di massa; il secondo – e più significativo – comprende le ricerche sulla mediazione sociale che caratterizza tale consumo”. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 43.

associar as características dos destinatários às características dos programas referidos pelo público e com análise dos motivos pelos quais a audiência ouve certos programas e não outros.³⁶¹

Para estudar os atrativos dos programas, Lazarsfeld apontou três processos diferentes para identificar o que um programa de rádio significa para o público, sendo que eles deveriam, preferencialmente, ser utilizados em conjunto (1- análise de conteúdo, 2- características dos ouvintes, 3- estudos sobre as satisfações).³⁶² Para o autor, embora o discurso do rádio possa ser generalizado, o mesmo vem sempre carregado de efeitos pré-selecionados e de efeitos posteriores. Ou seja, primeiramente o rádio seleciona o seu público e depois exerce sua influência.³⁶³

Portanto, segundo esse estudo, para se compreender a comunicação de massa, é necessário centrar a atenção no âmbito social mais vasto em que essas comunicações operam e de que fazem parte. Isso porque, na dinâmica que gera a formação da opinião pública, em que participam também os *mass media*, o resultado global não pode ser atribuído aos indivíduos considerados isoladamente. Esse resultado deriva da rede de interações que une as pessoas umas às outras.³⁶⁴ Dessa forma, a teoria dos efeitos limitados coloca em vantagem a influência pessoal, em relação à eficácia dos *mass media*, restringindo assim, os efeitos destes.

b) Pesquisas sobre o contexto social e efeitos da mídia

O cerne da presente corrente de pesquisa encontra-se na premissa de que a eficácia da mídia deve ser analisada dentro do contexto social em que atua. Assim, a sua influência depende primordialmente das características sobre o sistema social que os rodeia.³⁶⁵

³⁶¹ *Ibidem.* p. 43.

³⁶² “**Analisi di contenuto:** il primo modo è partire da un’analisi del contenuto del programma. La procedura consente delle inferenze su ciò che gli ascoltatori traggono dal contenuto, o almeno consente di eliminare alcune altre possibilità. [...] **Caratteristiche degli ascoltatori:** il secondo modo di cogliere ciò che il programma significa per gli ascoltatori è di condurre un’attenta analisi differenziale dei vari gruppi di ascoltatori. Si conosce abbastanza sulle differenze psicologiche tra sesso, età e gruppi sociali. Se un programma è ascoltato prevalentemente da un gruppo sociale piuttosto che da altri, è possibile comprendere la natura del suo richiamo. [...] **Studi sulle gratificazioni:** Alle persone si può chiedere direttamente ciò che per esse programma significa (cioè perchè lo ascoltano) e le loro risposte possono costituire un punto di partenza per ulteriori ricerche.” LAZARSELD, 1940, p. 55-93 *apud* WOLF, Mauro. **Teorie...** *Op. cit.*, p. 44-45.

³⁶³ *Ibidem.* p. 45.

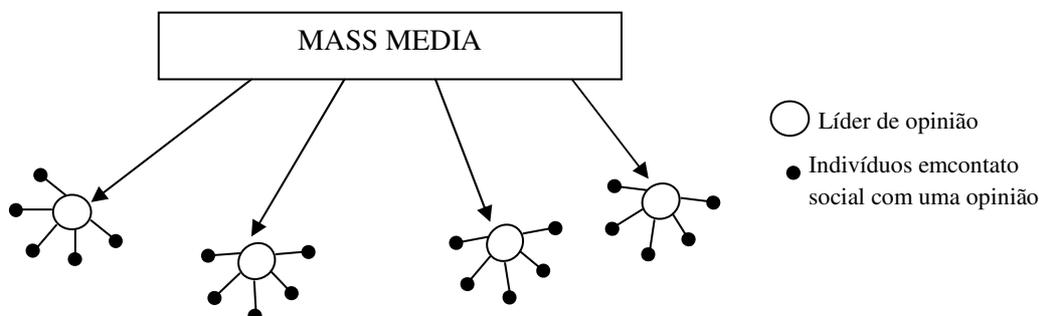
³⁶⁴ *Ibidem.* p. 46.

³⁶⁵ *Ibidem.*

Em 1944, Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson e Hazel Gaudet realizam uma pesquisa intitulada *The People's Choice: How the voter makes up his mind in a Presidential Campaign*.³⁶⁶ A investigação foi organizada a partir da identificação de certos problemas socioeconômicos, grupo etário e outros fatores sociológicos que pudessem interferir na predisposição de voto.³⁶⁷ Os resultados desses estudos são considerados pela *Communication Research* como uma descoberta dos “líderes de opinião e o fluxo de comunicação em dois níveis”, também conhecida por *two-step flow*, ou teoria do fluxo comunicacional em duas etapas.³⁶⁸

De acordo com os autores, os líderes de opinião representam uma parcela da população que procura influenciar o restante do eleitorado e, com isso, demonstram uma capacidade de reação e resposta mais ligada aos acontecimentos da campanha eleitoral. Assim, conforme sustentam Charles Wright e Josephine Holz, esses líderes atuam como mediadores entre os meios de comunicação de massa e os outros indivíduos menos interessados e menos participativos na campanha.³⁶⁹ Uma forma de representar graficamente esse modelo pode ser vista na figura abaixo:

Figura 4 – Modelo do fluxo da comunicação a dois níveis



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de: KATZ, Elihu; LAZARSELD, Paul. **Personal influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications**. Nova Iorque: Free Press, 1955.³⁷⁰

O fluxo da comunicação em dois níveis (*Two-step-flow of communication*) é

³⁶⁶ Em tradução do inglês: A opção das pessoas: como o eleitor elabora as suas próprias decisões numa campanha presidencial.

³⁶⁷ O estudo tinha por objetivo verificar a influência da mídia sobre 600 eleitores de Erie Conty em Ohio, Estados Unidos, por ocasião da campanha presidencial de 1940.

³⁶⁸ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 47.

³⁶⁹ HOLZ, Josephine R.; WRIGHT, Charles R. *Sociology of mass communications*. **Annual Review of Sociology**. v. 5, 1979, p. 204.

³⁷⁰ Nesse estudo os autores analisam o processo de decisão individual de 800 pessoas na cidade de Decatur, Illinois, nos Estados Unidos com relação a escolha de certas formas de lazer, principalmente, a escolha de filmes. Conferir ainda: MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2007. p. 47-48.

determinado precisamente pela mediação que os líderes exercem entre os meios de comunicação e os indivíduos. Dessa forma, passa-se a questionar as “teses otimistas e pessimistas sobre a onipotência dos meios de comunicação de massa”.³⁷¹

Assim, nesse processo de formação de “atitude política” esses líderes possuem um papel tão importante quanto o da mídia. Segundo Elihu Katz e Paul Lazarsfeld, esses líderes causariam três efeitos nos demais eleitores. Um efeito de ativação que transforma aqueles eleitores indecisos num efetivo comportamento de voto. Um efeito de reforço que visa a preservar a decisão tomada, evitando mudanças de atitude. E efeito de conversão esse, contudo, limitado aquelas pessoas mais expostas e atentas a campanha eleitoral e que já possuem voto definido.³⁷²

2.1.5 A teoria funcionalista e as funções dos meios de comunicação de massa

Uma das contribuições trazidas pela teoria funcionalista é justamente a de explicar as funções dos meios de comunicação de massa. Esse é o ponto que a difere das teorias precedentes. O questionamento deixa de residir sobre os efeitos para se concentrar nas funções da mídia na sociedade. Além disso, essa teoria se distancia das demais por não estudar a mídia em situações específicas ou excepcionais (ex. período de eleições), mas sim, em situações do dia-a-dia.³⁷³

A teoria funcionalista marca um período de transição entre as teorias da comunicação ao se afastar das teorias sobre os efeitos em curto prazo e inaugurar as pesquisas sobre os efeitos em longo prazo.³⁷⁴ Ela “ocupa uma posição bem precisa, que consiste em definir a problemática da mídia a partir do ponto de vista da sociedade e do seu equilíbrio, da perspectiva do funcionamento complexo do sistema social e da contribuição que os seus componentes trazem”.³⁷⁵

³⁷¹ *Ibidem*, p. 103.

³⁷² WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 48.

³⁷³ *Ibidem*, p.59.

³⁷⁴ *Ibidem*.

³⁷⁵ Original em italiano: “occupa una posizione ben precisa che consiste nel definire la problematica dei media a partire dal punto di vista della società e del suo equilibrio, dalla prospettiva del funzionamento complessivo del sistema sociale e del contributo che le sue componenti (media compresi) vi apportano”. *Ibidem*, p. 60.

Dessa forma, a difusão de informações pelos meios de comunicação de massa, dentro desse contexto e concepção teórica, exerce duas funções em relação à sociedade. A primeira é em situações de ameaças e perigos imprevistos, tendo em vista que exerce a função de alertar os cidadãos. A segunda função é a de fornecer instrumentos de execução de certas atividades do dia-a-dia, tais como negócios com fins econômicos.³⁷⁶

Em relação aos indivíduos, Mauro Wolf observa que a simples existência dos meios de comunicação de massa, independentemente de sua ordem institucional e organizativa, favorece a indicação de três funções. A primeira é a de atribuição de um *status* social e de prestígio àquelas pessoas e àqueles grupos que são objeto de atenção por parte da mídia. Com isso se estabelece um sistema de prestígio que atribui um *status* social a certas pessoas e grupos que recebem apoio da mídia. A segunda é de reforço do prestígio daqueles que se identificam com a necessidade, e o valor socialmente difundido, de serem cidadãos bem informados. E a terceira função é a de reforço das normas sociais, ou seja, trata-se de uma função de caráter ético em que a informação da mídia reforça o controle social das grandes sociedades urbanas.³⁷⁷

Para Robert Merton e Paul Lazarsfeld, entretanto, os mesmos meios de comunicação podem apresentar disfunções, podendo ameaçar a estrutura fundamental da própria sociedade. Em nível individual, a difusão de notícias catastróficas, por exemplo, podem gerar reações de pânico na população. Todavia, a disfunção mais significativa é representada pelo excesso de informação. A exposição a grandes quantidades de informação pode provocar uma “disfunção narcotizante”, caracterizado por uma tomada de conhecimento passiva, sendo que podem contribuir ao conformismo, além da baixa qualidade das informações devido à busca pela subsistência através do aumento da audiência.³⁷⁸

Os autores sustentam que os acontecimentos mundiais podem ser acompanhados pelos meios de comunicação de massa. Todavia, o grande fluxo de informações desperta tão somente uma preocupação superficial com os problemas sociais e essa superficialidade, por vezes, pode gerar uma apatia (narcotizar) ao invés de estimulá-lo.³⁷⁹ Com isso os indivíduos gastam grande parte do seu tempo para ler e ouvir o que é produzido pela mídia, mas reservam parcela cada vez menor para uma ação organizada. Ou seja,

³⁷⁶ *Ibidem*, p. 64.

³⁷⁷ *Ibidem*, 64-65.

³⁷⁸ MERTON, Robert K.; LAZARFELD, Paul. F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 119.

³⁷⁹ MERTON, Robert K.; LAZARFELD, Paul. F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 119.

O indivíduo lê descrições de questões e problemas, inclusive até discute linhas de ação alternativa. Mas esta ligação remota com a ação organizada, de certa forma intelectualizada, não é ativada. O cidadão interessado e informado pode contentar-se com seu elevado grau de interesse e informação e negar-se a ver que se absteve de decisão e ação. Em suma, ele toma seu contato secundário com o mundo da realidade política, pela leitura de sua condição de seu pensar, como uma ação indireta. Confunde assim o fato de conhecer os problemas cotidianos com o fato de atuar sobre eles. Sua consciência social permanece imaculada. Está preocupado; está informado; tem toda sorte de idéias acerca do que deve ser feito. Mas, depois de terminado seu jantar e após escutado seu programa de rádio predileto e depois de lido seu segundo jornal diário, já é hora de ir para a cama.³⁸⁰

Em face dessas constatações, Merton e Lazarsfeld chegam a afirmar que os meios de comunicação de massa podem ser incluídos “entre os mais respeitáveis e eficazes narcóticos sociais”, tendo em vista que agem de tal forma que impedem “o viciado a reconhecer sua própria doença”.³⁸¹

De qualquer forma, é preciso reconhecer que os meios de comunicação de massa auxiliam na elevação do nível de informação dos indivíduos. Todavia, os autores veem com cautela essa oferta de informação, pois “[...] aumento de dosagem das comunicações de massa pode estar transformando, inadvertidamente, as energias dos homens, levando-os de uma participação ativa a um mero conhecimento passivo”.³⁸²

Conforme já referido, com a teoria funcionalista a ideia de que a mídia gera uma influência imediata é definitivamente suplantada por sua proposta mais ligada aos contextos e interações sociais com os receptores, que conduz a uma identificação da eficácia da comunicação enquanto resultado de diversos fatores. Na medida em que essa teoria ganha mais sustentação junto às ciências sociais, os estudos sobre os efeitos passam da pergunta “o que é que os *mass media* fazem às pessoas” para “o que é que as pessoas fazem com os *mass media*?”.³⁸³

Surge, então, uma corrente de estudos denominada de *Uses and Gratifications Research*, que focaliza sua atenção mais para os usos do que para os efeitos da mídia. A pesquisa empírica³⁸⁴, dessa forma, “abandonava uma orientação essencialmente

³⁸⁰ *Ibidem*.

³⁸¹ *Ibidem*, p. 120.

³⁸² *Ibidem*.

³⁸³ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 68.

³⁸⁴ “As pesquisas empíricas norte-americanas sobre a comunicação de massa utilizaram por muito tempo as técnicas ditas de análise de conteúdo. As primeiras análises de conteúdo foram efetuadas nos anos 20 na faculdade de jornalismo da Universidade de Colúmbia, em Nova York. Trata-se, então, de determinar a importância, em termos de ‘espaço utilizado’, que os jornais davam a certos temas gerais (política local, política internacional, esportes etc.). [...] Todavia, não conduziam a nenhum quadro interpretativo pertinente: consistiam

‘mediacêntrica’ em benefício de um novo interesse pelo usuário e seu modo de recepção da mídia”.³⁸⁵

Assim, o efeito da comunicação passa a ser entendido como consequência das satisfações, se e na medida em que o receptor lhes atribui tal eficácia, baseado precisamente na satisfação de necessidades. Com isso, o receptor é também um “iniciador” (*iniziatore*), quer no sentido de originar mensagens de retorno, quer no sentido de pôr em prática processos de interpretação com certo grau de autonomia. O receptor age sobre a informação que está à sua disposição e utiliza-a.³⁸⁶

2.1.6 A teoria crítica e a Escola de Frankfurt

Fundada em 1923, a chamada Escola de Frankfurt (*Institut für Sozialforschung*), da qual se originou a teoria crítica da comunicação, teve de ser fechada em função da perseguição nazista, fazendo com que seus principais representantes migrassem a outros países.³⁸⁷ Reaberta em 1950, trouxe uma modificação na forma de análise dos meios de comunicação de massas.³⁸⁸ Partindo da tendência geral de crítica dialética da economia política, questionam as ciências sociais que se reduzem a técnicas de pesquisa, e a classificação de dados, já que não penetram na objetivação dos fatos nem na estrutura ou nas implicações do seu fundamento histórico, setorializando-a.³⁸⁹

Dessa forma, segundo a teoria crítica, a pesquisa deve considerar a sociedade como um todo, devendo-se analisar a função dos meios de comunicação de massa no sistema social global.³⁹⁰ As décadas de 1960 e 1970 foram marcadas por várias correntes de pesquisa crítica, que tentaram levar em consideração a questão da influência da mídia no intuito de

em puras “pesquisas administrativas”, para retomar, mas uma vez, a expressão de Paul Lazarsfeld”. BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Loyola, 2002. p. 168.

³⁸⁵ *Ibidem*, p. 154.

³⁸⁶ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p.69.

³⁸⁷ Os principais autores dessa corrente são: Max Horkheimer, Theodor Adorno, Walter Benjamin e Jürgen Habermas.

³⁸⁸ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p.80

³⁸⁹ *Ibidem*, p. 80-81.

³⁹⁰ A abordagem crítica conduziu “a uma consideração sistemática da dimensão do poder econômico e político em suas análises dos fenômenos culturais e midiáticos. [...] é precisamente na consideração dessa dimensão sociopolítica que caracterizará toda uma geração de pesquisas, em particular a partir do final dos anos 60 até agora, em relação à ação ideológica e política dos meios modernos de difusão”. BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Edições Loyola, 2002. p. 173.

romper com a problemática dos efeitos em curto prazo. Dessa forma, buscaram integrar “em seus esquemas explicativos dimensões ‘extracomunicacionais’” capazes de explicar esse “transbordamento de sentido, próprio da realidade complexa da difusão”, sendo que durante esse período “três dimensões principais foram guardadas respectivamente pelos pesquisadores críticos norte-americanos ou europeus: as dimensões técnica, simbólica e sociopolítica”.³⁹¹

A análise da indústria cultural³⁹² é a que mais se destacou nos estudos sobre os meios de comunicação de massa nessa teoria. Dentro dos mecanismos da indústria cultural, o indivíduo é levado a consumir de maneira manipulada, havendo uma continuidade entre o trabalho e o lazer que apenas reproduz o trabalho. “[...] Na época atual, a indústria cultural é uma estrutura social cada vez mais hierárquica e autoritária, transformam a mensagem de uma obediência irreflexiva em valor dominante e avassalador”.³⁹³

Nesse contexto, os meios de comunicação de massa contribuem para o consumo de produtos que reproduzem a dominação.

Construídos propositadamente para um consumo descontraído, não comprometedor, cada um desses produtos reflete o modelo do mecanismo econômico que domina o tempo do trabalho e o tempo do lazer. Cada qual volta a propor a lógica da dominação que não se poderia apontar como efeito de um simples fragmento, mas que é, pelo contrário, próprio de toda a indústria cultural e do papel que ela desempenha na sociedade industrial avançada.³⁹⁴

A indústria cultural possui, assim, uma estratégia de domínio, que possui táticas. Uma delas é a estereotipização, útil na organização e antecipação das experiências da

³⁹¹ *Ibidem*, p. 161.

³⁹² O termo “indústria cultural” foi utilizado pela primeira vez por Horkheimer e Adorno na obra *Dialética do Iluminismo* (1947). Anteriormente, empregava-se o termo “cultura de massa” que, conceitualmente, refere-se a uma cultura que nasce espontaneamente das próprias massas, a uma forma contemporânea de arte popular. Para os referidos autores, essa concepção de que os produtos da indústria cultural são oriundos do povo é equivocada tendo em vista que a indústria cultural, ao aspirar à integração vertical de seus consumidores, não apenas adapta seus produtos ao consumo das massas, mas também determina esse consumo. Segundo Theodor Adorno, “a indústria cultural perfidamente realizou o homem como ser genérico. Cada um é apenas aquilo que qualquer outro pode substituir: coisa fungível, um exemplar. Ele mesmo como indivíduo é absolutamente substituível, o puro nada, e é isto que começa a experimentar quando, com o tempo, termina por perder a semelhança”. ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Tradução de Julia Elisabeth Levy. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 43.

³⁹³ Original em italiano: “nell’epoca attuale l’industria culturale e una struttura sociale sempre più gerarchica e autoritaria rendono il messaggio di un’obbedienza irreflessiva il valore dominante e invadente”. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 85.

³⁹⁴ Tradução livre do original em italiano: “Costruiti apposta per un consumo distratto, no impegnaivo, questi prodotti riflettono, in ognuno di loro, il modello del meccanismo economico che domina il tempo del lavoro e quello del non-lavoro. Ciascuno di esse ripropone la logia della dominazione che non si potrebbe ascrivere como effetto del singolo frammento, ma che è propria invece di tutta l’industria culturale e del ruolo que essa occupa nella società industriale avanzata. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 87.

realidade social que o sujeito leva a efeito.³⁹⁵

Assim, quanto mais incompreensível é a realidade, mais ocorre o apego a clichês e estereótipos que facilitam a ordenação do mundo, mas que enfraquecem a experiência da vida. Percebendo os efeitos de dominação nos indivíduos decorrentes dos meios de comunicação de massa, a teoria crítica, apesar de suas importantes contribuições quanto às análises sócio-econômicas, aproximou-se da teoria hipodérmica, desconsiderando todos os fatores que podem implicar no consumo das mensagens.

2.1.7 A teoria culturoológica

“A comunicação é também a cultura”.³⁹⁶ Todavia, conforme ressalta Armand Mattelart, “pensar a comunicação sob o signo da cultura não foi a principal preocupação das teorias e estratégias da comunicação internacional no decorrer de sua história, devido às derivas tecnicistas e economistas”.³⁹⁷

A teoria culturoológica foi criada na década de 60, em especial, a partir da obra de Edgar Morin, intitulada *Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo*. Morin propôs que a mídia fosse “considerada segundo as diversas culturas que nela se exprimem e que a utilizam diversamente: a ‘cultura de massa’, a ‘cultura erudita’, a ‘cultura escolar’, a(s) ‘cultura(s) política(s)’ etc.”.³⁹⁸

Nesse momento começam a ser realizados diversos questionamentos aos modelos teóricos anteriores de estudo dos efeitos da mídia em curto prazo. Breton esclarece que essa ausência de uma perspectiva crítica por parte dos teóricos empiristas “ocultava um significado político”.³⁹⁹ Tendo em vista que eram pesquisas que estavam mais preocupadas “em responder em curto prazo às demandas comerciais e utilitárias de quem os financiava, os pesquisadores empiristas permaneciam insensíveis a várias dimensões”.⁴⁰⁰

³⁹⁵ *Ibidem*, p. 91.

³⁹⁶ MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias**. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p.11.

³⁹⁷ *Ibidem*.

³⁹⁸ BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Loyola, 2002. p. 148.

³⁹⁹ *Ibidem*.

⁴⁰⁰ *Ibidem*.

Essa teoria tem como ponto de partida uma análise da Teoria Crítica e se desenvolve com uma perspectiva diferente das demais teorias. Ou seja, ao invés de pesquisar os efeitos ou as funções da mídia, ela busca definir a natureza da cultura junto às sociedades contemporâneas.⁴⁰¹ Ela sustenta que a cultura de massa não é autônoma, mas é parte integrante da cultura nacional, religiosa ou humanística.

Assim, a cultura de massa não impõe uma padronização de símbolos, todavia, utiliza a padronização que é desenvolvida de forma espontânea pelo imaginário popular.⁴⁰² Dessa forma, a cultura de massa atende a uma dupla demanda ao cumprir com a padronização industrial exigida pela produção artística e, também, ao corresponder à exigência por individualização por parte do espectador. Portanto, os produtos da mídia transitam entre o real e o imaginário, criando fantasias tendo como base fatos reais e transmitindo fatos reais com formato de fantasia.⁴⁰³

2.2 A segunda fase nas teorias da comunicação: estudos dos efeitos da mídia em longo prazo

Uma transformação nas pesquisas em comunicação ocorreu mais recentemente, quando se modificou a ideia quanto aos tipos de efeitos ocasionados pelos meios de comunicação de massa em curto prazo.⁴⁰⁴ A alteração é no sentido de que a mídia pode causar

⁴⁰¹ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22 ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 100.

⁴⁰² *Ibidem*. p. 103-104.

⁴⁰³ Quanto a essa afirmação mostra-se interessante refletir sobre o poder da imagem enquanto sinônimo de verdade. Em 2010 o documentário *The Cove* foi premiado com o Oscar ao denunciar a prática da matança de golfinhos em Taiji, no Japão. O interessante nesse caso é questionar: o que cria uma realidade? Quando não se vê o que está acontecendo é porque realmente não acontece algo? O real só existe quando pode ser visto? O documentário mostra as dificuldades enfrentadas para trazer ao conhecimento do público essa situação. Apesar do esforço da polícia e dos pescadores em impedir a presença das câmeras nos locais de abate, as imagens conseguiram ser registradas. Agora que as imagens estão à disposição do mundo, o que será feito? A indústria do cinema, ao atribuir o Oscar ao documentário reconheceu a qualidade da produção. Agora, resta saber se a sociedade vai encarar tais imagens como uma mera fantasia ou adotar alguma postura real. O Japão já se manifestou criticando o documentário e, em especial, o prefeito da cidade onde foram feitas as filmagens pediu que fosse respeitada a sua cultura, referindo que o filme "apresenta dados não-comprovados como se fossem reais". Enfim, o que é real ou não em situações como essa? O poder da imagem representada pelo cinema também influi em questões políticas e econômicas demonstradas por mais uma produção midiática que questiona uma cultura e apresenta ao resto do mundo uma circunstância polêmica atendendo aos anseios de uma cultura de massa cada vez mais aflita por espetáculos e imagens que causem alguma reação coletiva. Cf. CIDADE japonesa critica documentário "The Cove", vencedor de Oscar. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo/2010/03/08/cidade+japonesa+critica+documentario+the+cove+vencedor+de+oscar+9420566.html>> Acesso em: 10 mar.2010.

⁴⁰⁴ "Até 1960, o pesquisador interessado pela comunicação de massa se encontrava, portanto, diante do seguinte dilema: ou perpetuava o espírito polêmico dos críticos da sociedade e da cultura de massa, e suas propostas especulativas teriam a reputação de não terem nenhum rigor científico, ou se situava na tradição dos

“um *efeito cognitivo* sobre os sistemas de conhecimento que o indivíduo assume e estrutura de uma forma estável”.⁴⁰⁵

Dessa forma, tais efeitos são cumulativos, sedimentados no tempo, e não de curta duração, evidenciando-se, além disso, a importância de outros fatores que influenciam nas atitudes. Mauro Wolf diferencia essa vertente da pesquisa em comunicação de teorias dos efeitos a longo prazo. Para ele, “a sociologia do conhecimento, centrando-se na importância e no papel dos processos simbólicos e comunicativos como pressupostos da sociabilidade, torna-se, progressivamente, uma das temáticas-guia da fase atual da pesquisa”.⁴⁰⁶

A perspectiva dos efeitos em longo prazo nasce propriamente como uma crítica (ainda que bem dura) à perspectiva dos efeitos limitados. A ideia de influência central dessa teoria consiste em “estruturar temas” e “criar imagens” gerando um clima político onde a mídia consegue atingir gradualmente e mediante o transcorrer de razoável lapso temporal os receptores de suas mensagens. Com isso, o impacto aparenta ser menos visível quanto à mudança no comportamento de voto, no caso de eleições, ou com relação a qualquer outra mudança de intenção pretendida pelos meios de comunicação junto ao público.⁴⁰⁷

A passagem dos efeitos limitados para os efeitos acumulativos implica no abandono do modelo transmissivo da comunicação para um modelo pautado no processo de significação. Sob essa perspectiva, a influência da mídia ocorre no momento em que auxilia e constrói uma imagem acerca da realidade social num longo período, bem como, organiza novos elementos dentro dessa imagem, conseqüentemente formando novas opiniões.⁴⁰⁸ Assim, fica também evidente que a abordagem do *agenda setting*, por exemplo, é marcadamente midiacêntrica, no sentido de prevalência quanto ao seu papel e sua influência, numa perspectiva oposta àquelas, mais sociológicas, em que se fundamentavam as teorias dos

pesquisadores empíricos, e suas contestações parcelares não poderiam constituir o quadro teórico necessário a uma compreensão profunda dos mecanismos de influência social da mídia. A partir de então, durante as décadas de 1960 e 1970, começam a ficar mais evidentes os limites dos modelos dos efeitos a curto prazo em que se baseavam ambas as correntes teóricas”. BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Edições Loyola, 2002. p.148.

⁴⁰⁵ Tradução livre do original em italiano: “[...] un effetto cognitivo, sui sistemi di conoscenza che l’individuo assume e struttura stabilmente, a causa del suo consumo di comunicazioni di massa”. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22 ed. Milão: Bompiani, 2006. p.138.

⁴⁰⁶ Original em italiano: “La sociologia della conoscenza, focalizzandosi sul rilievo e sul ruolo dei processi simbolici e comunicativi come presupposti della sociabilità, diventa progressivamente una delle tematiche-guida nella fase attuale della ricerca”. *Ibidem*, p. 140.

⁴⁰⁷ MARINI, Rolando. **Mass media e discussione pubblica: le teorie dell’agenda setting**. 2. ed. Roma-Bari: Laterza, 2008. p. 17.

⁴⁰⁸ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 141.

efeitos limitados, centrados na prevalência das influências não somente da mídia.⁴⁰⁹

Uma questão importante a ser ressaltada nessa mudança de paradigma, é o fato de que a intencionalidade que caracterizava os efeitos dos meios de comunicação de massa na pesquisa administrativa dá lugar a efeitos latentes, “implícitos no modo como determinadas distorções na produção das mensagens se refletem sobre o patrimônio cognitivo dos destinatários”.⁴¹⁰ Atualmente, o foco da problemática dos efeitos está centrada na relação entre ação constante dos meios de comunicação de massa e o conjunto de conhecimentos acerca da realidade social, que dá forma a uma determinada cultura e que sobre ela age, dinamicamente.⁴¹¹

Sendo assim, o papel dos meios de comunicação de massa passa a ser o de influenciar no processo de significação do mundo, ou seja, na construção social da realidade, ao lado de outros tantos processos de interação social. Acumulação, consonância e onipresença são as três características principais dos meios de comunicação de massa, sendo a primeira resultante da possibilidade que possuem de criar a relevância de um tema, a segunda demonstra a semelhança na produção da informação, e a terceira decorre do fato de que os saberes transmitidos pelos meios de comunicação de massa se tornam de saber público, e cria a evidência dos pontos de vista difundidos.⁴¹²

Nos próximos tópicos serão analisadas três teorias que explicam e demonstram essa mudança na forma de compreensão e estudo dos efeitos dos meios de comunicação de massa, partindo-se da teoria do agendamento (*agenda setting*), passando pela teoria do *gatekeeper* até se chegar à teoria do *newsmaking*.

2.2.1 A teoria do agenda setting e a influência da mídia na fixação da ordem de relevância dos temas

Dentro dessa nova percepção sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa

⁴⁰⁹ MARINI, Rolando. **Mass media e discussione pubblica**: le teorie dell'agenda setting. 2. ed. Roma-Bari: Laterza, 2008. p. 19.

⁴¹⁰ Original em italiano: “Impliciti nel modo in cui determinate distorsioni nella produzioni dei messaggi si riverberano sul patrimonio cognitivo dei destinatari”. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 142.

⁴¹¹ *Ibidem*.

⁴¹² *Ibidem*.

destaca-se a hipótese do *agenda setting*, a qual parte do pressuposto de que os meios de comunicação de massa não conseguem produzir efeitos diretos no sentido de determinar como as pessoas irão pensar e agir, mas sim os assuntos sobre os quais elas o farão.

Esse processo diz respeito também à forma como os temas serão conhecidos, dentro de quadros ou *frames*,⁴¹³ ou seja, categorias, esquemas de conhecimentos, quadros interpretativos aplicados a partir dos processos de produção da informação para dar sentido ao que se informa.

O *framing* é a forma como se deve pensar os temas que já foram estabelecidos pela agenda. Assim, produzir um enquadramento significa selecionar alguns aspectos da realidade e dar a eles um determinado destaque, gerando, com isso, nova interpretação para o objeto. O *framing* possui um poder muito grande ao deslocar o foco da agenda para certos aspectos em detrimento de outros.

Robert Entman exemplifica essa situação com uma pesquisa em que o governo estaria em dúvida sobre qual o melhor plano de ação tomar para conter uma grave doença que atinge 600 mil pessoas. Nesse caso, se o governo adotar o plano A, 200 mil pessoas serão salvas. Se adotar o projeto B, um terço das 600 mil pessoas serão salvas e outros dois terços vão morrer. A pergunta, então, sobre qual dos projetos seria escolhido pela população, revelou que 72% optaram pelo projeto A. Ou seja, as opções são idênticas, o que muda é a forma como o problema é colocado. Segundo Entman, a situação acima demonstra que o *frame* (enquadramento) determina o caso que é mais notícia para as pessoas e como elas entendem e relembram o processo e de como valorizam ou fazem uma das opções.⁴¹⁴

Prosseguindo com a compreensão da teoria do agendamento, Eugene Shaw refere que o público é consciente ou ignora, presta atenção ou descuida, enfatiza ou passa por cima de alguns elementos específicos dos cenários públicos por influência dos meios de comunicação. Em face disso, sustenta que as pessoas tendem a incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos o que a mídia inclui ou exclui de seu próprio conteúdo.⁴¹⁵

Deve-se ressaltar que as pessoas possuem opiniões sobre uma grande variedade

⁴¹³ O *frame* de um tema é a palavra chave que se dá a um tema, é o seu enquadramento interpretativo. Representa o modo como o meio de comunicação ou uma pessoa confere ao tema algum significado que transmite articulação de um discurso que o torna compreensível segundo certo ponto de vista. Cf. MARINI, Rolando. **Mass media e discussione pubblica: le teorie dell'agenda setting**. 2. ed. Roma-Bari: Laterza, 2008.

⁴¹⁴ ENTMAN, Robert M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. In: **Journal of Communication** 43 (4), Autumn, New York: Oxford University, 1993, p. 2.

⁴¹⁵ SHAW, Eugene F.. Agenda setting and mass communication theory. **International Journal for Mass Communication Studies**, v. XXV, n. 2, 1979, p. 96.

de assuntos; porém, segundo essa teoria, somente sobre alguns elas se importam verdadeiramente. Assim, conforme um dos criadores do *agenda setting*, Maxwell McCombs, o papel que os meios de comunicação de massa possuem enquanto fixadores da agenda consiste em influenciar sobre a relevância de um tema. Dessa forma, apesar de vários temas atraírem a opinião pública, somente alguns receberão maior atenção e influência da mídia, que os julgou como sendo os mais importantes do dia e, com isso, também influirão na percepção da opinião pública sobre eles. McCombs ressalta que não se está falando de uma influência premeditada⁴¹⁶, mas como resultado do que é buscado por essa necessidade que a mídia selecionou e destacou enquanto questões consideradas como as notícias mais relevantes do momento.⁴¹⁷

Ao distinguir entre a influência dos meios de comunicação na ordem de relevância dos temas, por um lado, e as opiniões concretas que se podem ter deles, por outro, Bernard Cohen refere que os meios de comunicação, na melhor das hipóteses, não conseguem dizer às pessoas *como* devem pensar, porém, *no que* devem pensar.⁴¹⁸ Assim, como bem refere McCombs, em todos os meios de comunicação “a repetição de um tema um dia e outro dia é a mais potente de todas as mensagens para que nos fique clara a sua importância”.⁴¹⁹

Ainda deve-se observar o fato de que várias das experiências com as quais as pessoas têm contato, se dão por interferência dos meios de comunicação de massa e não diretamente por meio das interações sociais, sendo, portanto, que parte da realidade de vida dos indivíduos só é possível em função da atuação dos meios de comunicação de massa. Assim, os impactos sobre os destinatários da informação se dão em dois níveis como mostra Wolf, “a. a ‘ordem do dia’ dos temas, assuntos e problemas presentes na agenda dos *mass media*; b. a hierarquia de importância e de prioridade segundo a qual esses elementos estão

⁴¹⁶ Particularmente, é bastante difícil acreditar que essa influência da mídia não seja premeditada. Pelo contrário, organizam com antecedência, suas estratégias de atuação, em especial, durante a realização de eleições que são precedidas de diversos momentos em que os candidatos se utilizam dos seus recursos para se aproximar dos eleitores e construir sua imagem de candidato.

⁴¹⁷ McCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la agenda**: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Tradução de Òscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2006. p. 25.

⁴¹⁸ COHEN, Bernard. **The press and Foreign Policy**. Princeton, Nova Jersey: Princeton University Press, 1963. p. 13

⁴¹⁹ Original em espanhol: “[...] la repetición de un tema un día y otro día es el más potente de todos los mensajes para que nos quede clara su importancia”. McCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la agenda**: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Tradução de Òscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2006.p. 25

dispostos na ‘ordem do dia’”.⁴²⁰

Nos próximos itens serão analisados, brevemente, alguns elementos sobre a evolução no estudo do *agenda setting* (a); e a forma como a mídia atua na construção e agendamento de certos assuntos (b).

a) O surgimento das pesquisas sobre *agenda setting*

Maxwell McCombs entende que Walter Lippmann seria o “pai intelectual” da ideia do que agora se chama *agenda setting*. Isso porque, no primeiro capítulo de seu clássico livro *Public Opinion*, de 1922, seria possível encontrar uma ideia de estabelecimento da agenda por meio daquilo que Lippmann chamou de “O mundo exterior e as imagens que nós fazemos na cabeça”.⁴²¹ Sua tese é de que os meios de comunicação determinam os mapas cognitivos que as pessoas produzem do mundo.

A opinião pública para Walter Lippmann responde não ao ambiente, mas sim a um pseudo-ambiente construído pelos meios de comunicação. Todavia, ao se analisar mais detidamente a sua obra, é possível perceber que o mundo imaginário que constitui o “pseudo-ambiente” é feito de imagens mentais e ficções, e, portanto, não é um produto exclusivo da mídia. É, precisamente, o mundo da mente e das emoções associadas a essa imagem.⁴²² Ainda assim, é uma primeira tentativa de explicação do que mais tarde McCombs e Shaw traduziram como sendo o efeito do agendamento da mídia.

Dessa forma, a pesquisa que marca efetivamente o início da utilização do termo *agenda setting* foi apresentada em um artigo publicado em 1972, por Maxwell McCombs e Donald Shaw, na Revista *Public Opinion Quarterly*.⁴²³ Trata-se de um estudo desenvolvido em Chapel Hill, na Carolina do Norte, durante a campanha presidencial norte-americana de 1968. Com esse estudo é que surgiu a ideia de conferir um nome para a hipotética influência

⁴²⁰ Original em italiano: a. ‘L’ordine del giorno’ dei temi, argomenti, problemi, presenti nell’agenda dei media; b. La gerarchia di importanza e di priorità con cui tali elementi sono disposti nell’ ‘ordine del giorno’. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p.145.

⁴²¹ Cf. LIPPMANN, Walter. **L’opinione pubblica**. 3 ed. Tradução de Cesare Mannucci. Roma: Donzelli Editore, 2004. p. 20.

⁴²² *Ibidem*.

⁴²³ McCOMBS, Maxweel E.; SHAW, Donald L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: **The Public Opinion Quarterly**, v. 36, n. 2, 1972, p.176-187.

dos meios de comunicação de massa.⁴²⁴

McCombs e Shaw ofereceram sua investigação como um primeiro teste em nível empírico, visando a chamar atenção quanto à ideia de estabelecimento de prioridades para a função dos meios de comunicação, e seus efeitos conexos. Os dois pesquisadores estabeleceram, ao longo de um período de cerca de três semanas, durante a campanha eleitoral, duas investigações paralelas: por um lado, as entrevistas com os eleitores indecisos no centro da cidade de Chapel Hill e, por outro, realizaram análise dos conteúdos de diferentes mídias, tanto em mídia impressa (nacional e local, diário e semanal) e televisão (nacional) que haviam sido anteriormente identificados, como as principais fontes de informação política da comunidade investigada. Além disso, deve-se destacar que foram selecionados para a pesquisa somente os eleitores indecisos, considerados como os mais abertos e mais sensíveis à informação veiculada durante a campanha. Essa escolha é considerada pelos próprios autores como algo estratégico para o desenvolvimento do estudo.

Ao submeter à prova essa hipótese, os autores estabeleceram, de um lado, uma descrição da agenda pública com o repertório de temas que resultavam de máximo interesse aos eleitores de Chapel Hill. E, de outro lado, uma descrição da agenda temática dos meios informativos que consumiam.

Com as pesquisas em Chapel Hill foi possível verificar que a mídia provocou forte impacto e influência junto aos eleitores, chegando a atingir até os próprios candidatos. Muitos deles incluíram em suas agendas de campanha temas que não constavam em suas preocupações, sendo que tal alteração se deu depois que os temas foram abordados pela mídia.

A partir desses elementos, o quadro a seguir demonstra a afirmação central dessa teoria, de que os temas destacados nas notícias são vistos, com o tempo, como importantes para o público. Ou seja, a agenda midiática estabelece a agenda do público. Contrariamente à lei dos efeitos limitados, a teoria afirma que um forte efeito causal da comunicação de massas sobre o público poderá conduzir a transferência da relevância da agenda midiática até a agenda do público.

⁴²⁴ As pesquisas sobre o *agenda setting*, normalmente são realizadas por meio de algumas técnicas específicas. Para se analisar a agenda da mídia por meio da análise dos seus textos utiliza-se a técnica da análise de conteúdo. Para identificar a agenda do público, por sua vez, se utiliza da técnica de amostragem por meio de entrevistas individuais mediante aplicação de questionários. Além dessas técnicas, se utiliza da comparação entre a agenda dos dois (mídia x público) e, principalmente, mas não necessariamente, se realiza algum tratamento estatístico sobre os dados coletados. MARINI, Rolando. **Mass media e discussione pubblica: le teorie dell'agenda setting**. 2. ed. Roma-Bari: Laterza, 2008. p. 28.

Quadro 3 – O papel do estabelecimento da agenda dos meios de comunicação

AGENDA MEDIÁTICA	AGENDA DO PÚBLICO
Padrões de cobertura informativa	Preocupações do público
TEMAS DE PREOCUPAÇÃO PÚBLICA MAIS DESTACADOS	→ TEMAS DE PREOCUPAÇÃO PÚBLICA MAIS IMPORTANTES
Transferência da relevância temática.	

Fonte: Adaptado e traduzido livremente de McCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la agenda:** el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Tradução de Óscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2006. p. 29.

Nesse ponto, é importante deixar bem claro que o estabelecimento da agenda não significa um retorno à teoria hipodérmica; afinal, a hipótese do *agenda setting* não postula “efeitos todos poderosos à mídia”.⁴²⁵ Da mesma forma, não considera que os membros da audiência sejam “autômatos”, que estejam esperando passivamente que “os meios informativos venham e os programem”.⁴²⁶ Porém, McCombs explica que a teoria ocupa um papel extremamente importante na hora de se dar início ao repertório da agenda pública. Isso porque a “informação fornecida pela mídia desempenha papel central na construção de nossas imagens da realidade. E, além disso, o que influencia as imagens da realidade é a soma total das informações que nos fornecem”.⁴²⁷ Todavia, o que torna ainda mais poderosa essa teoria é a constatação da percepção seletiva por parte do público. Isso significa que os indivíduos são influenciados pelas mensagens da mídia, segundo a compatibilidade que eles tenham com as atitudes e opiniões que lhes são próprias e, dessa forma, esse ponto de vista pessoal minimiza a exposição à informação de que não apoia e se expõe ao máximo àquelas informações que

⁴²⁵ Original em espanhol: “[...] efectos todopoderosos de los medios”. McCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la agenda:** el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Tradução de Óscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2006. p. 31.

⁴²⁶ Original em espanhol: “[...] medios informativos vengan y los programen.” *Ibidem*, p. 31.

⁴²⁷ Original em espanhol: “[...] La información que suministran los medios informativos juega un papel central en la construcción de nuestras imágenes de la realidad. Y además, lo que influye en esas imágenes de la realidad es el conjunto total de la información que nos suministran. *Ibidem*, p. 31.

lhes são agradáveis.⁴²⁸

Esse raciocínio confirma que o público faz uso dessas pistas de relevância, dadas pelos meios para organizar a sua própria agenda e decidir, desse modo, quais são os temas mais importantes. E, com o tempo, esses temas que as mensagens da mídia têm enfatizado também se tornam importantes para o público. Em consequência, a agenda dos meios de comunicação torna-se, em grande medida, a agenda pública.

Nesse momento, também se torna importante analisar como se dá a evolução das agendas temáticas, tanto daquelas elaboradas pela mídia quanto das que são escolhidas como relevantes pelo próprio público.

b) A construção e evolução das agendas temáticas

Existem ao menos três formas de analisar os estudos sobre o agendamento. Essas formas são divididas entre as pesquisas sobre o estabelecimento da agenda do público, da agenda política (*policy agenda-setting*) e a construção da agenda (*agenda building*).

A *policy agenda-setting* aborda os efeitos que os meios de comunicação exercem sobre as percepções da opinião pública nas mais diversas questões sociais. Trata-se da relação causal entre a agenda informativa e a agenda do público. A *agenda building* estuda como os meios de comunicação condicionam as percepções dos próprios representantes políticos, ou seja, como e quem determina as agendas, quem tem o poder de seu controle e como isso é realizado. Trata-se, portanto, da relação causal entre a agenda informativa e a agenda política. A ideia da *agenda building* surge como grande jogo coletivo de influência. A relação entre mídia e o público, sob essa perspectiva, não pode ser isolado, pois é parte de uma rede de interdependência em que as ações de uma parte influenciam sistemicamente sobre todas as demais.⁴²⁹

O processo de agendamento pela mídia possui algumas fases bem definidas. A primeira delas é a “focalização”, quando os meios de comunicação de massa dão relevo a determinado acontecimento; o *framing*, quando é dado enquadramento ao acontecimento, a partir do problema que simboliza; uma terceira fase na qual acontecimento é relacionado a um sistema simbólico para que torne parte de um panorama reconhecido; e a fase de

⁴²⁸ *Ibidem*, p. 32.

⁴²⁹ MARINI, Rolando. **Mass media e discussione pubblica**: le teorie dell'agenda setting. 2. ed. Roma-Bari: Laterza, 2008. P. 85

personificação do tema por porta-vozes.⁴³⁰

Dentro do processo, percebe-se que a relevância e o interesse tanto da mídia quanto do público sobre certos temas sofrem oscilações. Raras são as notícias que permanecem por dias ou semanas, sendo repassadas ao público se não surgir algum elemento novo que justifique a sua reinclusão dentre as notícias do dia. McCombs tenta explicar esse fenômeno, referindo que essa restrição ao tamanho da agenda pública pode ser explicada pelos limites nos recursos do público, tanto limites de tempo como de capacidade psicológica. Para o autor, existem limites no tamanho da maioria das agendas midiáticas e, com isso, resulta como algo óbvio dar-se uma quantidade limitada de espaço nos meios de comunicação, quer sejam eles rádio, TV ou jornal.⁴³¹

No que tange às novas mídias, como a *Internet*, McCombs destaca que esse é um fenômeno recorrente, pois apesar de sua aparente capacidade ilimitada de ir agregando cada vez mais páginas, se encontra outro problema: o alcance e o tempo disponível pelo público para acessar a tantas informações, razão pela qual as novas mídias também acabam impondo algumas restrições na sua agenda com base nesse raciocínio.⁴³²

Um aspecto interessante ao se estudar a teoria do agendamento é o interesse do público por certos assuntos e a forma como os mesmos foram agendados. Os temas políticos, por exemplo, são aqueles nos quais fica claro que quanto maior for a necessidade de orientação do indivíduo, mais provável se mostrará que preste atenção aos meios de comunicação. Essa lógica também se aplica a todos aqueles temas em que o indivíduo tem pouca ou nenhuma experiência.⁴³³

Esse raciocínio é muito relevante, pois no que tange às discussões trazidas pela mídia sobre o aquecimento global isso fica bem claro. Apesar de ser um assunto em que se possa opinar de alguma forma, ainda é cercado de inúmeras controvérsias e informações de cunho científico e político, que justificam o aumento no interesse coletivo em obter informação sobre o que se deve fazer para enfrentar esse problema. Atualmente, os temas ambientais são alguns dos quais mais atraem a atenção do público. A contemporaneidade desse tipo de assunto também resulta de uma constante ampliação de interesse e complexidade em suas abordagens pelos mais diversos meios de comunicação.

⁴³⁰ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 155.

⁴³¹ McCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la agenda**: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Tradução de Óscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2006. p. 85.

⁴³² *Ibidem*.

⁴³³ *Ibidem*, p. 132-133.

Segundo McCombs, a ideia de que determinados atributos de um objeto funcionam como “argumentos convincentes” para o estabelecimento de sua relevância introduz novo elemento ao mapa teórico da *agenda setting*.⁴³⁴ Dessa forma, quando um determinado atributo de algum objeto é enaltecido pela agenda midiática poderá ocorrer um impacto direto na relevância que esse objeto tem com o público. Ou seja, determinadas formas de descrever um objeto podem resultar mais convincentes do que outras no momento de gerar a relevância de um objeto para o público.⁴³⁵

A seguir, serão analisados os estudos sobre *gatekeepers* e *newsmaking*, os quais também se inserem no campo da pesquisa sobre a comunicação de massa, porém, destacando o papel desempenhado pelos emittentes⁴³⁶ e pelos processos produtivos, em especial, na prática jornalística.

2.2.2 Os guardiões do portão e a teoria do *gatekeeper*

O conceito de *gatekeeper* (porteiro) “refere-se à pessoa que toma uma decisão após uma seqüência de decisões”.⁴³⁷ Esse conceito foi elaborado a partir de um estudo desenvolvido pelo psicólogo Kurt Lewin em 1947, quando o mesmo analisou o processo de tomada de decisão referente à aquisição de alimentos para casa. Nessa pesquisa, Lewin apresentou a proposta de que o fluxo de informações existentes em um dado sistema passa por diversos *gates* (portões), que funcionam como filtros que permitem ou impedem a circulação de determinadas informações.⁴³⁸

David Manning White, nos anos 50, foi um dos primeiros teóricos a aplicar esse conceito ao jornalismo, reconhecendo que os meios de comunicação de massa exercem um poder decisivo sobre o processo de escolha das informações que virarão notícia.⁴³⁹ Dessa

⁴³⁴ *Ibidem*, p. 179.

⁴³⁵ *Ibidem*, p. 179-180.

⁴³⁶ Mauro Wolf ressalta que os estudos sobre os emittentes são, comumente, restritos a análises mais simples sobre as operações produtivas da mídia, sendo que níveis mais complexos relativos à programação política, por exemplo, permanecem praticamente inexplorados. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 177-179.

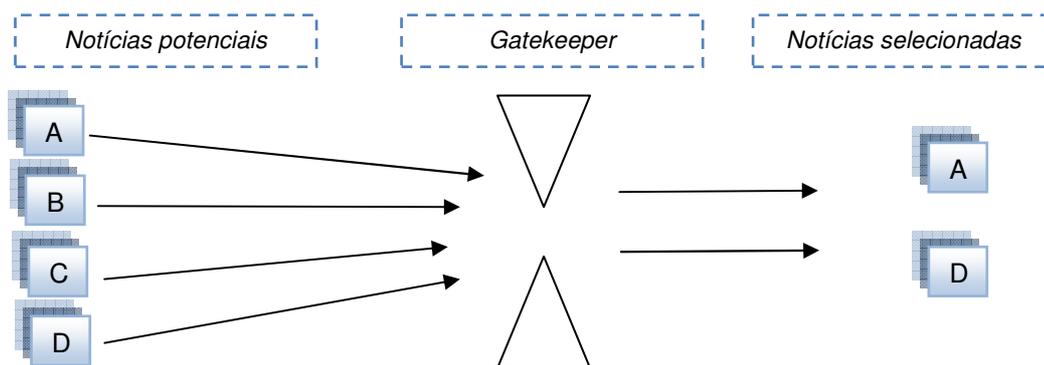
⁴³⁷ TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001. p. 68.

⁴³⁸ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 180.

⁴³⁹ WHITE, David Manning. O *gatekeeper*: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993. p. 142-151.

forma, em meio a tantas informações existentes nas mais diversas áreas, torna-se necessário definir o que será ou não publicado e, nesse contexto, o jornalista exerce a função de *gatekeeper*. O repórter forma o primeiro *gate* no processo de comunicação, sendo que o editor, que é o objeto de estudo de White, constitui o último *gate*, conforme se pode verificar na figura número 5 que representa o presente modelo teórico.⁴⁴⁰

Figura 5 – Modelo teórico formulado por David Manning White



Fonte: elaborado pelo autor a partir de informações contidas em: WHITE, David Manning. O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993. p. 142-151.

Assim, como destaca Traquina, “se a decisão for positiva, a notícia acaba por passar pelo portão; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa sua morte, porque significa que a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação”.⁴⁴¹

O estudo de David Manning White é baseado numa pesquisa sobre a atividade de um jornalista com 25 anos de experiência na atividade junto a um jornal de porte médio na cidade norte-americana de Midwest e que é responsável por selecionar as informações que serão publicadas. “Mr. Gates”, como ficou conhecido esse jornalista, registrou durante uma semana os motivos que o levaram a rejeitar cada uma das notícias não utilizadas. O autor, ao analisá-las, percebeu que a cada dez fatos que chegaram ao conhecimento de Mr. Gates por meio das agências de notícias (*Associated Press, United Press e International News Service*), somente um foi transformado em notícia e publicado pelo jornal. Ao buscar compreender os

⁴⁴⁰ *Ibidem*, p. 143.

⁴⁴¹ TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001. p. 69.

motivos de tantas rejeições, David White refere que essa seleção é extremamente subjetiva e que depende de “juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*”.⁴⁴² Além disso, um motivo claramente identificado é o da falta de espaço dentro dos jornais para publicar tantas notícias e, também, a sobreposição de acontecimentos que já haviam sido selecionados ou, ainda, a ausência de interesse jornalístico.⁴⁴³

Mauro Wolf destaca que o mérito desses primeiros estudos é o de individualizar onde e em quais pontos desse mecanismo a ação de filtro é exercida explicitamente e institucionalmente. Deve-se ressaltar que são estudos que partem de pesquisas realizadas no intuito de desvendar o fenômeno apenas a partir de quem as produz, ou seja, do jornalista.⁴⁴⁴ Nas conclusões de David White, por exemplo, verifica-se que o mesmo permaneceu apenas no âmbito da identificação dos aspectos de seleção, algo que só posteriormente se desenvolveu sob outras duas concepções, dessa vez, a primeira centrada no papel desse aparelho midiático como instituição social e a segunda sob uma abordagem sistemática.

Em face disso, percebe-se que a teoria do *gatekeeper* emerge mediante utilização de uma abordagem microssociológica, priorizando o papel do indivíduo jornalista, ignorando outros fatores macrossociológicos ou até mesmo a organização jornalística. Traquina sustenta que é uma teoria que se “baseia no conceito de seleção, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias”, o que, conseqüentemente, conduz a uma “visão limitada do processo de produção das notícias”.⁴⁴⁵ Ainda assim, apesar de as primeiras pesquisas identificarem somente o caráter individual da atividade do *gatekeeper*, as fases seguintes dessa teoria passaram a considerar a concepção de que o processo de seleção é hierarquicamente ordenado e ligado a uma complexa rede de *feed-back*.⁴⁴⁶

Dessa forma, partindo dessa realidade que reconhece a existência de um complexo processo informativo, as pesquisas mais recentes no campo do jornalismo ressaltam a importância de se compreender *como* ocorre essa filtragem tendo em vista que durante esse processo podem estar envolvidos muito mais do que uma simples recusa ou aceitação.⁴⁴⁷ Segundo o Mauro Wolf, a função de *gatekeeper* junto aos *mass media* inclui todas as formas de controle da informação que podem ocorrer nesse complexo processo, de maneira que as

⁴⁴² WHITE, David Manning. O *gatekeeper*: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993. p. 145.

⁴⁴³ *Ibidem*, p. 145.

⁴⁴⁴ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 182.

⁴⁴⁵ TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001. p. 70

⁴⁴⁶ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p 181-182.

⁴⁴⁷ *Ibidem*, p. 182.

decisões também passam por selecionar outros atributos que envolvem a codificação da mensagem, a formação da mensagem, sua difusão, programação e exclusão integral ou não da mensagem.⁴⁴⁸

Em face disso, enquanto os primeiros estudos sobre *gatekeepers* somente associavam o conteúdo dos jornais ao trabalho de seleção de notícias executado pelo jornalista, os mais recentes estudos relacionam a produção de notícias à imagem da realidade social que é fornecida pela mídia juntamente com a organização e produção rotineira dos aparelhos jornalísticos. Com isso, são analisadas as deformações dos conteúdos informativos não somente em face da atuação do jornalista; mas, em especial, pela forma como se encontra organizada e institucionalizada a profissão junto aos meios de comunicação.

Outro aspecto interessante a ser considerado para uma melhor compreensão da teoria do *gatekeeper* relaciona-se com os estudos sobre noticiabilidade ou de valores-notícia⁴⁴⁹ que, segundo Johan Galtung e Mari Holmboe Ruge, se sobreporiam à subjetividade do jornalista no momento de atuar como *gatekeeper*. Em um clássico trabalho publicado em 1965, no *Journal of Peace Research*, os referidos autores analisaram a forma como foi realizada a cobertura dos jornais noruegueses em relação às crises políticas ocorridas em 1963 no Congo, Cuba e Chipre.⁴⁵⁰

A partir desse estudo, os autores elaboraram uma tipologia formada por doze fatores capazes de explicar a produção das notícias, sendo que tais fatores não são independentes uns dos outros, pois podem ser estabelecidas inter-relações entre eles. Os fatores podem ser sintetizados conforme o Quadro 4:

Quadro 4 – Doze fatores que explicam a produção das notícias segundo Galtung e Ruge

<i>Fator</i>	<i>Descrição</i>
1. <i>Frequência</i>	Eventos que ocorrem com mais frequência e eventos que ocorreram recentemente possuem maior probabilidade de serem recordados pela mídia e transformados em notícias;

⁴⁴⁸ *Ibidem*.

⁴⁴⁹ Os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade são abordados por Mauro Wolf quando analisa o *newsmaking*. Tendo em vista que o referido autor vem pautando o presente estudo como teoria de base para a compreensão das teorias da comunicação, tais elementos serão analisados com mais detalhes somente no próximo item juntamente com a análise específica do *newsmaking*.

⁴⁵⁰ GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. The Structure of Foreign News: the presentation of the Congo, Cuba, and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. In: **Journal of Peace Research**. Vol. 2 (1), p. 64-91.

2. Amplitude	A intensidade ou magnitude de um evento faz com que o mesmo ganhe intensidade na percepção das pessoas transformando-se em notícias;
3. Clareza	Quanto mais clareza e menos ambiguidade possuir um evento, mais provavelmente ele se tornará uma notícia;
4. Relevância e proximidade	Quanto mais significativo for o evento e quanto maior for a proximidade geográfica e cultural mais provável será a sua seleção, tendo em vista que os <i>gatekeepers</i> tem os mesmos referentes;
5. Consonância	A presença de uma predisposição por parte dos selecionadores de notícias (<i>gatekeepers</i>) ao já possuírem uma pré-imagem de determinados fatos ou eventos aumenta as probabilidades de se tornar notícia;
6. Imprevisão	Quanto mais inesperado e raro for um acontecimento, maior será sua chance de ser selecionado como notícia;
7. Continuidade	A cobertura contínua por parte da mídia também favorece a permanência do evento sob a atenção dos jornalistas, dessa forma, os assuntos já noticiados tem grande probabilidades de se tornarem novamente notícia;
8. Composição	Um evento pode ser transformado em notícia não somente por seus valores, mas porque ele consegue se balancear com o restante das notícias;
9. Referência às nações de elite	Os acontecimentos oriundos das nações de elite são vistas com grandes consequências para as ações de outras nações, por isso possuem grandes probabilidades de se tornar notícia;
10. Referência à elite popular	As ações da elite popular (famosos, por exemplo) podem ser vistas como mais atrativas para se tornar notícias do que as ações de outras pessoas desconhecidas;
11. Referência a pessoas	As notícias que apresentam eventos como ações de pessoas individuais são mais facilmente comunicadas em comparação àquelas que são resultado de forças sociais;
12. Referência a algo negativo	As notícias com caráter negativo por serem mais inesperadas que as notícias positivas, tanto no sentido de que os acontecimentos referidos são mais raros e que são menos previsíveis, possuem mais chances de serem transformados em notícias;

Fonte: elaborado e traduzido pelo autor a partir de: GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. The Structure of Foreign News: the presentation of the Congo, Cuba, and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. In: **Journal of Peace Research**. v. 2, n. 1, p. 64-91, 1965

A partir do exame desses fatores, é possível perceber que se um acontecimento se enquadra fortemente em um dos critérios, ou se enquadra de maneira branda em vários deles, tem grandes probabilidades de se tornar notícia. Nota-se, ainda, que a intenção dos autores com esse estudo era identificar os motivos pelos quais certos eventos são transformados em notícias enquanto outros não e, portanto, após análises dos jornais, os autores concluem que existem três motivos principais que favorecem que um fato social se transforme em notícia.

O primeiro desses motivos relaciona-se com a satisfação do maior número de

fatores apresentados pelos autores como definidores de noticiabilidade (*selection*). O segundo é que cada elemento de um acontecimento selecionado pelo jornalista deve despertar o interesse e acentuar alguns dos fatores indicados como definidores de noticiabilidade, para que possa ser transformado em notícia (*distortion*). E, por fim, o terceiro motivo é que em todas as etapas do processo de construção da notícia é possível encontrar procedimentos de seleção e distorção dos fatos, o que pode ocorrer desde a ocorrência do fato em si, até a sua difusão e recepção pelo público (*replication*).⁴⁵¹

O estudo de Galtung e Ruge recebeu muitas críticas por analisar, especificamente, momentos de crise internacional, o que poderia comprometer as conclusões a que os autores chegaram. Da mesma forma, outros autores criticaram a lista de fatores de noticiabilidade apresentada, sustentando que ela não considera os elementos visuais que podem afetar os conteúdos dos textos (fotos impactantes, por exemplo).⁴⁵² Além disso, para Stuart Hall, a listagem somente identifica os elementos formais do processo de construção das notícias, sem, contudo, considerar ou explicar o papel das forças ideológicas existentes e atuantes sobre cada um dos elementos apresentados.⁴⁵³ Hall destaca que os valores-notícia não podem ser considerados tão somente como uma estrutura independente de conhecimento que conduzem a produção de notícias como se fosse resultado de um conjunto de práticas rotineiras neutras. Em face disso, o autor sustenta que é necessário levar em consideração que os valores-notícia formalmente estabelecidos também sofrem influência de toda uma estrutura ideológica que age no processo de produção das notícias.⁴⁵⁴

É em face desses elementos que se deve perceber que, geralmente, o espaço de seleção de informações por parte do jornalista não é tão amplo e exercido de forma autônoma como sustentado nos estudos pioneiros sobre *gatekeeper*, pois grande parte do exercício da função é exercida mediante execução de ordens previamente estabelecidas pelos donos do jornal. Além disso, outros fatores interferem na aplicação dessa teoria tal como foi inicialmente pensada. Na era da *Internet*, por exemplo, em face da maior liberdade de espaço nas publicações *on-line*, há possibilidade de que todos os assuntos ganhem espaço nesse mundo virtual, apesar de serem descartados pelos meios de comunicação tradicionais. Além

⁴⁵¹ GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. The Structure of Foreign News: the presentation of the Congo, Cuba, and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. In: **Journal of Peace Research**. v. 2, n.1, 1965, p. 71.

⁴⁵² HALL, Stuart. The determinations of news photographs. In: COHEN, Stanley; YOUNG, Jock. (Orgs.). **The manufacture of news: social problems, deviance and the mass media**. London: Constable; Beverly Hills (CA): Sage, 1973. p. 226-243.

⁴⁵³ *Ibidem*, p. 237-242.

⁴⁵⁴ *Ibidem*.

disso, em face das possibilidades de cada pessoa também poder expressar suas opiniões e relatar ao mundo certos acontecimentos por meio de *sites* individuais (*blogs*, em especial) qualquer um também pode ser um pré-selecionador de acontecimentos que poderão, dependendo do impacto causado na rede, servirem de fonte para os meios tradicionais. Essa facilidade de expor cada vez mais conteúdos sem uma preocupação com o espaço reservado a elas dentro dos jornais, também faz emergir um curioso fenômeno que é o de os próprios jornalistas possuírem sites onde publicam suas reportagens, muitas delas só existentes no mundo virtual.⁴⁵⁵ Em face de todo esse contexto, a análise da próxima teoria (*newsmaking*) propiciará uma identificação mais adequada sobre como ocorre o processo de construção das notícias e não somente desse processo de seleção de notícias.

2.2.3 A construção da notícia e a teoria do *newsmaking*

A hipótese do *newsmaking* é considerada mais uma teoria do jornalismo do que uma teoria da comunicação tendo em vista a ênfase dada “à potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícia”.⁴⁵⁶ Os estudos sobre o *newsmaking* aperfeiçoam as investigações sobre o *gatekeeper* tendo em vista que apresentam mais detalhes sobre a rotina de trabalho junto aos meios de comunicação investigando como ocorre o processo de industrialização das notícias, ou seja, como se dá o processo em que os profissionais da mídia avaliam os valores de certos acontecimentos de forma a transformá-los ou não em notícias.

Esses estudos, além de fornecerem um método de pesquisa⁴⁵⁷ sobre a produção de

⁴⁵⁵ Segundo Lévy "a palavra virtual vem do latim mediaval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. [...] O virtual tende a atualizar-se, sem ter passado no entanto à concretização efetiva ou formal. A árvore está virtualmente presente na semente. Em termos rigorosamente filosóficos, o virtual não se opõe ao real mas ao atual: virtualidade e atualidade são apenas duas maneiras de ser diferentes". Além disso, "o virtual só eclode com a entrada da subjetividade humana no circuito, quando num mesmo movimento surgem a indeterminação do sentido e a propensão do texto a significar, tensão que uma atualização, ou seja, uma interpretação, resolverá na leitura". LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed.34, 1996. p. 15; 40.

⁴⁵⁶ HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas, tendências.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 203.

⁴⁵⁷ A pesquisa sobre *newsmaking* é caracterizada pela utilização da técnica da observação participante a qual permite que sejam reunidas e obtidas, de forma sistemática, todas as informações e dados fundamentais acerca das rotinas produtivas operantes na indústria da mídia. Dessa forma, os dados são recolhidos pelo pesquisador que se encontra presente no ambiente que é objeto de estudo, seja com a observação sistemática de tudo o que acontece, seja por meio de conversas ou entrevistas com as pessoas que colocam em prática os processos produtivos. WOLF, Mauro. **Teorie...** *Op. cit.* p.186-187

notícias, fornecem elementos de compreensão acerca dos valores-notícia, que são os componentes da noticiabilidade de um fato. É importante destacar que o processo de seleção dos *gatekeepers* nem sempre se mostra suficiente, pois certas filtragens ficam somente na esfera dentro/fora do jornal – notícia/não-notícia. É em face desse contexto que se inserem os estudos do *newsmaking*, ao enfrentarem outros dilemas dentro do processo de criação das notícias.

Dentre esses dilemas encontra-se a difícil tarefa de decidir, a partir das notícias selecionadas quais devem estar nas capas dos jornais e quais devem receber mais espaço e atenção. Assim, a seleção dos fatos noticiosos se estende em um processo muito mais complexo, em que não basta somente selecionar, mas também é preciso hierarquizar os fatos para que se possa distribuir a atenção dentro do jornal.

De acordo com Mauro Wolf, esses valores são a resposta para as seguintes perguntas: “que imagem do mundo fornecem os noticiários televisivos? Como se associa essa imagem às exigências quotidianas da produção de notícias, nas organizações radiotelevisivas?”⁴⁵⁸ As pesquisas do *newsmaking*, decorrentes dessas duas perguntas, se articulam dentro de dois limites que definem o âmbito e expõem os problemas enfrentados pela abordagem do *newsmaking*: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos. Assim, o ponto central do *newsmaking* reside em identificar as conexões e relações existentes entre esses dois aspectos.⁴⁵⁹

Mauro Wolf ainda destaca que o objetivo declarado de qualquer órgão de informações é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes. Contudo, dada a superabundância de informação, faz-se necessário realizar uma filtragem nesses acontecimentos mediante a adoção de um conjunto de critérios que definem a noticiabilidade (*newsworthiness*) de cada acontecimento.⁴⁶⁰ Os resultados das pesquisas do *newsmaking* trouxeram uma percepção contrária do que se propala através dos meios de comunicação de massa, de que as notícias são simplesmente o relato de acontecimentos, da forma mais objetiva possível. O conjunto de critérios de relevância dos acontecimentos que irão definir a sua noticiabilidade é construído a partir da relação entre a cultura profissional, a organização do trabalho, entre outros condicionamentos.

⁴⁵⁸ Tradução livre do original em italiano: “Quale immagine del mondo danno i notiziari radiotelevisivi? Come si correla questa immagine alle esigenze quotidiane della produzione di notizie nelle organizzazioni radiotelevisive? WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 188.

⁴⁵⁹ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 189.

⁴⁶⁰ *Ibidem*, p. 190

A noticiabilidade, portanto, é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos para que possam ser transformados em notícias, sendo que aqueles que não se enquadrarem neles serão excluídos desse processo.⁴⁶¹ Em face disso, notícia é o que os jornalistas, dentro de alguns condicionamentos, definem como sendo notícia.⁴⁶² Sendo assim, é também de grande importância observar tudo o que deixa de ser notícia, e como os silêncios dos jornais também podem ser significativos nesse sentido.

Mauro Wolf afirma que "a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, dentre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias".⁴⁶³ A noticiabilidade, todavia, encontra-se regada por valores-notícia (*news values*) que podem ser definidos como o "conjunto de elementos e princípios através dos quais os acontecimentos são avaliados pelos meios de comunicação de massa e seus profissionais em sua potencialidade de produção de resultados e novos eventos, se transformando em notícia" sendo que tais valores não podem e nem devem ser analisados isoladamente.⁴⁶⁴

Assim, os valores-notícia são um dos componentes da noticiabilidade, e servem de resposta à seguinte pergunta: "quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?"⁴⁶⁵

Conforme refere Mauro Wolf, os valores-notícia são utilizados de duas maneiras. A primeira é enquanto critério de seleção dos elementos e fatos que devem ser incluídos no produto final, desde o material disponível até a redação. A segunda maneira é como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, omitido, ou o que

⁴⁶¹ *Ibidem*.

⁴⁶² Como destaca Gaye Tuchman: "contando relatos de la vida social, la noticia es un recurso social. Fuente de conocimiento, fuente de poder, La noticia es una ventana al mundo". TUCHMAN, Gaye. **La producción de La noticia**: estudios sobre La construcción de La realidad. Tradução de Héctor Borrat. Barcelona: Gustavo Gili, 1983. p. 232.

⁴⁶³ Original em italiano: "[...] la notizia è costituita dal insieme di criteri, operazioni, strumenti con cui gli apparati di informazione affrontano il compito di scegliere quotidianamente, da un numero imprevedibile e indefinito di accadimenti, una quantità finita e tendenzialmente stabile di notizie". WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 191.

⁴⁶⁴ HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas, tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 208.

⁴⁶⁵ Original em italiano: "quali eventi sono ritenuti sufficientemente interessanti, significativi, rilevanti, per essere trasformati in notizie?". WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 196.

deve ser dado prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público.⁴⁶⁶ Dessa forma, Wolf sintetiza referindo que os valores-notícia são “regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redatoriais”.⁴⁶⁷ Ou, ainda, nas palavras de Golding e Elliott: “Os valores/notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou cuja ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são as suas possibilidades de ser incluído”.⁴⁶⁸

Dessa forma, pode-se sintetizar, referindo que os valores notícia sevem como um mapa ou esquema que auxilia e orienta o trabalho do jornalista no processo de identificação de quais acontecimentos possuem valor enquanto notícia. Assim, os autores que estudam o *newsmaking* e os valores-notícia apresentam diversas propostas de situações que devem ser avaliadas no processo de seleção das notícias. Conforme já referido, em 1965, Galtung e Ruge ao realizarem o primeiro estudo sobre a estrutura das notícias internacionais e sobre a técnica de aplicação dos valores-notícia e, principalmente, ao se questionarem sobre como os acontecimentos se transformam em notícias, apresentaram doze valores-notícia, sendo eles: frequência, amplitude, clareza ou falta de ambiguidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.

Mauro Wolf, com base nos estudos dos principais autores do *newsmaking*, procura classificar os valores-notícia de acordo com o seu conteúdo, a disponibilidade de material e critérios relativos ao produto informativo, ao público e à concorrência.⁴⁶⁹ A primeira categoria de considerações diz respeito ao acontecimento se transformar em notícia; a segunda, ao conjunto dos processos de produção e realização; a terceira, à imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários e a última diz respeito às relações entre os *mass media* existentes no mercado informativo. O quadro a seguir sintetiza esses principais elementos dos valores-notícias apresentados na obra de Wolf.

⁴⁶⁶ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 197.

⁴⁶⁷ Tradução livre do original em italiano: [...] regole pratiche comprendenti un corpus di conoscenze professionali che implicitamente, e spesso esplicitamente, spiegano e guidano le procedure lavorative redazionali. *Ibidem*, p. 197.

⁴⁶⁸ Tradução livre do original em italiano: “I valori/notizia sono qualità degli eventi o della loro costruzione giornalistica, la cui relativa assenza o presenza li raccomanda per l’inclusione in un prodotto informativo. Più un evento esibisce tali qualità, maggiori sono le sue chances di essere incluso”. GOLDING, P.; ELLIOTT, P. *Making the news*. London: Longman, 1979. p. 114. *apud* WOLF, Mauro. **Teorie...** p. 197.

⁴⁶⁹ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22 ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 201.

Quadro 5 – Classificação dos valores notícia⁴⁷⁰

CRITÉRIOS	VARIÁVEIS	DESCRIÇÃO
Critérios substantivos (relacionados ao conteúdo do acontecimento em si)	Importância: Grau e nível hierárquico dos indivíduos	Quanto mais o fato disser respeito a pessoas famosas ou países de elite, maiores são as probabilidades de se transformar em notícia mesmo que tais fatos não sejam do interesse do público, tendo em vista que esse elemento refere-se a algo que o público deve conhecer.
	<i>Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional</i>	Relaciona-se com a importância que o acontecimento possui em termos de capacidade de influir ou de incidir no interesse interno do país onde a notícia será publicada. Além disso, insere-se aqui o valor - notícia da proximidade, quer enquanto vizinhança geográfica, quer como afinidade cultural.
	<i>Quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento</i>	Quanto maior o número de envolvidos, naturalmente maior noticiabilidade. Esse critério também sofre influência com o fator geográfico de modo que um desastre de pequenas proporções, mas que ocorre nas proximidades, tem chances de ser noticiado da mesma forma que uma catástrofe que atingiu mais vítimas mas de algo que ocorreu muito longe.
	<i>Relevância e significatividade de do acontecimento</i>	Relaciona-se com a evolução futura de uma determinada solução, assim, fatos cujas consequências podem se desdobrar no tempo são mais noticiáveis do que aqueles que se esgotam em si mesmos;
	Interesse	O interesse da notícia está ligado à capacidade de entretenimento que a mesma traz. Dessa forma, são interessantes as notícias que procuram dar uma interpretação de um acontecimento baseada no aspecto do interesse humano, do ponto de vista insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção.
Critérios relativos ao produto ⁴⁷¹ (relacionado à disponibilidade de materiais)	Disponibilidade	Quanto mais disponível um evento for para os jornalistas maiores serão as chances de ser noticiado. A análise concentra-se, portanto, em identificar se o acontecimento já se encontra estruturado de modo a ser facilmente coberto ou se requer grande dispêndio de meios para cobri-lo.
	Brevidade	As notícias devem ser limitadas aos seus elementos imprescindíveis para a compreensão do público, caso contrário não haverá espaço para uma mínima seleção dos acontecimentos do dia;

⁴⁷⁰ O quadro foi elaborado essencialmente a partir da obra de Mauro Wolf e de Antonio Hohlfeldt. Todavia, tais autores se utilizam de diversos outros estudos para elaborarem suas categorias sendo que no caso de Wolf encontra-se notadamente a presença das categorias propostas por Galtung e Ruge, as quais foram apresentadas anteriormente quando se analisou a teoria do *gatekeeper*.

⁴⁷¹ Nos critérios de relevância relativos ao produto, engloba-se também aquele que se refere à notícia como resultado de uma ideologia da informação, baseada, por sua vez, na história dos sistemas informativos e do jornalismo. Esclarece-se eficazmente um dos ditos jornalísticos mais difundidos: *bad news is good news*. E isto, não porque os jornalistas sejam mais macabros ou menos sensíveis às coisas belas da vida do que as outras pessoas. Isso reflete apenas o fato inevitável de que os leitores se interessarão por uma história que os impressione e, pelo contrário, ignorarão uma notícia de rotina. Além disso Os critérios relativos ao produto são aplicados a cada notícia mas, quanto menos importante é a notícia, mais eles entram em jogo na sua avaliação. Além disso, permitem optar entre notícias de relevo semelhante. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 264.

	Atualidade	A atualidade é outro fator a ser observado, tendo em vista que notícias repetitivas devem ser excluídas dos noticiários. A análise desse elemento dá-se, inicialmente, pelos próprios jornalistas que avaliam a atualidade pelo fato de a notícia também ser atual para eles próprios pois, se assim o for, também será para o público. Aqui se enquadram as notícias sobre descobertas científicas ou novas modas que já podem ser antigas para suas fontes mas ainda inexplorado pela mídia, o que conduz a conclusão de que a atualidade é algo que pode ser criada pelos jornalistas.
	Qualidade	A qualidade da história a ser noticiada requer o atendimento de algumas qualidades do fato: - ação: a notícia é tanto melhor quanto mais ilustra, visualmente, uma ação, um momento que realça o fato; - ritmo: nos casos em que a notícia é intrinsecamente desprovida de ação, procura-se torná-la menos aborrecida, recorrendo a vários processos de exposição ou apresentação; - caráter exaustivo: devem-se fornecer todos os pontos de vista sobre um assunto controverso, ou que se dá o mais possível de dados cognoscitivos acerca de um determinado acontecimento; - clareza da linguagem: tendo em conta que é impossível para o telespectador voltar ao que não compreendeu ou ao que não é claro;
	Equilíbrio	Refere-se à composição equilibrada do noticiário no seu conjunto. O limiar de noticiabilidade de certos fatos depende da quantidade de uma determinada categoria de acontecimentos que já existe no produto informativo: se não existe, a notícia tem probabilidades de passar, mesmo que não seja muito importante, precisamente porque serve para equilibrar a composição global do noticiário. Assim, deve-se distribuir igualmente, em relação aquela edição do jornal, por exemplo, temas diversos passando por análises que transitam da política à economia, do local ao internacional, etc. A forma mais explícita, recorrente e formalizada de equilíbrio, diz, naturalmente, respeito à cobertura informativa das forças políticas e partidárias.
Crítérios relativos ao meio de informação (relacionados com a quantidade de tempo usado para a veiculação da informação)	Bom material visual	A existência de imagens (fotografias ou filmagens) relacionadas a um determinado fato faz com que as notícias tornem-se mais longas e ganhem mais destaque. Além disso, a presença de um enviado ao local, disponibilidade de entrevista dos envolvidos, ou outros modos particulares de apresentar a notícia, contribuem diretamente para o seu prolongamento temporal principalmente quando as imagens ilustram de forma significativamente os aspectos do acontecimento noticiado.
	Frequência	A frequência de um acontecimento refere-se ao lapso de tempo necessário para que esse acontecimento tome forma e adquira significado, dessa forma, quanto maior a frequência do acontecimento se assemelhar à frequência do meio de informação, mais provável será a sua seleção como notícia por esse meio de informação. Assim, em face das atuais tecnologias empregadas pela mídia online essa categoria ganhou mais destaque pois na medida em que o fato possibilita uma continuidade em sua cobertura.
	Formato	O valor/notícia do formato diz respeito aos limites espaço-temporais que caracterizam o produto informativo. Ou seja, do ponto de vista da seleção dos acontecimentos noticiáveis, este critério de relevância facilita e confere maior rapidez à escolha, tendo em vista

		que impõe uma espécie de pré-seleção, ainda antes de serem aplicados os outros valores/notícia. Essa categoria relaciona-se ao número de serviços filmados que podem ser apresentados numa edição do noticiário, à sua duração, ao comprimento das peças, etc. O critério fundamental do valor/notícia "formato", que é partilhado por todos os meios de informação, é que as notícias só se tornam idôneas quando são estruturadas narrativamente. Em face disso, cada notícia deve ter uma introdução, uma parte central, de desenvolvimento, e uma conclusão, bem como, enquadrar-se dentro das características narrativas normalmente constantes nos manuais de redação em que cada meio de comunicação pré-delimita a forma como a informação será relatada
Crítérios relativos ao público (relacionados à imagem que o profissional ou o veículo possuem de seus receptores e a preocupação em atendê-lo)	Estrutura narrativa	A estrutura narrativa encontra-se relacionada a clareza da informação a ser transmitida ao receptor. Ou seja, o receptor deve ter condições de identificar junto a narrativa quais os personagens envolvidos no acontecimento, compreender qual a exata mensagem que o texto se propõe a transmitir. Para que isso ocorra o jornalista deve organizar o texto de maneira que o leitor mantenha a atenção e encontre a utilidade na informação ali presente mesmo quando se tratar de assuntos específicos ou de difícil compreensão tais como política, economia, ciência, etc.
	Proteção	A proteção se dá por meio da não noticiabilidade de fatos ou pormenores de acontecimentos cuja cobertura informativa (se presume) que provocaria traumas ou ansiedade no público ou feriria a sua sensibilidade ou os seus gostos. ⁴⁷²
Crítérios relativos à concorrência (relacionado à necessidade de as empresas de comunicação agir antecipadamente aos seus concorrentes)	Exclusividade ou "furo"	Os <i>mass media</i> competem na obtenção de exclusivos, portanto, agem de forma a se antecipar na busca por fatos noticiosos de forma que não percam a pauta para o seu concorrente.
	Expectativas recíprocas	A competição gera expectativas recíprocas, no sentido em que pode acontecer que unia notícia seja selecionada porque se espera que os <i>mass media</i> concorrentes façam o mesmo. Com isso, as expectativas recíprocas transformam-se num laço comum: desencorajam as inovações na seleção das notícias, que poderiam suscitar objeções por parte dos níveis hierárquicos superiores, o que, por sua vez, contribui para a semelhança das coberturas informativas entre noticiários ou jornais concorrentes. A competição tem também como consequência contribuir para o estabelecimento dos parâmetros profissionais, dos modelos de referência. Na situação americana, por exemplo, esta função é desempenhada pelo <i>New York Times</i> e pelo <i>Washington Post</i> ;

Fonte: elaborado pelo autor a partir de informações presentes em: WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22 ed. Milão: Bompiani, 2006; e HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas, tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

⁴⁷² Interessante referir que tal critério de seleção dos fatos a serem noticiados comumente é ignorado por certos meios de comunicação. É cada vez mais comum em certos meios, especialmente na TV, se encontrar relatos de fatos que geram pânico ou ansiedades desnecessárias por meio da divulgação de informações de acidentes, por exemplo, em que as informações são incompletas ou, ainda, coberturas de catástrofes naturais onde ainda não se sabe precisar os seus exatos motivos mas os meios de comunicação começam a cogitar inconsequentemente as suas causas. O fortalecimento do espetáculo midiático que, por vezes, resulta num aumento da audiência demonstra que esse valor-notícia sofreu uma mutação e, hoje, poderia, muito bem, ser redesenhado sob a categoria de exposição inconsequente com vistas a não perder audiência.

No que tange à listagem apresentada anteriormente, cumpre frisar que os valores-notícia possuem caráter dinâmico, mudando com o passar do tempo, sendo que isso pode ser identificado, por exemplo, na cobertura que a mídia faz dos chamados “*single issue movements*”, ou seja, aqueles movimentos de opinião que se solidificaram na sociedade em torno de problemas simples, ultrapassando as tradicionais divisões e estratificações ideológico-partidárias, tal como ocorre com o movimento ambientalista, que cada vez mais ganha espaço na mídia.⁴⁷³

Também é interessante notar que o surgimento do interesse em noticiar certos acontecimentos, que até então não recebiam tanta atenção, é plenamente visível nas questões ambientais, conforme será analisado no próximo capítulo. De qualquer forma, cumpre destacar que a razão desse interesse pelas questões ambientais deve-se ao atendimento a certos requisitos de noticiabilidade que esses movimentos conseguiram gradualmente atingir.

Assim, segundo Mauro Wolf, a mídia acabou sendo conduzida por razões estruturais a falar desses movimentos e a difundir sua imagem. Outra consequência interessante é que esses movimentos também acabam por se tornar fontes estáveis dos órgãos de informação. Wolf sintetiza, referindo que “cada novo setor, tema, argumento ou assunto que represente uma ampliação da esfera informativa, se torna regularmente ‘noticiado’, na medida em que se verifica um reajustamento e uma redefinição dos valores/notícia.”⁴⁷⁴

Mostra-se importante destacar ainda que nem todos os valores-notícia são igualmente importantes. Ou seja, a importância de cada um é variável conforme o tipo de notícia. Mauro Wolf ressalta que se os valores-notícia fossem igualmente relevantes isso faria com que os jornalistas não conseguissem executar o seu trabalho, pois não teriam tempo para levar todos em consideração. Dessa forma, alguns são relevantes sempre, todavia, o número e a combinação pertinente para as notícias variam.⁴⁷⁵ Essa observação de Wolf reforça o que ele chama de “natureza negociada da noticiabilidade”,⁴⁷⁶ ou seja, os critérios relevantes são variáveis, ainda de uma forma limitada, conforme certos fatores. Assim, a transformação de um acontecimento em notícia é o resultado de uma ponderação entre avaliações relativas a elementos de peso, relevo, rigidez diferentes quanto aos procedimentos produtivos. Por tais razões os valores-notícia são instrumentalizados simultaneamente, sendo que é muito pouco

⁴⁷³ WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 200.

⁴⁷⁴ Original em italiano: “[...] ogni nuovo settore, tema, argomento o soggetto che rappresenta un ampliamento della sfera informativa, diventa regolarmente “notiziato” nella misura in cui avviene un riaggiustamento e una ridefinizione dei valori/notizia”. *Ibidem*. p. 200.

⁴⁷⁵ *Ibidem*, p. 216.

⁴⁷⁶ Original em italiano: “natura negoziata della notiziabilità”. *Ibidem*.

provável que um fato noticiável contenha apenas um dos critérios. Esses valores adquirem significado dentro das rotinas produtivas, que, segundo Wolf, se dão em três fases: coleta, seleção e apresentação das informações.⁴⁷⁷ A fase de coleta de informações é aquela na qual ocorre a busca por elementos fáticos relevantes e que, posteriormente, serão selecionados (fase de seleção) para se tornarem ou não notícias. E, por fim, a fase de apresentação é aquela onde ocorre a edição final das informações visando à apresentação da notícia.

No que tange especificamente à fase de coleta de informações, é interessante notar que atualmente são as notícias que procuram os jornalistas e não o contrário.⁴⁷⁸ Isso porque na maior parte dos veículos de comunicação, as informações têm como fonte as agências de notícias, nacionais e internacionais, e fontes oficiais e institucionais. A coleta de informações recebe a influência da necessidade de existir um fluxo constante e seguro de notícias que garanta a execução contínua do processo de produção junto aos meios de comunicação. Isso, conseqüentemente, conduz a uma atitude de privilegiar os canais de coleta e as fontes que melhor satisfazem essa exigência, ou seja, as fontes institucionais e as agências de notícias.⁴⁷⁹

As fontes, parte essencial da coleta de informações, são todos aqueles que fornecem informações ao jornalista. Antonio Hohlfeldt classifica as fontes segundo os critérios sintetizados no Quadro 6.

Quadro 6 – Classificação dos tipos de fontes jornalísticas

Classificação	Tipo de fonte	Descrição
Quanto ao relacionamento com instituições de administração pública ou empresarial.	<i>institucionais</i>	É aquela que expressa a posição formal em nome de alguém ou de alguma instituição.
	<i>oficiosas</i>	É a fonte que, apesar de integrar uma estrutura administrativa, deseja não ser identificada, pois a informação prestada pode ser contrária à posição do órgão ao qual se encontra submetida;
Quanto à prática de fornecimento de informações	<i>ativas</i>	Tomam a iniciativa da informação (nesse tipo de fonte ganha destaque o papel desempenhado pelas ONGs).
	<i>passivas</i>	Manifestam-se somente quando são procuradas ou provocadas.
Quanto à continuidade de suas atividades	<i>provisórias</i>	Constituem-se diante de um fato ou acontecimento isolado (exemplo: durante um incêndio num prédio o porteiro pode se transformar numa fonte provisória).
	<i>estáveis</i>	É aquela a quem os profissionais da comunicação recorrem com maior frequência quando pretende obter algum tipo específico de informação.

⁴⁷⁷ *Ibidem*, p. 219.

⁴⁷⁸ WOLF, Mauro. *Teorie delle comunicazioni di massa*. 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 221.

⁴⁷⁹ *Ibidem*, p. 221.

Quanto à localização espacial ⁴⁸⁰	<i>centrais</i>	Constituídas por aqueles que integram os grandes centros de decisão ou as agências situadas nos grandes centros.
	<i>regionais / territoriais</i>	Situadas em locais provisoriamente importantes diante do desdobramento de certo acontecimento;
	<i>fontes de base</i>	São aquelas com particularidades, quer relativas a certo eventos ou áreas de atuação (um exemplo é o das ONGs ambientalistas tais como <i>Greenpeace</i> , WWF, etc. que prestam informações sobre assuntos específicos relacionados a proteção ambiental)

Fonte: elaborado pelo autor a partir de: HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas, tendências.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 216-217.

A partir da classificação acima, deve-se ressaltar, ainda, que as opções entre as diversas fontes determinam o rumo da notícia, e refletem pontos de vista. Dessa forma, o tipo de rede de fontes que os órgãos de comunicação estabelecem para o funcionamento de suas atividades reflete “por um lado, a estrutura social e de poder existente e, por outro, organiza-se a partir das exigências dos procedimentos produtivos. *As fontes que se situam à margem destas duas determinações, muito dificilmente podem influir, de forma eficaz, na cobertura informativa*”.⁴⁸¹ A regularidade na utilização de determinadas fontes deve-se ao fato de elas preencherem alguns requisitos importantes para a constância da atividade jornalística. Em primeiro lugar, as fontes que têm informações contínuas suprem a necessidade de dispor de notícias.

Da mesma maneira, a produtividade das fontes, a sua proximidade física, a credibilidade de que dispõem a garantia das informações que repassam e a sua respeitabilidade, são os fatores que determinam a permanência de determinadas fontes nas páginas dos jornais.⁴⁸² Como bem refere Herbert Gans, aqueles que detêm o poder econômico ou político podem, facilmente, ter acesso aos jornalistas e são acessíveis a estes; aqueles que não têm qualquer poder, mais dificilmente se transformam em fontes e não são procurados pelos jornalistas até as suas ações produzirem efeitos noticiáveis enquanto moral ou

⁴⁸⁰ Segundo Antonio Hohlfeldt essa categoria “interfere no funcionamento, peso e importância de suas informações”. HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas, tendências.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. p. 217.

⁴⁸¹ Original em italiano: “[...] da um lato la struttura sociale e di potere esistente, e dall’altro si organizza sulla base delle esigenze poste dalle procedure produttive. *Le fonti che si trovano ai margini di queste due determinazioni molto difficilmente possono influire in maniera efficace sulla copertura informativa*”. WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa.** 22. ed. Milão: Bompiani, 2006. p. 224. (Grifos no original).

⁴⁸² *Ibidem.*

socialmente negativos.⁴⁸³

Como bem destaca Gaye Tuchman, os meios de comunicação encaminham seus jornalistas para as “instituições legitimadas” onde se espera que possam encontrar relatos que vão atrair a atenção dos consumidores de notícias contemporâneos.⁴⁸⁴

Em face disso, as informações colhidas nesses locais possuem mais força de transformar em notícias e ao mesmo tempo reafirmam e reforçam a legitimação pública dessas organizações.⁴⁸⁵ Consequentemente, as demais fontes, principalmente as não oficiais, acabam sendo sub-representadas nas páginas dos jornais, o que demonstra a seletividade e distorção da informação que chega até o público consumidor.

No próximo capítulo será dada continuidade à compreensão dos diversos elementos teóricos relativos à mídia. Todavia, a atenção estará focada em sua relação com a política internacional e com a sua emergência nas Relações Internacionais.

⁴⁸³ GANS, Herbert J. **Deciding What's news:** a study of CBS Evening News, NB Nightly News, Newsweek and Time. New York: Pantheon, 1979. p. 81.

⁴⁸⁴ TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia:** estúdios sobre La construcción de La realidad. Tradução de Héctor Borrat. Barcelona: Gustavo Gili, 1983. p. 34.

⁴⁸⁵ *Ibidem*, p. 35.

3 A EXPANSÃO DA COMUNICAÇÃO POLÍTICA INTERNACIONAL E A EMERGÊNCIA DA MÍDIA NAS RELAÇÕES INTERNACIONAIS

A Comunicação Política Internacional se constitui em um campo extraordinário de observação dos efeitos que a mídia pode exercer junto às relações internacionais. Surgida no período entreguerras, obteve autonomia enquanto campo de pesquisa próprio somente após a Segunda Guerra Mundial.

Desde a sua origem, atrelada à propaganda política, até a utilização enquanto mecanismo de guerra psicológica entre Estados Unidos e União Soviética durante a Guerra Fria, as interações entre política e meios de comunicação de massa foram marcantes. Nas décadas finais do século passado, esse protagonismo midiático junto ao cenário internacional ganhou novo impulso mediante adoção de novas tecnologias da informação e comunicação, que passaram a permitir uma maior velocidade na circulação global das informações e na expansão das redes de comunicação.

Esse incremento tecnológico permitiu que os focos de análise da Comunicação Política Internacional deixassem a compreensão tão somente das interações entre política interna, opinião pública e mídia, para se preocupar com um espaço muito mais expressivo que é o da comunicação em âmbito mundial, em face do reconhecimento de que a difusão de uma boa imagem internacional dos Estados, veiculadas pelas mais diversas mídias, constitui-se numa prática imprescindível na atualidade. Além disso, emerge recentemente um campo de reflexão acerca do papel desempenhado pela mídia em situações de conflitos internacionais, cujos efeitos são potencializados dentro das novas mídias que emergem diante da expansão das tecnologias da informática. Frente a tais circunstâncias, a mídia apresenta características bastante peculiares ao funcionar enquanto ator das Relações Internacionais e, ainda, mantendo sua tradicional função de servir de espaço de discussão junto aos demais atores.

A partir da compreensão sobre os possíveis efeitos da mídia apontados pelos teóricos da comunicação e mencionados no capítulo anterior, parte-se, agora, para uma identificação do papel da mídia internacional sob a ótica dos estudiosos ligados à política internacional. Por meio da análise conjunta de suas teorias, portanto, será possível identificar que a comunicação política emerge como uma área que requer uma compreensão mais específica, visando a uma identificação mais clara sobre os efeitos e influências da mídia perante as relações internacionais. Com isso, as teorias do *CNN Effect*, *agenda setting*, *real time policy* e *media diplomacy* permitirão análise mais adequada e sistemática acerca do papel

da mídia no cenário internacional e, com isso, reforçará a tese de que a mídia apresenta-se como ator em emergência no cenário internacional.

Em face disso, a seguir serão analisados alguns aspectos conceituais básicos envolvendo a comunicação de massa e a comunicação interpessoal, para posteriormente se discutir a interação existente entre os meios de comunicação e a política. Também serão analisadas as formas como ocorreram as primeiras conexões entre a mídia e as relações internacionais, por meio da verificação dos possíveis papéis que a mídia pode assumir dentro desse cenário. Por fim, serão examinados o comportamento da mídia em situações de conflitos e, especialmente, todas as complexidades e desafios decorrentes da inserção das novas mídias no cenário internacional

3.1 Comunicação de massa e comunicação interpessoal: refinando conceitos

O conceito de comunicação depende de diversas concepções que podem ser levadas em consideração, tendo em vista que o ato de comunicar é um fenômeno bastante complexo.⁴⁸⁶ A comunicação para John Thompson é “um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos”.⁴⁸⁷

Nesse sentido, uma primeira constatação a ser feita é de que a comunicação pode ser vista como um ato simples ou como processo dinâmico. A comunicação como ato simples de transmissão de uma mensagem por um emissor a um receptor é aquela que ocorre nas relações mais triviais do dia-a-dia. Nesse caso se está falando da comunicação em sua forma mais comum, ou seja, a comunicação interpessoal.

A comunicação enquanto processo complexo encontra-se atrelada a um sistema com características que lhe são peculiares. Enquanto a comunicação interpessoal apresenta-se

⁴⁸⁶ Michele Sorice apresenta diversas concepções para a comunicação. Essas concepções não são exclusivas, mas ajudam a compreender o complexo fenômeno do ato de comunicar. Assim, a autora propõe que a comunicação possa ser considerada como: a) contato; b) transferência de influência; c) passagem de informação; d) troca; e) relação social; e f) interpretação. SORICE, Michele. **Sociologia dei mass media**. Roma: Carocci, 2009. p. 18-22.

⁴⁸⁷ THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 5. ed. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 25.

linearmente estabelecida, o processo comunicativo de massa não é simples e nem linear, tendo em vista que exige um aparato técnico no uso da comunicação vinculada a uma estrutura organizada e que responde a uma pluralidade de lógicas econômicas, sociais e políticas.⁴⁸⁸

Ao analisar especificamente a expressão “comunicação de massa”, Thompson refere que se trata de uma “expressão infeliz”.⁴⁸⁹ Segundo o autor, o termo massa conduz a um engano. É certo que a expressão massa pode se referir a uma grande quantidade de indivíduos, mas não se deve atrelar o seu conteúdo apenas a uma “questão de quantidade”.⁴⁹⁰ Ou seja, “o que importa na comunicação de massa não está na quantidade de indivíduos que recebe os produtos, mas no fato de que estes produtos estão disponíveis em princípio para uma grande pluralidade de destinatários”.⁴⁹¹

Além disso, Thompson alerta para outro possível engano: acreditar que essa massa seja composta por um “vasto mar de passivos e indiferenciados indivíduos”.⁴⁹² Conforme já analisado anteriormente, esse é um conceito atrelado a uma época em que os estudos sobre a comunicação de massa acreditavam que a comunicação tinha um efeito direto e homogêneo na vida social, sem, contudo, se ocupar das faculdades críticas que o receptor das informações pode operar.

Assim, é preciso “abandonar a idéia de que os destinatários dos produtos da mídia são espectadores passivos, cujos sentidos foram permanentemente embotados pela contínua recepção de mensagens similares”.⁴⁹³ Também é necessário “descartar a suposição de que a recepção em si mesma seja um processo sem problemas, acrítico, e que os produtos são absorvidos pelos indivíduos como uma esponja absorve água”.⁴⁹⁴ Esse raciocínio é importante para se compreender o exato papel e poder dos meios de comunicação tanto no cenário interno e na vida social, bem como, em âmbito internacional. O autor observa que “suposições deste tipo têm muito pouco a ver com o verdadeiro caráter das atividades de recepção e com as maneiras complexas pelas quais os produtos da mídia são recebidos pelos indivíduos, interpretados por eles e incorporados em suas vidas”.⁴⁹⁵

⁴⁸⁸ SORICE, Michele. **Sociologia dei mass media**. Roma: Carocci, 2009. p. 24-25.

⁴⁸⁹ THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 5 ed. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 30.

⁴⁹⁰ *Ibidem*.

⁴⁹¹ *Ibidem*.

⁴⁹² *Ibidem*.

⁴⁹³ *Ibidem*. p. 31. Observação: Nas citações literais, os textos anteriores à reforma ortográfica de 2009, serão mantidos conforme constam no original.

⁴⁹⁴ *Ibidem*.

⁴⁹⁵ *Ibidem*.

Avançando na análise, Thompson afirma que o termo comunicação também pode ser enganador. Isso porque as formas como ocorrem as comunicações de massa são consideravelmente diferentes daquelas que ocorrem em uma comunicação tradicional. Em uma comunicação tradicional há um “intercâmbio comunicativo” e se estabelece um fluxo de comunicação de mão-dupla.⁴⁹⁶ Na comunicação de massa isso não se apresenta dessa forma; ou seja, “o fluxo de comunicação é esmagadoramente em sentido único”.⁴⁹⁷ Nesse processo, as mensagens são produzidas por sujeitos que estão longe de seus destinatários; além da distância, outros elementos estão presentes. A diferença no próprio contexto de produção das notícias é diferente da pluralidade de contextos inerentes aos diversos destinatários da mensagem comunicada. Assim, Thompson afirma que os “receptores das mensagens da mídia não são parceiros de um processo de intercâmbio comunicativo recíproco, mas participantes de um processo estruturado de transmissão simbólica”.⁴⁹⁸ Por essa razão, o autor explica que prefere, para tanto, utilizar as expressões “transmissão” ou “difusão” das mensagens da mídia, ao invés de “comunicação”.⁴⁹⁹

Percebe-se, portanto, que os dois tipos de comunicação não possuem uma diferença muito grande em sua essência, porém, no caso da comunicação de massa sua produção se dá por meio de um aparato técnico para a veiculação da mensagem. Uma das principais diferenças entre comunicação interpessoal e comunicação de massa é representada pelo *feedback*.⁵⁰⁰ Trata-se de uma “atividade do receptor, determinada, contudo, pelo emite”.⁵⁰¹ Ou seja, numa comunicação interpessoal, o emite pode adaptar sua mensagem mediante análise da reação do receptor. Na comunicação de massa essa percepção (*feedback*) não é possível, sendo que o *feedback* se dá de forma dedutiva. O emite não conhece o público (trata-se de uma massa indeterminada). Com isso, a análise da comunicação se dá somente após a emissão. Esse tipo de situação tem se atenuado com o avanço das novas tecnologias da informação, que propiciam aos meios de comunicação de massa um controle mais preciso da reação do público a mensagem transmitida. Assim, a natureza do *feedback* é uma das principais diferenças entre os dois tipos de comunicação, mas não é a única diferença.

⁴⁹⁶ THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.p. 31.

⁴⁹⁷ *Ibidem*.

⁴⁹⁸ *Ibidem*.

⁴⁹⁹ *Ibidem*.

⁵⁰⁰ SORICE, Michele. **Sociologia dei mass media**. Roma: Carocci, 2009. p. 25.

⁵⁰¹ *Ibidem*.

Michele Sorice elabora um quadro apontando as demais diferenças, de modo que seja possível constatar que outros elementos também são importantes na diferenciação entre os dois tipos de comunicação, conforme a seguir apresentada:

Quadro 7 – Diferenças entre a comunicação interpessoal e a comunicação de massa

	Comunicação interpessoal	Comunicação de massa
<i>Feedback</i>	Direto e/ou impróprio	Dedutivo
Relação entre emissor e destinatário	Potencialmente simétrico	Prevalentemente assimétrico
Colocação do público	Próximo à fonte	Distante da fonte
Quantidade de público	Reduzida	Elevada
Qualidade do público	Definido e conhecido do emissor	Diferenciado e desconhecido do emissor
Natureza do emissor	Indivíduo ou grupo	Estrutura organizada com grande capacidade e articulação dos processos distributivos
Mensagem	Única e normalmente não reproduzível	Produto simbólico, cópia difusa simultaneamente

Fonte: SORICE, Michele. **Sociologia dei mass media**. Roma: Carocci, 2009. p. 26.

Da análise do quadro acima e com base no que já foi comentado anteriormente, é possível perceber que os *mass media* representam um fluxo de comunicação, que em sua origem mostra-se unidirecional, ou seja, o receptor das mensagens limita-se a esse papel, pertencendo a uma massa uniforme. Além disso, são estruturas organizadas e com isso pretendem satisfazer as exigências e preferências do seu público destinatário e ao prender a atenção poderão manter um equilíbrio econômico, tendo em vista que as receitas dos *mass media* provêm em sua grande maioria dos recursos oriundos da publicidade.

A nomenclatura apresentada acima apresenta uma dificuldade ainda maior na medida em que se analisa as novas formas de difusão da informação, em especial, por meio da utilização de recursos digitais como a *Internet*, pois essa “massa” deixa de ser, em alguns casos, desconhecida e passiva para atuar de uma forma totalmente diferenciada.

Com o avanço das novas tecnologias da informação, há uma alteração nessa

estruturação e os meios de comunicação de massa começam a buscar uma interação maior com o público, nem que seja para poder vender um produto mais ao gosto do receptor. É preciso reconhecer que as atuais tecnologias de informação propiciam uma relativa intervenção por parte dos receptores, porém, o processo ainda é assimétrico, e nesses casos ainda estabelecido praticamente num sentido único.

Thompson, ao transpor o assunto para a atualidade, onde se utiliza cada vez mais de novas tecnológicas de comunicação, refere que a “expressão comunicação de massa é enganosa como descrição das formas mais tradicionais de transmissão da mídia, ela é ainda mais inapropriada para os novos tipos de informação e comunicação em rede, que estão se tornando cada vez mais comuns hoje em dia”.⁵⁰² Por essas razões, o autor explica que a utilização da expressão “comunicação mediada” ou, simplesmente, “mídia” possui menos riscos de ser mal interpretada.

Com os avanços tecnológicos, a comunicação unidirecional acaba sendo relativizada, o que permite uma tênue capacidade de os receptores intervirem no processo comunicativo de massa. Quando os receptores participam enviando sugestões, reclamações, telefonemas aos editores de jornais, por exemplo, acabam por expressar suas opiniões nesse processo comunicativo. Contudo, conforme ressalta Thompson, se está diante de um processo que é “fundamentalmente assimétrico, ainda que não completamente monológico ou de sentido único”.⁵⁰³

Em síntese, considerando todas as peculiaridades anteriormente expostas, será empregada no presente trabalho a concepção de meios de comunicação de massa proposta por Thompson, que a considera como sendo “uma série de fenômenos que emergiram historicamente através do desenvolvimento de instituições que procuravam explorar novas oportunidades para reunir e registrar informações, para produzir e reproduzir formas simbólicas, e para transmitir informação e conteúdo simbólico para uma pluralidade de destinatários em troca de algum tipo de remuneração financeira”.⁵⁰⁴

3.2 Meios de comunicação de massa e política: apenas meios?

⁵⁰² THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 5 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.p. 32.

⁵⁰³ *Ibidem*, p. 31.

⁵⁰⁴ *Ibidem*, p. 32.

A estreita relação entre comunicação e política é algo evidente, tanto em teoria quanto na prática.⁵⁰⁵ Inúmeros estudos já foram realizados para identificar a relação entre os meios de comunicação de massa e o poder político. Quando foram analisadas na seção anterior algumas das teorias da comunicação, ficou demonstrado que esses estudos partiram de uma concepção mais atrelada à função de persuasão política por meio da propaganda de guerra, até se chegar a novas concepções teóricas da indústria cultural e dos efeitos da comunicação em longo prazo.

“Quase todo comportamento político implica algum tipo de atividade de comunicação”.⁵⁰⁶ Com essa frase, Richard Fagen enfatiza a essencialidade dos meios de comunicação no cenário político. A mídia é parte fundamental da política, enquanto processo e produto. Certas políticas públicas, conforme se identifica no cenário contemporâneo, são o resultado da tomada de decisões governamentais ocorridas em disputas entre política e meios de comunicação.⁵⁰⁷ Em face disso, fica cada vez mais claro que há muito tempo “[...] o crescimento da comunicação de massas numa sociedade altera da maneira mais fundamental alguns aspectos da política”.⁵⁰⁸

A dificuldade de estudo nessa área, porém, reside em identificar até que ponto os meios de comunicação atuam apenas como “meios”. Ou seja, é possível afirmar que a mídia é apenas uma reprodutora dos fatos tais como eles acontecem? A resposta é negativa. Apesar de os meios de comunicação não realizarem por si só uma transformação política completa, eles certamente interferem e muito nos processos políticos. Richard Fagen destaca que essa transformação também depende de uma troca de contatos com outras pessoas e de interações com outros canais.⁵⁰⁹ O difícil, no atual contexto, é estabelecer uma interação que não tenha relação com alguma imagem pré-construída por algum veículo de comunicação.

A análise entre comunicação de massa e política demonstra que essas duas áreas

⁵⁰⁵ Venício Lima apresenta sete teses sobre as funções e interações entre a mídia e política: 1) A mídia ocupa papel central nas sociedades, em particular na esfera política; 2) não há política nacional sem mídia; 3) a mídia está exercendo várias funções tradicionais dos partidos políticos; 4) a mídia alternou radicalmente as campanhas eleitorais; 5) a mídia se transformou, ela própria, em importante ator político; 6) as consequências históricas específicas do sistema de mídia no Brasil potencializaram o seu poder no processo político; 7) as características específicas da população brasileira potencializaram o poder da mídia no processo político, sobretudo no processo eleitoral. LIMA, Venício Artur de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

⁵⁰⁶ FAGEN, Richard R. **Política e comunicação**. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 1971. p. 30.

⁵⁰⁷ COBB, Roger W.; ELDER, Charles D. Communication and public policy. In: NIMMO, Dan D.; SANDERS, Keith R (Orgs.) **Handbook at Political Communication**. Beverly Hills, L.A.: Sage Publications, 1981. p. 393.

⁵⁰⁸ FAGEN, Richard R. **Política e comunicação**. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.p. 59-60.

⁵⁰⁹ *Ibidem*, p. 60.

possuem uma “dependência recíproca”, sendo que a política é um assunto “persistente e sempre significativo” junto aos meios de comunicação.⁵¹⁰ Os meios de comunicação de massa se apresentam como fundamentais na formação da imagem política, na circulação de informações e até mesmo para a tomada de decisões políticas. Da mesma forma, seu papel é inegável na obtenção de consensos/dissensos públicos que estejam em disputa na arena política e, em especial, conforme visto anteriormente, no estabelecimento de agendas, prioridades e/ou quadro interpretativos (*frames*) sobre política ou para a tomada de decisões políticas.

Richard Fagen, em sua obra de 1970, *Política e comunicação*, já apontava para algumas funções que os meios de comunicação poderiam exercer junto à vida política (norte-americana, em especial).

A primeira dessas funções é a de servir como índice do que e de quem é importante, merece notícia ou é politicamente relevante. Ele justifica que no mundo político os acontecimentos não se ordenam automaticamente e, dessa forma, a mídia é em grande parte responsável por essa organização. Dessa forma, sustenta que quando um determinado problema aparece no *The New York Times* os políticos sabem que tal acontecimento ou problema, é importante e que, portanto, essa informação é de um “tipo especial”.⁵¹¹ Para ele, a mídia “diz aos homens ocupados quais os acontecimentos (e opiniões) aos quais deveriam estar prestando atenção ou, mais precisamente, *devem* prestar atenção se quiserem participar plenamente da vida política”.⁵¹²

A segunda dessas funções é a de servir como instrumento para aferir a opinião pública. Sustenta o autor que a aferição da publicidade passa a ser aceita como um substituto conveniente para a opinião pública. Para os políticos e burocratas “[...] a manchete freqüentemente serve como medida diária da opinião pública sôbre grande número de questões.”.⁵¹³ Dessa forma, abre-se um “ciclo reflexivo” onde as notícias das páginas internas vão para a primeira página e, com essa alteração, conduzem a modificações políticas “tão seguramente quanto se a opinião pública tivesse exercido sua vontade soberana”.⁵¹⁴

A terceira função é a de funcionar como recurso para os que têm planos,

⁵¹⁰ RUBIM, Antonio Albino C. **Comunicação e política**. São Paulo: Hacker, 2000. p. 71.

⁵¹¹ FAGEN, Richard R. **Política e comunicação**. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.p. 67.

⁵¹² *Ibidem*. Essa concepção de Richard Fagen reflete o que os teóricos da comunicação chamam de teoria do *agenda setting*.

⁵¹³ *Ibidem*.

⁵¹⁴ *Ibidem*.

problemas ou ambições. Aqui vale a lógica de que a formação de notícias pode auxiliar a formação do palco político mediante ingredientes de “publicidade autogerada”.⁵¹⁵

Apesar de a obra ser da década de 70, essas funções não se encontram desatualizadas, tampouco perderam suas razões. Muito pelo contrário, a essas funções muitas outras podem ser somadas.

Roger Cobb e Charles Elder elaboraram um conceito acerca do papel da mídia para o campo político e a individualizam em três funções fundamentais de intermediação relativas ao processo político.⁵¹⁶ Para os autores, a mídia funciona como selecionadora (*gatekeeper*), endereçando seletivamente a atenção para certos aspectos da realidade e com isso agem como agentes ativos das definições e estruturações da informação a qual se baseia o processo político. Outra função é a de fornecer aos vários tipos de dirigentes políticos (*policymaker*), canais de comunicação entre eles, sobretudo em nível interinstitucional e, por fim, exercem a função de fornecer ao público informações e interpretações do processo político.

A mídia apresenta-se essencialmente como intermediária, mas quando desenvolve tal função produz ativamente significado à informação, elaborando interpretações. O problema não é somente se considerar a mídia como centro do sistema, mas principalmente se essa centralidade significa o seu predomínio sobre os demais sistemas e atores.⁵¹⁷

A mídia, portanto, é considerada como o “local em que estão expostas as diversas representações do mundo social, associadas aos diversos grupos e interesses presentes na sociedade”.⁵¹⁸ Todavia, essa exposição não representa a pluralidade de perspectivas e interesses existentes na sociedade, pois a visibilidade midiática não é igualmente distribuída. Os meios de comunicação “reproduzem mal a diversidade social, o que acarreta conseqüências significativas para o exercício da democracia”.⁵¹⁹

A mídia, em seu vasto conjunto de veículos de informação, efetivamente, não é pautada para oferecer um espaço equânime para divulgação de um debate público equilibrado. Essa premissa é fundamental, pois quando se fala em relação da mídia com a política, fala-se

⁵¹⁵ *Ibidem*.

⁵¹⁶ COBB, Roger w.; ELDER, Charles D. Communication and public policy. In: NIMMO, Dan .D.; SANDERS, Keith R (Orgs). **Handbook at political communication**. Bervely Hills, L.A.: Sage Publications, 1981. p. 392.

⁵¹⁷ MARINI, Rolando. **Mass media e discussione pubblica: le teorie dell’agenda setting**. 2. ed. Roma-Bari: Laterza, 2008. p. 114.

⁵¹⁸ MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, n. 55-56, 2002, p. 163.

⁵¹⁹ *Ibidem*.

daqueles que possuem acesso a um espaço restrito de divulgação de suas ideias. É claro que atualmente os espaços virtuais geram uma revisão nessa realidade, mas, em regra, a cobertura dos meios de comunicação continua estreitamente vinculada a um sistema político e de interesses econômicos e/ou estatais, que influenciam tanto na elaboração da agenda midiática como na agenda política governamental.

As relações políticas representadas pela mídia, portanto, para os que não fazem parte da grande corporação da mídia ou das relações de poder político dominantes, precisa de outras técnicas para obter voz. Nelson Traquina relembra que, no campo jornalístico, por vezes, é preciso "fazer notícia" por meio da criação de fatos noticiosos ou manifestações públicas que gerem algum choque ou agitação, criando, com isso, um desequilíbrio nas barreiras impostas pelo tradicional sistema de produção jornalística.⁵²⁰

Dessa forma, segundo Luis Felipe Miguel “[...] mídia e política formam dois campos diferentes” em que apesar de guardarem ‘certo grau de autonomia e influência’ um sobre o outro, isso não ocorre de forma absoluta ou livre de resistências, pois se trata de um ‘processo de mão dupla’”.⁵²¹ O autor ainda observa que

[...] A autonomia do campo da mídia é permanentemente tensionada por sua inserção no campo econômico. É possível dizer que uma empresa de comunicação é um organismo bifronte. De um lado, obedece a seus imperativos profissionais específicos, que variam de acordo com o subcampo: a manutenção de determinados patamares de qualidade estética, no caso de programas de caráter ficcional ou cultural; fidelidade ao que é percebido como a realidade fática e busca da credibilidade, no jornalismo. De outro, a ampliação do faturamento e do lucro. Mesmo a luta pela audiência é ambígua.⁵²²

Atualmente, essa participação da mídia nas atividades políticas vem se alterando, em face de outras possibilidades de atuação e do surgimento de novas tecnologias da informação. Nesse complexo processo entre mídia e política, a exposição de fatos e pessoas aos meios de comunicação é essencial para a formação de uma opinião pública.

Todavia, não se pode perder a noção crítica do funcionamento dessa comunicação de massa. A tendência a misturar informação com entretenimento e apresentar assuntos de forma episódica ou superficial, mediante fragmentação de assuntos complexos tende muito

⁵²⁰ TRAQUINA, Nelson. O Paradigma do “Agenda Setting”. Redescoberta do poder do jornalismo. **Revista de Comunicações e Linguagens** - Comunicação e Política. Lisboa: Edições Cosmos, ed. 21/22, dezembro de 1995. p. 200.

⁵²¹ MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, n. 55-56, 2002, p. 167.

⁵²² *Ibidem*.

mais a despolitizar a sociedade do que a contribuir para a construção de sua consciência acerca dos problemas sociais. A informação é cada vez mais produzida como mercadoria e bem de consumo comercializável e não como algo público. A mídia se dirige muito mais aos consumidores do que aos cidadãos.

Além disso, soma-se o fato de que não basta considerar que a mídia transmite a informação, é necessário se questionar a forma como isso ocorre. Como se sabe, em especial no jornalismo, há uma tendência a se elaborar estratégias de comunicação que perpetuem o poder instituído pelas elites detentoras do poder econômico e político, sendo que os meios de comunicação refletem essas estratégias e por vezes distorcem a verdadeira comunicação. Diante disso, no próximo tópico será analisada a forma como a mídia interage no cenário internacional, indagando-se como ocorre a comunicação política internacional.

3.3 O desvendar da comunicação política internacional: identificando as conexões entre a mídia e as relações internacionais

A Comunicação Política Internacional se originou no período entreguerras, vindo a fortalecer e se consolidar enquanto pesquisa científica autônoma somente após a Segunda Guerra Mundial. Conforme já analisado anteriormente, os primeiros estudos nessa área foram realizados por Walter Lippmann e Harold Lasswell, ao analisarem o papel do rádio durante a Primeira Guerra Mundial e sua relação com as técnicas de propaganda e a opinião pública. Assim, esse interesse em estudar de forma mais sistemática se deve à utilização da propaganda de forma bastante acentuada durante as décadas de 20 e 30, bem como, pelo rápido desenvolvimento dos meios de comunicação e o surgimento do rádio.⁵²³

Em 1953, em clássico artigo publicado na Revista *Public Opinion Quarterly*⁵²⁴,

⁵²³ Cf. LAZARFELD, Paul F. The prognosis for international communication: Special Issue on International Communications Research. *The Public Opinion Quarterly*, v. 16, n. 4, winter 1952-1953, p. 481.

⁵²⁴ A revista foi criada em 1937 por De Witt Poole, docente da Universidade de Princeton. Inicialmente teve como Conselho de Administração os seguintes integrantes: Paul Lazarsfeld, Hadley Cantril, Rensis Likert, De Witt Poole. A revista voltava-se a publicação de artigos sobre guerra psicológica, estudos sobre a moral dos alemães civis durante a guerra, reflexões sobre propaganda de guerra, sondagens de opinião, etc.

Leo Lowenthal anunciava o nascimento da “nova disciplina da comunicação internacional”.⁵²⁵ O autor afirma em seu artigo que esse novo campo de estudo se constitui como um instrumento primordial para a condução da guerra psicológica entre Estados Unidos e União Soviética,⁵²⁶ logo após a Segunda Guerra Mundial. Alex Inkeles, por sua vez, sustenta que, em tal momento, a primeira arma passa a ser a propaganda e o campo de batalha os canais de comunicação internacional.⁵²⁷

A partir de então, uma das primeiras dificuldades apontadas pelos estudiosos dessa nova área consistiu em conceituá-la adequadamente e com isso definir exatamente o seu campo de atuação. Brian McNair refere que somente o termo "comunicação política" já se mostra extremamente difícil de definir com precisão, simplesmente porque ambos os componentes são abertos a uma variedade de definições.⁵²⁸ De qualquer forma, as primeiras definições da área estavam mais atreladas à troca de informações entre governos tão somente.

Por tal razão, os primeiros conceitos foram estabelecidos no sentido de considerar a comunicação política internacional como sendo o uso da comunicação por Estados nacionais, a fim de influenciar o comportamento político do povo em outros Estados nacionais. Giampero Mazzoleni afirma que a expressão também deve ser vista sob outra ótica, já que a comunicação política deve servir para estabelecer uma relação de reciprocidade entre “os dois mundos da comunicação”, ou seja, entre a mídia tradicional e os agentes políticos.⁵²⁹

Dessa forma, Phillips Davison e George Alexandre definem, em 1952, a comunicação política internacional como sendo aquelas atividades primordiais para a propaganda e às atividades de informação dos órgãos oficiais (especialmente os Departamentos de Estado e Defesa), bem como, para alguns aspectos da comunicação diplomática.⁵³⁰ Em síntese, os autores propõem que a comunicação política internacional seja,

⁵²⁵ As palavras de Lowenthal são exatamente as seguintes: “Actually we are fumbling and stumbling, and this publication is a way of appealing for suggestions in developing better concepts, better methods and more pertinent and far-reaching data. But we consider the appeal no sign of hopelessness. On the contrary, *we are convinced that international communications research will eventually stand on its own feet as a self-respecting discipline, and that in the long run it may even serve as an integrating force among many branches of the social sciences and humanities.* (grifou-se). Cf. LOWENTHAL, Leo. Introduction: Special Issue On International Communications Research. **The Public Opinion Quarterly**. v.16, n.4, winter 1952-1953. p. vi-vii.

⁵²⁶ LOWENTHAL, Leo. Introduction: Special Issue On International Communications Research. **The Public Opinion Quarterly**. v.16, n.4, winter 1952-1953. p. vi-vii.

⁵²⁷ Cf. INKELES, Alex. The Soviet Characterization of the Voice of America. **American Slavic and East European Review**, v. 12, n. 3, out. 1953, p. 319-342.

⁵²⁸ McNAIR, Brian. **An Introduction to Political Communication**. Londres: Routledge, 1995. p.16.

⁵²⁹ MAZZOLENI, Giampero. **La comunicazione politica**. Bologna: Il Mulino, 2004. p. 11.

⁵³⁰ DAVISON, W. Phillips; GEORGE, Alexander L. An Outline for the Study of International Political Communications. **Public Opinion Quarterly**, v. 16, n. 4, 1952-53, p. 501.

portanto, entendida como um termo que inclui muitas das atividades subentendidas nos termos de negociação, propaganda, estado de guerra política e estado de guerra psicológica.⁵³¹

Atualmente, em face do avanço das novas tecnologias da informação, os estudos da Comunicação Política Internacional passaram a abranger questões políticas, econômicas, sociais, culturais, militares, etc., todas sob uma perspectiva integrada e não somente relacionada à comunicação governamental tal como conceituada inicialmente. Ainda assim, até a Guerra Fria o peso da comunicação internacional é considerado relativamente marginal, circunstância que se alterou marcadamente nas últimas décadas.

Consequentemente, os estudos das Relações Internacionais que se ocupavam dos aspectos midiáticos somente em relação à política interna e com relação à opinião pública nacional passaram a ocupar um espaço mais expressivo tendo em vista o reconhecimento de que própria imagem internacional dos Estados somente se forma adequadamente se o mesmo dispuser de mecanismos de mídia de alcance global.⁵³²

Como bem nota Patrizia Laurano, a modernização das técnicas de propaganda que se adaptaram aos novos conflitos pós Guerra Fria traz à tona os mecanismos que regulam a relação entre os atores da comunicação internacional, o sistema midiático, a opinião pública e as elites políticas.⁵³³ A importância de que se reveste a informação diante dessa nova ordem mundial faz com que seja cada vez mais necessário estudar os mecanismos da mídia e os comportamentos da opinião pública de modo a se produzir uma comunicação eficaz.

Dessa forma, as técnicas de propaganda se adaptam aos novos conflitos em curso nesse período e auxiliam na identificação das relações entre os atores da comunicação internacional, ou seja: o sistema midiático, a opinião pública e as elites políticas.⁵³⁴ Assim, Emidio Diodato representa a forma como ocorre a interação entre os protagonistas da comunicação política internacional por meio da figura a seguir, na qual se pode identificar a emergência de um ponto de encontro em que operam a mídia internacional e a opinião pública.

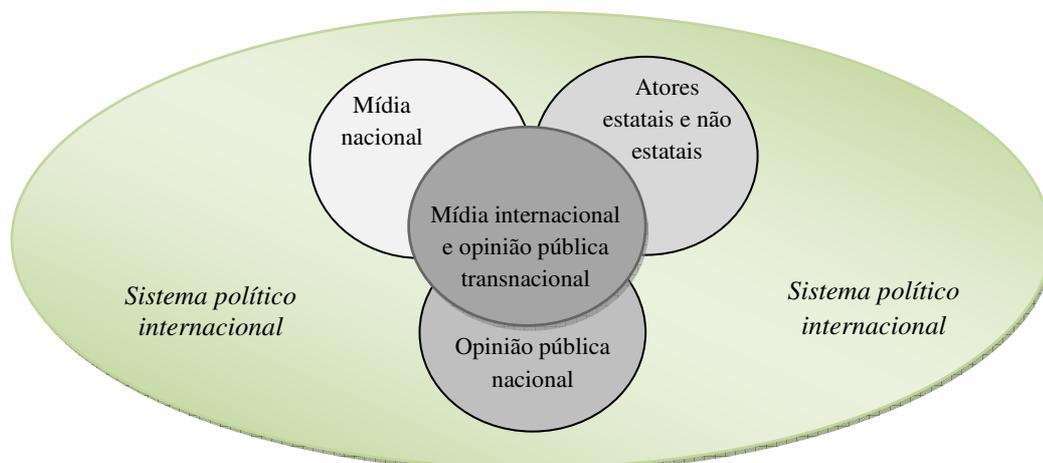
⁵³¹ Original em inglês: "International political communication" is thus a summary term which includes many of the activities subsumed under the terms "negotiation," "propaganda," "political warfare," and "psychological warfare." *Ibidem*.

⁵³² Nesse sentido conferir: SREBERNY-MOHAMMADI, Annabelle; WINSECK, Dwayne; McKENNA, Jim; BOYD-BARRETT, Oliver (Orgs.). **Media in global context: a reader**. London: Arnold, 1997.

⁵³³ LAURANO, Patrizia. **Fondamenti di Comunicazione Política Internazionale**. Roma: Bonanno Editore, 2006 p. 12.

⁵³⁴ *Ibidem*.

Figura 6 – Modelo de comunicação política internacional segundo Emidio Diodato



Fonte: elaborado pelo autor a partir de: DIODATO, Emidio. **Introduzione alla comunicazione politica internazionale**. Perugia: Guerra, 2003.

Patrizia Laurano, ao analisar a mídia dentro desse modelo de comunicação apresentado por Diodato, observa que ela pode funcionar enquanto ator ou como espaço de ação para os demais atores. Dessa forma, a mídia enquanto ator internacional interage com outros atores e também influencia na dinâmica do sistema de maneira que este espaço pode ser utilizado pelos demais atores para se comunicar com a opinião pública e se transformar em instrumento da política mundial.⁵³⁵ Para Emidio Diodato, no atual sistema internacional da informação o que conta não é a soma das opiniões públicas nacionais, “[...] mas a existência de uma esfera pública internacional onde agem os *mass media*”.⁵³⁶

Essa concepção vem ao encontro da tese ora proposta de que a mídia não é, tão somente, um espaço onde as informações são produzidas e circulam. Pelo contrário, a mídia cada vez mais se apresenta como um forte ator com autonomia própria junto às relações internacionais. A interação que existe entre os meios de comunicação de massa e os tradicionais atores do cenário internacional é evidente e o protagonismo da mídia em certos assuntos é cada vez maior. Além disso, no atual estágio do sistema global de comunicação um

⁵³⁵ LAURANO, Patrizia. **Fondamenti di Comunicazione Política Internazionale**. Roma: Bonanno Editore, 2006 p. 13.

⁵³⁶ Original em italiano: “[...] ma l’esistenza di una sfera pubblica internazionale dove agiscono i *mass media*”. DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale: mutamenti strutturali e nuove strategie**. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p.30.

adequado sistema de comunicação política é considerado como fundamental para as relações internacionais. Tendo em vista que a superioridade no campo da comunicação permite a um Estado conduzir eficazmente uma campanha informativa de forma a projetar a sua própria imagem perante os demais.⁵³⁷

Em face disso, os Estados começam a questionar os possíveis monopólios midiáticos, passando a se preocupar com o risco do desenvolvimento midiático concentrado apenas em alguns países, o que poderia gerar mais disparidade entre os países ricos e pobres. Com isso, logo após a Segunda Guerra Mundial, a ONU reconheceu a importância da comunicação livre entre os Estados como um direito humano fundamental e criou a *United Nations Educational, Scientific And Cultural Organization* (UNESCO). A partir desse momento, passou-se a afirmar que “o problema que agora se põe ao Direito internacional é regulamentar não mais o direito do homem a se comunicar, mas o direito soberano das nações de controlar as comunicações geradas fora dos próprios contornos”.⁵³⁸

Nas décadas de 70 e 80 a UNESCO estabeleceu uma série de debates sobre a "Nova Ordem Mundial da Informação" (NOMIC), o que permitiu à área da comunicação política internacional uma maior interação com as temáticas atreladas às Relações Internacionais. A grande discussão desse período era a democratização do acesso à informação, tendo em vista que o cenário de desigualdade que emergia preocupava os países em desenvolvimento. Em novembro de 1978, a UNESCO, em sua Conferência Geral realizada em Paris, aprovou uma "Declaração sobre os Princípios Fundamentais Relativos à Contribuição dos Meios de Comunicação de Massa para o Fortalecimento da Paz e da Compreensão Internacional para a Promoção dos Direitos Humanos e a Luta contra o Racismo, o Apartheid e o Incitamento à Guerra".⁵³⁹ Dentre os seus artigos, um deles trazia um conteúdo muito especial. O artigo 6 referia que:

A instauração de um novo equilíbrio e de uma melhor reciprocidade na circulação da informação, condição favorável para o sucesso de uma paz justa e durável e para a independência econômica e política dos países em desenvolvimento, exige que sejam corrigidas as desigualdades na circulação da informação com destino aos países em desenvolvimento, procedente deles, ou em algum desses países. Para tal

⁵³⁷ LAURANO, Patrizia. **Fondamenti...** *Op. cit.* p. 14.

⁵³⁸ Original em italiano: “Il problema che adesso si pone al diritto Internazionale è *regolamentare* non più il diritto dell’uomo a comunicare, ma il diritto sovrano delle nazioni a controllare le comunicazioni generate fuori dai propri confini”. *Ibidem*, p. 16.

⁵³⁹ UNESCO. Declaração sobre os Princípios Fundamentais Relativos à Contribuição dos Meios de Comunicação de Massa para o Fortalecimento da Paz e da Compreensão Internacional para a promoção dos Direitos Humanos e a Luta contra o Racismo, o Apartheid e o Incitamento à guerra. Disponível em: <<http://www2.camara.gov.br/comissoes/cdhm/ComBrasDirHumPolExt/DecPrinFundRelContMeiComuni.html>> Acesso em: 2 fev.2010.

fim é essencial que os meios de comunicação de massas desses países disponham as condições e os meios necessários para fortalecer-se, estendendo-se a cooperação entre si e com os meios de comunicação de massa dos países desenvolvidos.⁵⁴⁰

Esse artigo passou a potencializar intensos debates em torno do desequilíbrio nos fluxos internacionais de informação, conhecida como NOMIC – Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação. Esses debates começaram no final da década de 1960 e tiveram como pontos de referência a criação de uma Comissão Internacional composta por dezesseis membros (1977), a Declaração de 1978, referida anteriormente, e a divulgação de um dos mais famosos relatórios da NOMIC, denominado de Relatório McBride (1980)⁵⁴¹, publicado no Brasil com o título *Um mundo e muitas vozes*.⁵⁴²

Esse Relatório foi o primeiro documento que, além de reconhecer o grave desequilíbrio no fluxo de informação e comunicação mundiais, apresentava estratégias potencialmente capazes de reverter essa situação. Infelizmente, os Estados Unidos e a Inglaterra não concordaram com esse documento e se retiraram da UNESCO em 1984 e 1985, respectivamente.⁵⁴³ Ambos alegavam que a regularização da atuação dos meios de comunicação colocava em risco a liberdade destes meios e o livre fluxo de informação. Apesar de o instrumento não ter conseguido regulamentar efetivamente o setor de comunicação, é considerado extremamente importante, pois trouxe para a discussão o tema da concentração da informação e dos meios de comunicação. A partir desse momento, o apoio dado pela UNESCO à NOMIC foi reduzindo-se gradualmente até o ponto em que a discussão

⁵⁴⁰ *Ibidem*.

⁵⁴¹ UNESCO. *Communication and Society Today and Tomorrow, Many Voices One World, Towards a new more just and more efficient world information and communication order*. Kogan Page, London/Uniput, New York/Unesco, Paris: Unesco, 1980.

⁵⁴² UNESCO. **Um Mundo e Muitas Vozes: comunicação e informação na nossa época**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1983.

⁵⁴³ No *site* da embaixada norte-americana no Brasil consta a seguinte informação: “Os Estados Unidos colocaram a liberdade e a boa governança no centro da sua política externa, ‘porque, não obstante a globalização e a Era da Informação, nações bem governadas continuam a ser o pilar da ordem internacional’, declarou o subsecretário de Estado John D. Negroponte à Comissão Nacional da Unesco nos EUA, em Washington, em 21 de maio. Quando países deixam de governar “com sensatez e eficiência”, abrem caminho para o terrorismo, a criminalidade e os desastres humanitários, acrescentou. [...] Os Estados Unidos são um dos membros fundadores da Unesco, criada em 1946, mas retiraram-se da organização em 1984 para retomar a plena adesão apenas em 2003. Como motivo de seu afastamento, o país citou o aparelhamento político e a hostilidade da agência para com as instituições democráticas, em especial o livre mercado e a imprensa livre, bem como a falta de disciplina financeira. Em 2002, o presidente Bush anunciou a decisão de retornar à organização. Bush mencionou a renovação pela Unesco de seu compromisso com a liberdade de imprensa, a educação e a reforma da organização. Autoridades americanas dizem que, embora tenha reduzido a burocracia, a Unesco ainda necessita de reforma, adicionando à sua agenda um forte elemento de transparência e uma estratégia baseada em resultados. Os Estados Unidos são atualmente o maior doador financeiro da Unesco, fornecendo cerca de 20% do seu orçamento anual, sem contar as contribuições voluntárias privadas. ANDERS, Jaroslaw. **Unesco pode difundir a boa governança, diz Negroponte**. Disponível em: <<http://embaixada-americana.org.br/index.php?action=materia&id=5621&submenu=press.inc.php&itemmenu=21>> Acesso em: 2 fev.2010.

sobre o desequilíbrio no fluxo de informações acabou sendo deslocada para o Tratado Geral sobre as Tarifas Aduaneiras e o Comércio (GATT), posteriormente transformado em Organização Mundial do Comércio (OMC).

Conforme já referido anteriormente, com o surgimento de novas tecnologias da informação e comunicação e, mais recentemente, com o fenômeno da globalização, surgiram novos atores nessa área, que fizeram com que as questões da comunicação deixassem de ser atreladas tão somente a questões governamentais. Em face disso, a atual relevância do estudo da mídia no cenário internacional se justifica por suas características diferenciadas.

Em um dos poucos estudos dedicados à mídia e relações internacionais desenvolvidos no Brasil, Julia Faria Camargo refere que enquanto os tradicionais atores das relações internacionais possuem identidades mais constantes e, com isso, apresentam certa previsibilidade de comportamento, a mídia não permite tal consideração. A autora sustenta que "a mídia pode ser considerada um ator de múltiplas faces, cujo semblante depende do contexto, do tipo de veículo e da própria direção do meio de comunicação. Assim, não é possível imprimir à mídia uma identidade fixa no cenário internacional".⁵⁴⁴

Essa característica complexa do papel da mídia no cenário internacional é analisada por um artigo considerado paradigmático na área da comunicação política internacional e das Relações Internacionais. Em 2002, Eytan Gilboa publicou no *Journal of Communication* um artigo intitulado *Communication and Foreign Policy*, apresentando uma taxonomia com quatro papéis para a mídia.⁵⁴⁵ Nesse estudo, o autor considera que a mídia é um ator com diferentes atributos e que varia com o tipo de atividades, contextos e conceitos.

As quatro possibilidades de atuação apresentadas por Gilboa para a mídia são a de ser: controladora, constrangedora, interventora e instrumental. O quadro a seguir apresenta a síntese dessas características e inclui propostas feitas por outros autores que consideram que a mídia também pode ser apresentada como um ator conflituoso (Julia Faria Camargo) e como um ator que controla a construção da agenda política internacional (Emidio Diodato).

⁵⁴⁴ CAMARGO, Julia Faria. **Ecos do Frigor**: a invasão do Iraque em 2003 - Mídia internacional e a imprensa brasileira. Brasília: UnB, 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília - IREL-UnB, Brasília, 2008. p. 41.

⁵⁴⁵ Eytan Gilboa é Doutor pela Universidade de Harvard e professor de comunicação internacional no Departamento de Estudos Políticos na Universidade Bar-Ilan (Israel). Também é professor visitante na University of Southern California's Center on Public Diplomacy.

Quadro 8 – Taxonomia dos diversos *status* da mídia, suas atividades, contexto e conceitos aplicáveis segundo Eytan Gilboa

<i>Status</i> da mídia	Atividade	Contexto	Conceito
Ator controlador	a) Ocupa o lugar dos <i>policy makers</i> substituindo-se na tomada de decisão	Intervenções humanitárias e armadas	<i>CNN effect</i> (Efeito CNN)
	b) Controla os temas da agenda política ⁵⁴⁶	<i>Policy making</i> (criação de políticas)	<i>Agenda setting</i> (teoria do agendamento)
Ator constringedor	Constrange a tomada de decisão e condiciona as políticas	Processo de tomada de decisão (<i>decision-making</i>)	<i>Real-time policy</i> (política em tempo real)
Ator interventor	Promove a intermediação política internacional (serve de arena)	Mediação internacional	Crises políticas
Ator instrumental	Promove negociações e acordos	Gestão e resolução dos conflitos	<i>Media diplomacy</i> (diplomacia midiática)
Ator conflituoso ⁵⁴⁷	Provoca conflitos	Situações de crise	Conflitos midiáticos

Fonte: Adaptado livremente pelo autor a partir de: GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. **Journal of Communication**; dez., 2002; v.52, n.4; p. 733.

Diante das categorias apresentadas no quadro anterior parte-se, a partir do próximo tópico, para uma análise mais detida dos diversos contextos e conceitos em que as atividades da mídia, bem como seus possíveis *status*, permitem a sua identificação como um ator emergente nas relações internacionais.

3.3.1 A mídia como controladora: a televisão substituindo os formuladores de decisão (*CNN Effect*)

⁵⁴⁶ Essa categoria é proposta por Emidio Diodato. Cf. DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 52

⁵⁴⁷ Essa categoria é proposta por Julia Faria Camargo. Cf. CAMARGO, Julia Faria. **Ecos do Frigor**: a invasão do Iraque em 2003 - Mídia internacional e a imprensa brasileira. Brasília: UnB, 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília - IREL-UnB, Brasília, 2008. p. 41.

A classificação da mídia enquanto ator controlador parte do pressuposto de que os meios de comunicação tomam o lugar dos decisores das questões políticas, em especial, daquelas que envolvem a intervenção militar.

É sob essa perspectiva que se desenvolve a teoria do *CNN Effect* (Efeito CNN). Segundo essa teoria, a televisão, em especial, assumiu o papel de ator dominante no que tange à formulação de políticas atreladas às crises humanitárias ou questões ligadas à defesa. Os exemplos de aplicação dessa teoria podem ser visualizados na forma em que a mídia atuou na Guerra do Golfo (1991), nas intervenções militares na Somália (1994), Ruanda (1994) e Kosovo (1999).⁵⁴⁸ A transmissão diária de imagens e discursos segundo essa teoria pode influenciar diretamente o processo de tomada de decisões políticas, sendo que essa influência pode atingir e, por vezes, alterar a própria agenda política.

Ao se analisar mais detidamente essa teoria, percebe-se que existem pelo menos duas concepções diferentes, que podem ser empregadas para a sua compreensão.

A primeira é usada por Jonathan Mermin,⁵⁴⁹ Steven Livingstone e Todd Eachus.⁵⁵⁰ Para os autores, o Efeito CNN consiste na capacidade de a mídia influenciar a agenda política ao relatar problemas e com isso conduzi-los para as questões prioritárias. Dessa forma, sustentam que a mídia pode efetivamente influenciar a decisão política de tomada de decisões. Livingston e Eachus, por sua vez, alertam que somente alguns meios de comunicação têm essa capacidade e, em face disso, referem que o grande foco de análise sob essa perspectiva passa a ser quem controla essa capacidade da mídia.⁵⁵¹ Os autores destacam também que a visão predominante do Efeito CNN enquanto ator da política externa presume uma mídia independente das relações políticas. Para Mermin, esses são os pontos centrais para a compreensão da influência da televisão na definição da política externa.⁵⁵² Dessa forma, quem define a agenda da mídia e chama atenção para certos problemas ou crises também determina o rumo de como as decisões do governo sobre essas questões serão eventualmente realizadas. Livingston e Eachus definem muito bem essa situação, ao afirmarem que "na medida em que a política externa é reativa ao conteúdo da notícia, as

⁵⁴⁸ Cf. GILBOA, Eytan. Global Television News and Foreign Policy: debating the CNN Effect. **International Studies Perspectives**, v. 6, n. 3, 2005, p. 325-341.

⁵⁴⁹ MERMIN, Jonathan. Television. News and American Intervention in Somalia. **Political Science Quarterly**, v. 112, n.3, 1997, p. 385-403.

⁵⁵⁰ LIVINGSTON, Steven; EACHUS, Todd. Humanitarian Crisis and Foreign Policy. **Political Communication**, v. 12, 1995, p. 413-429.

⁵⁵¹ *Ibidem*, p. 415

⁵⁵² MERMIN, Jonathan. Television. News and American Intervention in Somalia. **Political Science Quarterly**, v.112, n.3, 1997, p. 386.

principais decisões feitas são aquelas realizadas pelos repórteres, produtores e editores".⁵⁵³

Dentro dessa primeira concepção, Livingston, ainda, apresenta uma subclassificação diferenciada para o Efeito CNN, em três concepções diversas: a) como *agente* da agenda *setting*; b) como *impedimento* ao sucesso dos objetivos desejados; c) como *acelerador* das decisões políticas.⁵⁵⁴ Cada uma dessas concepções corresponde a um estágio variado, ainda que hipotético, de emprego do Efeito CNN num processo político linear. Essas variações conceituais podem ser resumidas conforme o quadro abaixo.

Quadro 9 – Variações conceituais do Efeito CNN segundo Steven Livingston

Varição conceitual	Características
Agente do agenda setting	Uma cobertura midiática emocional com violência e crises humanitárias determina uma reorganização das prioridades em política internacional. A Somália, a Bósnia e o Haiti são alguns dos exemplos.
Obstáculo	Dois tipos de obstáculos: <ul style="list-style-type: none"> a) Uma cobertura emocional e cruel pode comprometer a moral e, com isso, governo tenta “higienizar” a guerra limitando o aceso ao campo de batalha (ênfase na guerra como videogame) b) A mídia global, que transmite em tempo real, constitui uma ameaça à segurança das operações
Acelerador	A mídia acelera o tempo das respostas políticas. Em tempo de guerra, a televisão global ao vivo representa um risco potencial para a inteligência. Mas a mídia também pode ser um multiplicador de força se usada como meio para enviar sinais. A maior parte das questões de política externa recebe, de qualquer forma, atenção da mídia.

Fonte: LIVINGSTON, Steven. **Clarifying the CNN Effect**. Research Paper R-18. Cambridge, MA: Harvard University John F. Kennedy School of Government, June 1997. p. 2.

Steven Livingston refere, ainda, que é preciso atentar para o fato de que os efeitos nem sempre podem ser tão evidentes, ou quando o são, podem não perdurar por muito tempo em uma única questão política. Dessa forma, a mídia pode agir como “agenda-setters” e

⁵⁵³ Tradução livre do original em inglês: “To the degree that foreign policy is reactive to news content, the key decisions made are those by reporters, producers, and editors”. LIVINGSTON, Steven; EACHUS, Todd. Humanitarian Crisis and Foreign Policy. **Political Communication**, 12, 1995, p.415.

⁵⁵⁴ LIVINGSTON, Steven. **Clarifying the CNN Effect**. Research Paper R-18. Cambridge, MA: Harvard University John F. Kennedy School of Government, jun., 1997. p. 2

aumentar a proeminência de um problema colocando-o sob a atenção dos políticos e, com isso, aumentar o tempo que os políticos terão para lidar e resolver o problema. Também é possível que a cobertura de algum evento traumático ou a divulgação de alguma informação importante, taticamente colocada, impeça o desenvolvimento ou implementação de políticas destinadas a resolver algum problema.⁵⁵⁵

A segunda concepção para o Efeito CNN é empregada por Nick Gowing⁵⁵⁶ e Piers Robinson⁵⁵⁷, sendo considerada por grande parte dos estudiosos da área como a abordagem que efetivamente deve ser entendida como o verdadeiro Efeito CNN⁵⁵⁸. De acordo com esses autores, o foco não é quem define a agenda em primeiro lugar, pois isso pode ser feito tanto por políticos, funcionários do governo e até mesmo pela mídia. O foco, portanto, é sobre como ocorre a cobertura de situações de crise pela mídia e como isso afeta a política de tomada de decisões. Assim, a análise sobre como ocorre a cobertura pode ser realizada durante a ocorrência de uma crise ou também quando a crise se encontra na iminência de ocorrer, dessa forma, permitindo verificar como se desencadeou a intervenção da mídia. Os autores sustentam também que uma cobertura crítica pela TV diante de alguma ação ou inação governamental pode causar mudanças por completo na política. Em síntese, o pressuposto dessa concepção teórica é a de que a cobertura televisiva em tempo real não só cria uma exigência de que algo precisa ser feito, como também orienta a elaboração da política externa.

Os estudos sobre essa teoria apontam que durante os momentos de “pânico político”, a possibilidade de a mídia influenciar os processos políticos é ainda maior.⁵⁵⁹ Nik Gowing chega a afirmar que durante esses momentos a mídia pode ter um efeito "crucial na formulação de políticas - tanto táticas como estratégicas".⁵⁶⁰ Em situações de tensão política

⁵⁵⁵ LIVINGSTON, Steven. **Clarifying the CNN Effect**. Research Paper R-18. Cambridge, MA: Harvard University John F. Kennedy School of Government, June 1997. p. 2-3.

⁵⁵⁶ GOWING, Nik. Real-Time TV Coverage from War: Does it Make or Break Government Policy? In: GOW, James; PETERSON, Richard; PRESTON, Alison (Orgs.). **Bosnia by Television**. London: British Film Institute, 1996. p. 81-91.

⁵⁵⁷ ROBINSON, Piers. **The CNN effect: the myth of news, foreign policy, and intervention**. London: Routledge, 2002.

⁵⁵⁸ Cumpre destacar que os autores escolhidos para explicar essa teoria são aqueles que possuem reconhecimento dentre os demais teóricos da área. Existem diversos outros autores que vem buscando avaliar a extensão e impacto o Efeito CNN não somente como já referido. O que varia de autor a autor são os diferentes métodos de interpretação utilizados e que conduzem a resultados também diferentes.

⁵⁵⁹ GOWING, Nik. Real-Time TV Coverage from War: Does it Make or Break Government Policy? In: GOW, James; PETERSON, Richard; PRESTON, Alison (Orgs.). **Bosnia by Television**. London: British Film Institute, 1996. p. 89.

⁵⁶⁰ Tradução livre do original em inglês: “[...] pivotal effect on policy-making - both tactical and strategic”. GOWING, Nik. Real-Time TV Coverage from War: Does it Make or Break Government Policy? In: GOW,

ou de incertezas a atuação da mídia ganha ênfase, especialmente quando os acontecimentos ocorrem de forma inesperada. Isso, de certa forma, contrasta com outras concepções de que a mídia não é capaz de influenciar o cenário político global. Todavia, deve-se reconhecer que essa força atribuída à mídia pela concepção de Gowing não pode ser aplicada como uma regra. O motivo disso é que suas conclusões são baseadas somente por entrevistas à decisores políticos não havendo verificação dos resultados por outras fontes, tais como prova documental ou análise direta da cobertura da mídia. De qualquer forma, ainda assim essa sua concepção é reconhecida pelos demais estudiosos como importante avanço na compreensão e desenvolvimento dos estudos sobre a relação entre os meios de comunicação e política exterior.

Piers Robinson oferece nova concepção à teoria do Efeito CNN, ao adicionar dois elementos relativos à concepção de *media framing* (enquadramento) e do *manufacturing consense* desenvolvida por Daniel Hallin⁵⁶¹, chamando essa concepção de *policy-media interaction model*.⁵⁶² A observação de Robinson é de que existem dois fatores que moldam o possível impacto da mídia na política externa: certeza política (*policy certainty*) e o enquadramento da mídia (*media framing*). Esses dois elementos atuam em conjunto, restringindo ou dando apoio à influência da mídia. Com isso, a previsão é a de quanto maior for a certeza política adotada pelo governo, menor será a possibilidade de influência da mídia no processo de decisão.⁵⁶³ Em casos como esse, o autor frisa que resta aos meios de comunicação atuar de forma complacente com o assunto ou se aliar à política adotada pelo governo, caso queira evitar choques. No que tange ao enquadramento, outro fator que interfere no impacto da mídia, Robinson sustenta que ao ser realizado de forma neutra pode diminuir a influência sobre os políticos.

James; PETERSON, Richard; PRESTON, Alison (Orgs.). **Bosnia by Television**. London: British Film Institute, 1996. p. 89.

⁵⁶¹ Cf. HALLIN, Daniel. **The uncensored war**. Berkeley, CA: University of California Press, 1986. Ainda sobre o *manufacturing consense* conferir a obra: HERMAN, Eduard.S.; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing consense: The Political Economy Of The Mass Media**. Pantheon Books, 1988. A presente obra encontra-se publicada em português com o título “A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia” tendo sido publicada em 2003 pela Editora Futura (São Paulo). Segundo Herman e Chomsky o *manufacturing consense* considera que a mídia não intervém autonomamente no processo político, mas sim, que ela acaba apoiando as políticas governamentais e as elites. Assim, enquanto a teoria do Efeito CNN concebe uma influência para a mídia, a *manufacturing consense* pressupõe uma não influência. Nessa obra os autores destacam a atuação dos meios de comunicação de massa nos Estados Unidos e sustentam que a mesma pode ser compreendida a partir de um modelo baseado na propaganda, dessa forma, as atividades da mídia estariam a serviço da mobilização de apoio aos interesses tanto do governo quanto da elite e que as suas escolhas, ênfase e omissões somente podem ser melhor compreendidas quando analisadas dentro do modelo da propaganda.

⁵⁶² ROBINSON, Piers. **The CNN effect: the myth of news, foreign policy, and intervention**. London: Routledge, 2002.

⁵⁶³ *Ibidem*.

Em outro estudo realizado por Robinson, o autor analisa o impacto da cobertura da mídia na tomada de decisão em situações de intervenções humanitárias.⁵⁶⁴ Nesse trabalho, sustenta que a influência da mídia ocorre somente quando existir uma incerteza política⁵⁶⁵ sobre determinada intenção e quando a cobertura for enfatizada mostrando sofrimento humano (enquadramento). Isso demonstra melhor o entendimento antes exposto, ou seja, na ausência de uma posição política governamental atuante a mídia se apropria desse espaço e passa a ditar a sua visão sobre o conflito. Da mesma forma, de acordo como enquadramento dado a situação, no caso optar por mostrar sofrimentos humanos, a mídia consegue exercer muito mais persuasão e influência na situação de conflito. O quadro a seguir sintetiza essas ideias de Robinson e demonstra como pode ocorrer a interação entre mídia e política a partir da aplicação da teoria do Efeito CNN.

Quadro 10 – Modelo de interação mídia-política

	Linha de política de governo	Direção de influência	Tipo de cobertura da mídia	Relacionamento mídia-política
Influência da mídia	Incerta	←	Extensiva e crítica	Nesse cenário ocorre a influência da mídia. Na ausência de uma linha política bem definida, o governo é vulnerável à crítica e a excessiva atenção da mídia. Se as notícias são criticamente enquadradas defendendo um determinado curso de ação, o governo é forçado a fazer alguma coisa ou enfrentar um desastre na relação com o público.
Sem influência da mídia	Certa	→	Indexada à agenda oficial	Quando o governo tem objetivos claros e bem definidos, tende a definir a agenda de notícias. A cobertura da mídia pode se tornar crítica se não houver dissenso com a elite. Havendo decisão política governamental sobre um determinado curso de ação, a cobertura da mídia é pouco provável exerça alguma influência política.

Fonte: ROBINSON, Piers. **The CNN effect: the myth of news, foreign policy, and intervention**. London: Routledge, 2002. p. 37.

Outra contribuição interessante dada por Robinson decorre da apresentação de vários tipos de Efeitos CNN. O primeiro é aquele utilizado na maioria das vezes como Efeito

⁵⁶⁴ Nesse artigo o autor demonstra o papel da mídia por meio da realização de dois estudos de caso. O primeiro refere-se à intervenção norte-americana na Bósnia em 1995 que, por meio da pressão da mídia e em face da indeterminação política, ocasionou uma intervenção para a proteção dos refugiados. O outro estudo é relativo à outra intervenção norte-americana realizada em Kosovo em 1999, em que a administração Bill Clinton decidiu não enviar tropas para proteger a população albanesa, sendo que a postura do governo dos EUA era firme e, dessa forma, a mídia não conseguiu intervir nesse processo de decisão. Cf. ROBINSON, Piers. The policy-media interaction model: Measuring media power during humanitarian crisis. **Journal of Peace Research**, v. 37, n.5, set, 2000, p.613-633.

⁵⁶⁵ Uma política incerta ou inconsistente ocorre quando os diferentes atores envolvidos no processo de decisão política possuem opiniões divergentes sobre como atuar ou sequer possuem alguma posição definida (*no policy*). ROBINSON, Piers. **The CNN effect: the myth of news, foreign policy, and intervention**. London: Routledge, 2002. p. 27.

CNN propriamente dito sendo que Piers Robinson chama de Efeito CNN Forte (*Strong CNN Effect*). Nesse tipo, a mídia auxilia os políticos e os conduz a um caminho específico, exercendo uma significativa influência no processo político.⁵⁶⁶ Esse tipo ocorreria somente em coberturas midiáticas significativas realizadas por vários dias. Outro tipo denominado de Efeito CNN Fraco (*Weak CNN Effect*), pode ocorrer quando "os decisores políticos estão afetados pessoalmente por relatos aleatórios da mídia, que quer destacar uma determinada crise".⁵⁶⁷ Isso, portanto, não resulta numa intervenção da mídia, mas pode configurar tão somente num apontamento de direção a ser seguida, apesar de o autor considerar que seja improvável ao agir assim a mídia alcançar um grande efeito no âmbito político. O terceiro tipo é chamado de Efeito Acelerador (*Accelerant Effect*), o qual serve para "acelerar o processo de comunicação".⁵⁶⁸ Todavia, esse efeito não pode ser considerado como um Efeito CNN forte, tendo em vista que ele pressupõe que as decisões aconteçam rapidamente. Assim, não é um Efeito CNN no sentido puro, mas tão somente no sentido de advertir os políticos sobre eventuais problemas. E o último efeito apontado por Robinson é denominado de Efeito CNN Potencial (*Potencial Effect CNN*) e o mesmo ocorre quando a mídia antecipa a cobertura jornalística de algo que potencialmente poderá vir a ocorrer no mundo político, exercendo, nesse caso influência no sentido de que efetivamente sua previsão venha a se realizar.⁵⁶⁹

Por fim, cumpre esclarecer, que para testar sua teoria Robinson realizou entrevistas com vários tomadores de decisões políticas. Contudo, diferentemente de outros autores, ele também se utilizou de material de arquivo e, especialmente, de análise de conteúdo e análise de enquadramento. Dessa forma, Piers Robinson consegue evitar o problema de basear sua investigação somente em entrevista, como o que aconteceu em Gowing. O teste de sua teoria demonstrou que existem muitas evidências de que o relacionamento da mídia com o campo político pode ocorrer conforme descrito. Todavia, existem outros fatores envolvidos na maioria das decisões políticas, que dificilmente serão possíveis de afirmar categoricamente qual desses fatores foi o decisivo. Não existe um fator determinante, é essa pluralidade que torna o processo de tomada de decisões políticas complexo. De qualquer forma, há evidências seguras de que os fatores de certeza política e

⁵⁶⁶ ROBINSON, Piers. **The CNN effect**: the myth of news, foreign policy, and intervention. London: Routledge, 2002. p. 38

⁵⁶⁷ Original em inglês: "policy-makers are personally affected by random media reports that highlight a particular crisis". *Ibidem*.

⁵⁶⁸ Original em inglês: "speed up the media process". *Ibidem*.

⁵⁶⁹ *Ibidem*.p. 40.

enquadramento da mídia (*media framing*) possuem uma grande parcela de contribuição⁵⁷⁰ nessa complexa rede de fatores determinantes das decisões tomadas em âmbito político. Mete Antonsen entende que "os meios de comunicação só podem acelerar a tomada de decisões, se os decisores políticos perceberem certa pressão para a ação. Da mesma forma, a mídia só pode impedir a tomada de decisões, se conseguirem atrair o apoio público para ação do governo".⁵⁷¹

Apesar das análises realizadas pelos autores, em diversas situações específicas ainda persistem algumas dúvidas se o impacto das imagens televisivas realmente funciona de forma direta, ou se é um processo indireto de mera influência por meio da opinião pública. Por essa razão, no mesmo sentido em que sustenta Robinson, é que se deve analisar conjuntamente a teoria do Efeito CNN com a opinião pública. Primeiramente, porque os decisores políticos e os grupos de elite são mais atentos do que a grande maioria do público às notícias de política externa e, em segundo lugar, porque eles não confiam em pesquisas de opinião para sua avaliação da opinião pública, mas, todavia, dependem da percepção da opinião pública que por sua vez é formada em grande parte por meio da mídia. Assim, de qualquer forma, grande parte dos Efeitos CNN anteriormente analisados tem uma relação direta com a opinião pública, somente se excetuando desse raciocínio o Efeito forte e o Efeito fraco, o que demonstra que esse é um elemento importante quando se estuda essa teoria.

3.3.2 A mídia controlando a construção da agenda política internacional (*agenda setting*)

Na classificação da mídia, enquanto ator controlador proposta por Emidio Diodato, os meios de comunicação não tomam os lugares dos decisores nas questões políticas, tal como visto anteriormente ao se analisar o Efeito CNN, porém, para ele a mídia acaba controlando a definição dos temas da agenda política (*agenda setting*) e, principalmente, participando do processo de criação de políticas (*policy making*).

Dessa forma, enquanto na classificação anterior, sob a ótica do Efeito CNN, a

⁵⁷⁰ Segundo Hudson, o conflito no Iraque demonstra que a mídia foi um dos três atores mais relevantes que influenciaram o processo de tomada de decisões, em especial a de invadir o país, sendo que os outros atores dois foram: o Departamento de Estado norte-americano e o Partido democrata. Cf. HUDSON, Valerie M. **Foreign Policy Analysis: Classic and Contemporary Theory**. Lanham: Rowman e Littlefield Publisher, 2007. p.127.

⁵⁷¹ Original em inglês: "media can only **accelerate** decision making, If decision-makers perceive a certain pressure for action. Likewise, media can only **impede** decision making, if they manage to undermine public support for government action". (grifou-se). ANTHONSEN, Mette. Decisions on Participation in UN operations: do media matter? In: **Göteborg Studies**. Politics 80, Göteborg University, 2003, p. 31.

mídia ocupava o lugar dos *policy makers*, nessa classificação, controla o agendamento dos temas que servirão de base para a criação de políticas. O controle sobre a política, portanto, é indireto, mas também bastante efetivo em algumas situações. Interessante ressaltar que esse agendamento pode ocorrer entre os próprios meios de comunicação. A fixação da agenda política e midiática entre os meios de comunicação é algo bastante presente na realidade dos *mass media*. McCombs destaca que os meios de comunicação de massa que compõem a elite da mídia americana, por exemplo, exercem uma influência substancial sobre a agenda dos outros meios informativos. O autor explica que esse papel de fixação da agenda entre os meios impressos é desempenhado com frequência pelo jornal *New York Times*, sendo que esse agendamento trata de um papel tão institucionalizado que a *Associated Press* avisa seus membros diariamente acerca da agenda de notícias programadas para o dia seguinte junto ao *Times*. Dessa forma, “a aparição na capa do *Times* legitima com frequência um assunto como noticioso”.⁵⁷² Consequentemente, essa legitimação traz consequências para o mundo político, que precisará dar alguma resposta ao que foi noticiado.

Um exemplo interessante de agendamento e análise recíproca entre os meios de comunicação é dado por McCombs, ao relatar um estudo sobre o agendamento do aquecimento global junto aos meios de comunicação norte-americanos no período de 1985 a 1992.⁵⁷³ Segundo esse autor, na medida em que a cobertura informativa sobre o tema se acelerava de maneira constante, chegando a ocupar o centro das discussões junto aos principais periódicos (*New York Times*, *Washington Post* e *Wall Street Journal*), também acabaram influenciando significativamente as três cadeias nacionais de televisão. Além disso, refere que em face de se um tema científico e político complexo, o agendamento pela mídia desempenhou um importante papel de agendamento junto às publicações científicas especializadas. A análise relatada por McCombs se encerra em 1992, ano em que ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Eco-92) e o assunto relativo às mudanças climáticas e o aquecimento global foram amplamente discutidos, sendo objeto de uma Convenção própria, que marca o início do tratamento dessa questão perante o Direito Internacional Ambiental.

Esse tipo de comportamento gera um círculo vicioso na produção da informação. Mesmo atualmente com a possibilidade de obtenção de informação em tempo real via *Internet*

⁵⁷² Original em espanhol: “la aparición de la portada del *Times* la que legitima con frecuencia un asunto como noticioso”. McCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la agenda**: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Tradução de Óscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2006. p. 215-216.

⁵⁷³ *Ibidem*, p. 218.

os *sites* de jornais e canais de televisão validam as suas notícias observando o trabalho uns dos outros. Como destaca McCombs, os jornais e os canais de televisão registram a agenda informativa apresentada diariamente por seus competidores diretos e até mesmo os meios de comunicação locais registram em suas agendas o que é previamente selecionado pelas empresas de mais prestígio.⁵⁷⁴ O resultado dessa rotina de observações contínuas é que agenda informativa torna-se redundante.⁵⁷⁵ Tal observação é identificável em diversas situações, mas quando ocorrem situações catastróficas ou acidentes em que a atenção mundial é atraída, nota-se isso mais facilmente. Assim, a informação, que num primeiro momento é inexistente, após algumas inserções das principais redes de comunicação que conseguem deslocar jornalistas para o local onde o fato ocorreu, acaba sendo conduzida de forma que a visão de todos os demais meios de comunicação adotem a mesma impressão.

Karl Erik Rosengren, ao analisar mais profundamente essa abordagem, explica que a comunicação internacional de notícias pode ser compreendida mediante compreensão de três ou quatro fases do seu desenvolvimento, sendo que o quadro abaixo resume essa explicação.

Quadro 11 – Fases do desenvolvimento das notícias internacionais

Fase	Características:
<i>Primeira fase</i> – o que acontece é registrado: notícias quentes e difíceis;	Durante essa fase os detalhes a serem comunicados são poucos e há pouca base para realização de comentários e uma interpretação segura e completa, resultando em uma cobertura, por vezes, cheia de chavões e preconceitos.
<i>Segunda fase</i> -	Nessa fase se desenvolvem os contornos dos acontecimentos e, dessa forma, o material torna-se mais rico e a base de interpretação torna-se mais firme. Existe a possibilidade de corrigir as inadequações e inadvertências ocorridas durante a primeira fase, possibilidade, entretanto, da qual nem sempre se faz uso.
<i>Terceira fase</i> -	Ao se iniciar essa fase as notícias começam a ganhar valor reduzido perante o surgimento de outros acontecimentos e, dessa forma, as notícias iniciam um processo que conduzem a cobertura em estado latente
<i>Quarta-fase</i> * (provável)	Uma provável quarta fase dependeria do retorno no interesse em relação ao assunto por algum motivo e, assim, graças aos arquivos do que foi noticiado anteriormente, os meios de comunicação podem produzir uma imagem melhor desde o início. (essa fase, nem sempre ocorre, pois alguns meios de comunicação insistem em retornar à primeira fase)

Fonte: elaborado pelo autor a partir de ROSENGREN, Karl Erik. Notícias internacionais: tempo e tipo de informação. In: FISCHER, Heinz-Dietrich; MERRIL, John Calhoun (Org.) **Comunicação internacional** : meios, canais, funções. Tradução de Edilson Alkmin Cunha. São Paulo: Cultrix, 1970. p. 104.

⁵⁷⁴ McCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la agenda**: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Trad. Óscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2006. p. 222.

⁵⁷⁵ *Ibidem*. p 221.

O autor ainda explica que as notícias e sua interpretação podem interagir num “círculo vicioso”, que predispõe o registro total do acontecimento por certos meios de comunicação.⁵⁷⁶ O tipo de interpretação feita na primeira fase, dessa forma, é como um teste projetivo dos preconceitos do comentador (intérprete). Na segunda fase, essas interpretações prejudicadas orientam a escolha entre os vários itens da notícia até então disponíveis e sua manipulação. As notícias prejudicadas, por sua vez, ajudam a criar novas interpretações prejudicadas e, assim por diante, até que a terceira fase, do “esquecimento”, ou do estado de latência seja iniciada.⁵⁷⁷

Essa lógica de produção de notícias, em alguns casos em que o fato noticioso não foi totalmente resolvido, a exemplo do que atualmente ocorre com as discussões sobre as mudanças climáticas, exige outra reflexão. Isso porque na medida em que o tempo passa e novas informações vão sendo produzidas, emerge outro fenômeno que será analisado posteriormente, que é o excesso de informações. Nesse caso, conforme sustenta Joseph Nye, em certos assuntos, e em especial para essa tese, no caso do aquecimento global, tem-se um excesso tão expressivo de informações em vários sentidos que acaba por gerar o que ele denomina de “paradoxo da abundância”. Nesse cenário, portanto, quem consegue identificar, filtrar e avaliar corretamente e criticamente essas informações tão vastas é quem detém um importante tipo de poder, também analisado no próximo capítulo, chamado *Soft Power*.

Todavia, retornando à abordagem específica acerca da concepção da mídia controladora proposta por Diodato, o mais interessante é a análise da relação da mídia com os *policymakers*. Essa é uma questão intrigante que há bastante tempo tanto que Bernard Cohen em sua clássica obra de 1963, intitulada *The press and Foreign Policy*, já se questionava em saber quais seriam as consequências para o desenvolvimento da política internacional em face da forma como a mídia define e executa o seu trabalho e como a sua produção é assimilada pelos participantes desse processo.⁵⁷⁸

⁵⁷⁶Para Karl Erik Rosengren, quanto mais imprevisível é o fato a ser noticiado, mais factual e menos interpretativo é o seu registro. E, quanto mais importante venha a ser esse fato, maior acaba sendo a necessidade de sua interpretação. Dessa forma, o autor sintetiza: “Fatos importantes e previsíveis serão registrados imediatamente de um modo factual e interpretativo; Fatos importantes e imprevisíveis tendem a ser registrados inicialmente como predominantemente factuais, e depois de um modo cada vez mais interpretativo; Fatos menos importantes serão registrados principalmente de um modo factual, independentemente de serem ou não previsíveis”. ROSENGREN, Karl Erik. Notícias internacionais: tempo e tipo de informação. In: FISCHER, Heinz-Dietrich; MERRIL, John Calhoun (Org.) **Comunicação internacional** : meios, canais, funções. Tradução de Edilson Alkmin Cunha. São Paulo: Cultrix, 1970. p. 107.

⁵⁷⁷ *Ibidem*, p. 105.

⁵⁷⁸ A sua indagação é registrada da seguinte forma: What are the consequences, for the foreign policy-making environment, of the way the press defines and performs its jobs, and of the way that its output is assimilated by

Uma análise interessante feita por Jerry Medler e Michael Medler refere-se à possibilidade de a mídia participar do agendamento dos temas políticos a serem observados pelos políticos no desenvolvimento de suas atribuições também depende da duração do ciclo de atenção conferido ao assunto.⁵⁷⁹ Ou seja, na medida em que o tema é agendado, mas sai rapidamente do foco das atenções, as suas chances de influenciar na produção política reduzem-se. Por outro lado, um tema que permanece agendado por um tempo considerável pode alcançar efeitos muito mais marcantes.

O problema destacado pelos autores é quando essa influência da mídia acaba por induzir em erro os telespectadores sobre o sucesso ou o fracasso de certas políticas, criando uma pressão injustificada junto aos políticos que, ao se sentirem ameaçados, podem sentir a necessidade de alterar suas práticas, mesmo que eficazes, para salvaguardar suas posições públicas ou impedir políticos de procurar outras soluções para as políticas tidas como ineficazes pela mídia.⁵⁸⁰ Em situações como essa, conforme lembra Cohen, “os jornalistas internacionais agem como atores no processo político, tentando influenciar a opinião do público e dos órgãos governamentais oficiais”.⁵⁸¹

Outra análise interessante sobre essa relação *media-policymakers* é destacada por McCombs quando ressalta que um dos efeitos do agendamento dos temas é também servir como preparação daqueles pontos que posteriormente guiarão a opinião pública.⁵⁸² O autor destaca, ainda, que a preparação do público é uma ampliação significativa do estabelecimento da agenda e é uma das vias através das quais os meios de comunicação exercem um papel crucial na configuração das políticas e na formação da opinião pública.⁵⁸³

Dessa forma, o que se consegue com essa preparação prévia do público é fazer com que ele também venha a pressionar os políticos na criação de políticas que foram agendadas pela mídia. McCombs observa que além da fixação da agenda política por parte da mídia, existe a criação de um consenso em certos assuntos por ela expostos. Nas questões ambientais, por exemplo, cada vez mais é possível encontrar pessoas que estão de acordo com

the participants in the process? COHEN, Bernard. **The press and Foreign Policy**. Princeton, Nova Jersey: Princeton University Press, 1963. p. 4

⁵⁷⁹ MEDLER, Jerry F.; MEDLER, Michael J. Media images as environmental policy. In: SPITZER, Robert J. (Org.). **Media and public policy**. Westport: Praeger, 1993. p. 121-132.

⁵⁸⁰ *Ibidem*.

⁵⁸¹ Original em inglês: “foreign affairs reporters are actors in the process, trying to influence the opinions of both the public and the government official”. COHEN, Bernard. **The press and Foreign Policy**. Princeton, Nova Jersey: Princeton University Press, 1963. p. 39.

⁵⁸² McCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento**. Tradução de Óscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2006. p. 233.

⁵⁸³ *Ibidem*, p. 235.

os temas do momento e, conseqüentemente, passam a exigir respostas políticas para tanto, sendo que essa abordagem será retomada no próximo capítulo.

3.3.3 A mídia constrangedora: o poder de intervir no processo de tomada de decisão e fazer política em tempo real (*real-time policy*)

O constrangimento causado pela mídia está atrelado ao processo de tomada de decisão por líderes políticos e surge por meio da pressão realizada junto aos meios de comunicação ao invés da utilização dos meios tradicionais. Eytan Gilboa reconhece que ainda não existem provas suficientes para demonstrar, de forma inequívoca, que os meios de comunicação globais estejam se tornando um ator controlador da política relativa aos conflitos internacionais apesar de a teoria do Efeito CNN e as várias pesquisas já realizadas sustentarem o contrário.⁵⁸⁴

De qualquer forma, seguindo o raciocínio de Gilboa, pode-se afirmar com mais facilidade que a mídia funciona, em grande parte dos casos, como um ator constrangedor. Esse constrangimento significa que a cobertura da mídia pode perturbar a rotina política e, conseqüentemente, o processo decisório. Em face disso, o constrangimento midiático pode levar os líderes políticos a terem que reorganizar suas prioridades.⁵⁸⁵ Isso porque, segundo o autor, “a comunicação global restringe o processo político, principalmente por meio da alta velocidade de difusão e transmissão de informações”.⁵⁸⁶ O ritmo intenso dos intercâmbios diplomáticos conduzidos pela televisão global altera o padrão de tomada de decisão, especialmente em situações de crise aguda.

Eytan Gilboa afirma que, em muitas crises recentes, a cobertura televisiva global substituiu embaixadores e especialistas, como as fontes qualificadas de informação crítica e avaliação sobre o que está acontecendo no mundo.⁵⁸⁷ Também lembra que durante a Guerra do Golfo o próprio presidente George Bush admitiu que se informou melhor com a CNN do que com a CIA.⁵⁸⁸ Durante a guerra, foi também por meio da CNN, que Saddam Hussein

⁵⁸⁴ GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. **Journal of Communication**; dez., 2002; v. 52, n.4; p. 736.

⁵⁸⁵ *Ibidem*.

⁵⁸⁶ Tradução livre do original em inglês: “global communication constrains the policy primarily through the high speed of broadcasting and transmitting information”. *Ibidem*.

⁵⁸⁷ GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. **Journal of Communication**; dez., 2002; 52, 4; p. 736.

⁵⁸⁸ *Ibidem*.

desafiou a coalização liderada pelos EUA, propondo um plano de paz que foi recebido por Washington como uma falsa proposta. George Bush, então, precisava informar a todos os 26 membros da coalização internacional no Iraque, sobre a posição da Casa Branca de que a guerra iria continuar. A forma mais rápida e eficaz encontrada para isso foi a transmissão dessa avaliação governamental por meio da CNN, configurando-se aqui um típico caso de *real-time policy* (política em tempo real).

Walter Wriston, ao analisar esse episódio, refere que essa transmissão permitiu que todos os países do mundo acompanhassem em tempo real o desenrolar de uma guerra, inaugurando uma nova fase para o papel da mídia, em que teve a si confiada a tarefa de transmitir uma mensagem diplomática vista por todo o mundo.⁵⁸⁹ Além disso, Wriston sustenta que, atualmente, esse tipo de atitude está cada vez mais comum, afinal, até mesmo os grupos de interesses especiais de todos os tipos, desde os terroristas aos defensores dos direitos humanos utilizam-se dos canais de comunicações para transmitir suas mensagens. Isso permite que essa “conversa global coloque pressão sobre os governos soberanos que ao longo do tempo vai influenciar os processos políticos de todo o mundo”.⁵⁹⁰ Em síntese, segundo o autor “pela primeira vez na história, ricos e pobres, norte e sul, leste e oeste, a cidade e o campo estão ligados em uma rede global eletrônica de imagens compartilhadas em tempo real. Ideias se movem através das fronteiras como se elas não existissem”.⁵⁹¹

Dessa forma, tanto Gilboa quanto Wriston reconhecem que esse tipo de prática ao se tornar cada vez mais comum tem causado uma erosão nas funções dos diplomatas profissionais abrindo espaço para a mídia intervir nos processos de tomada de decisão e, por vezes, atuar de forma a também fazer política em tempo real diante das novas tecnologias da comunicação. Além disso, em face da maior velocidade de intercâmbios diplomáticos realizados pela televisão mundial, emergem grandes dilemas para todos os principais atores que participam do processo de política externa.

Gilboa destaca que a velocidade exigida pela televisão pode forçar respostas apressadas, baseadas na intuição ao invés do cuidado e deliberação política adequada, e isso

⁵⁸⁹ WRISTON, Walter B. Bits, Bytes, and Diplomacy. *Foreign Affairs*, v. 76, n. 5, set/out., 1997, , p.174.

⁵⁹⁰ Original em inglês: “The global conversation puts pressure on sovereign governments that over time over time wil influence political processes all over the world”. *Ibidem*, p. 175.

⁵⁹¹ Original em inglês: “For the first time in history, rich and poor, North and south, east and West, city and countryside are linked in a global electronic network of shared images in real time. Ideas move across borders as if they did not exist”. *Ibidem*.

pode conduzir a graves erros políticos.⁵⁹² Esse tipo de situação cria um difícil dilema para os líderes políticos. Se responderem imediatamente a alguma indagação da mídia sem analisar cuidadosamente durante o tempo necessário, podem cometer algum erro. Se, porém, insistirem que precisam de mais tempo para analisar a situação, ou não possuindo opinião alguma a proferir naquele momento, criam a impressão (construída pela mídia em especial) de que existe uma possibilidade de perda de controle do governo sobre os acontecimentos. Em face dessa situação, Gilboa conclui que “os líderes tendem a resolver esse dilema, fornecendo alguma resposta sim do que pedindo mais tempo para uma decisão deliberada”.⁵⁹³ Aqui fica evidente, mais uma vez, esse caráter de constrangimento que a mídia pode causar em certas situações.

Outro aspecto referente à possibilidade de a mídia intervir no processo de tomada de decisão é apontado pelo autor quando constata que todas as redes globais de televisão aplicam pressão sobre os seus correspondentes logo que chegam a algum local relevante, para que produzam alguma informação que possa ser transformada em notícia.

Em alguns casos, os repórteres sequer são capazes de transmitir uma informação adequada por não conseguirem identificar o contexto e o significado dos acontecimentos e por não disporem de tempo para absorver, refletir e explicar aquilo que estão vendo. Em face disso, os relatos dos fatos podem ser incompletos, distorcidos e até mesmo enganosos e, aqueles que assistem a esse tipo de cobertura midiática, em especial os líderes políticos, podem acreditar que estão completos e usá-los como sua principal fonte de informações e, conseqüentemente, adotarem políticas erradas.⁵⁹⁴

3.3.4 A mídia como interventora nas mediações internacionais

A comunicação e a revolução na informação ocorridas no século 20 têm, fundamentalmente e irreversivelmente, mudado o sentido de poder nas relações internacionais, também a forma de elaboração da política de defesa e política externa, e a

⁵⁹² GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. **Journal of Communication**; dez., 2002; v. 52, n. 4; p. 737.

⁵⁹³ Original em inglês: “Leaders often tend to resolve this dilemma by providing some response rather than asking for additional time to deliberate a decision”. GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. **Journal of Communication**; dez., 2002; v. 52, n. 4; p. 737.

⁵⁹⁴ *Ibidem*, p. 738.

condução da diplomacia.⁵⁹⁵ Isso também tem servido de inspiração para que os jornalistas possam assumir, direta ou indiretamente, funções de mediação em conflitos internacionais complexos.

Essa intervenção da mídia ocorre geralmente quando não há contato entre inimigos e enquanto situado na posição de um terceiro o jornalista consegue ajudar a resolver essas diferenças. Assim, os jornalistas desempenham frequentemente a função de mediadores dentro de um contexto jornalístico, por exemplo. Essa afirmação faz emergir uma dúvida que é a de como se identifica o momento em que um jornalista ultrapassa os limites da busca pela informação e torna-se um diplomata envolvido na mediação.⁵⁹⁶

Georgie Geyer observa que os repórteres que conseguem entrevistar os líderes políticos indisponíveis ao diálogo com os diplomatas, devido a circunstâncias políticas, ao fazer isso estão agindo como condutores da diplomacia (cita os exemplos de Fidel Castro e Yasser Arafat).⁵⁹⁷ O autor, todavia, não explica, tampouco apresenta critérios para determinar se tais entrevistas se constituem em movimentos diplomáticos ou de mediação. Essa variável é importante e deve ser considerada, pois muitas vezes, essas ações não são mais do que simples entrevistas com líderes atrativos que conduzem a uma boa audiência tão somente, sem interesses de atuar como um verdadeiro mediador internacional de forma intencional.

Nesse sentido, Eytan Gilboa, também entende que os jornalistas exercem a mediação somente quando debatem com os líderes do outro lado, ou representam as posições de seu governo, ou ainda sugerem propostas de rivais para acabar com um conflito ou uma crise.⁵⁹⁸

Esse é o caso de Walter Cronkite. Em seu programa *CBS Evening News*, apresentado por ele nos anos de 1962 a 1982, líder de audiência de 1969 a 1981, trazia representantes de lados rivais para que discutissem questões polêmicas e, dessa forma, inegavelmente atuava como mediador de conflitos, pois propiciava espaço de debates nem sempre encontrado dentro dos meios diplomáticos tradicionais. Um clássico exemplo dessa mediação realizada por Cronkite ocorreu no dia 14 de novembro de 1977, sendo lembrado até

⁵⁹⁵ *Ibidem*, p. 731.

⁵⁹⁶ GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. **Journal of Communication**; dez., 2002; v.52, n. 4; p. 738.

⁵⁹⁷ GEYER, Georgie. Journalists: The new targets, the new diplomats, the new intermediary people. In: Schmuhl, Robert (Org.). **The responsibilities of journalism**. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1984. p. 71-73.

⁵⁹⁸ GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. **Journal of Communication**; dez., 2002; v. 52, n. 4; p. 739.

hoje. Nessa data, Cronkite entrevistou o presidente egípcio Anwar Sadat e o primeiro-ministro israelense Menachem Begin, conseguindo que Sadat realizasse uma histórica visita a Jerusalém no dia 20 de novembro de 1977, apenas seis dias após a entrevista. Foi a partir dessa visita, que Egito e Israel iniciaram tratativas para a assinatura do tratado de paz realizado em Washington, no dia 26 de março de 1979.⁵⁹⁹

Outro exemplo de mediador pode ser atribuído a Ted Koppel, âncora da rede de TV norte-americana ABC.⁶⁰⁰ Em 1985, Ted Koppel sediou a primeira conversa formal entre representantes do Congresso Nacional Africano e os apoiadores do sistema do *Apartheid* da África do Sul, por meio de uma série de transmissões ocorridas no programa *Nightline ABC*. Em 1988, outra série de entrevistas também realizadas no programa *Nightline* Ted Koppel, levou o governo de Israel e a Organização para a Libertação da Palestina a discutirem no mesmo palco, pela primeira vez.

3.3.5 A mídia como ator instrumental: media diplomacy e os meios de comunicação como aliados nas negociações políticas internacionais

A classificação da mídia enquanto ator instrumental encontra-se atrelada à ideia de que a mídia é utilizada como ferramenta de mobilização, de forma a auxiliar em negociações.⁶⁰¹ Como destaca Gilboa, atualmente os líderes políticos utilizam amplamente os meios de comunicação global como instrumento para o avanço de negociações e para mobilizar apoio para acordos.⁶⁰² Dessa forma, essa classificação aproxima-se da anterior, porém não se confunde com ela. Enquanto a classificação da mídia como interventora parte do pressuposto de que a mídia atua na promoção da intermediação política e de mediação internacional em situações de crises políticas, aqui a atuação é enquanto instrumento a serviço do processo de mediação. Ou seja, sob essa perspectiva, a mídia é um instrumento (um meio) que outros atores podem utilizar para auxiliar as negociações políticas e atingir a opinião

⁵⁹⁹ *Ibidem*, p. 99-120.

⁶⁰⁰ Cf. KIRTZ, Bill. Should journalists be crusaders? *The Quill*, v. 85, n. 4, 1997, p. 10-11.

⁶⁰¹ É em face desse contexto que Daniel Dayan e Elihu Katz identificam alguns efeitos da mídia junto aos eventos diplomáticos: a) banalizar o papel dos embaixadores; b) quebrar impasses diplomáticos e criar um clima propício a negociações; e, c) criação de um clima favorável para selar um acordo. DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. **Media events: The live broadcasting of history**. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1992. p. 204-205.

⁶⁰² GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. *Journal of Communication*; dez., 2002; v. 52, n. 4; p. 741.

pública junto à comunidade internacional, sem, contudo, partir da mídia essa iniciativa de mediação, tal como visto sob a perspectiva anterior.

Para se compreender os fundamentos dessa concepção da mídia, é preciso analisar o que os autores chamam de *media diplomacy*.⁶⁰³ De acordo com Patrizia Laurano a *media diplomacy* evidencia o papel da mídia como ponto de comunicação entre os cidadãos e os políticos e entre esses últimos e os diplomatas.⁶⁰⁴ A autora relembra que os grandes meios de comunicação de massa são utilizados para articular e promover a política internacional e para influenciar o público e os *policymakers*, assumindo um duplo-papel: de um lado são instrumento de consenso e, de outro, canais privilegiados de comunicação política junto aos cidadãos e demais atores.⁶⁰⁵ No que tange à origem da diplomacia midiática, a mesma possui ligação com o desenvolvimento tecnológico ocorrido durante “a época nuclear” e representa uma resposta efetiva à impossibilidade da realização de um conflito armado de escala global, de maneira que Estados Unidos e União Soviética passam a se confrontar em uma intensa batalha visando a criar uma imagem negativa um do outro.⁶⁰⁶ Dessa forma, os dois protagonistas da Guerra Fria passam a buscar fazer prevalecerem os seus interesses e demonstrar sua superioridade, principalmente num plano simbólico e comunicativo.

Em face disso, Gilboa sustenta que esse é o elemento adequado para se analisar a mídia enquanto ator instrumental, porém, adverte que esse conceito é empregado com muitas confusões pelos estudiosos da área. Muitos conceitos são dados de forma ampla, tal como ocorre com o conceito apresentado por Bosah Ebo, o qual define a *media diplomacy* como “a utilização da mídia para articular e promover a política exterior”.⁶⁰⁷ Yoel Cohen, por sua vez, acrescenta outras informações e refere que a *media diplomacy* “inclui todos os aspectos da diplomacia pública, onde a mídia está envolvida, bem como outros não associados com a diplomacia pública, incluindo o envio de sinais por parte dos governos através da mídia, bem como a utilização dos meios de comunicação como fonte de informação”.⁶⁰⁸

⁶⁰³ Ou ainda chamada de *television diplomacy, newspaper diplomacy, satellite diplomacy*. Cf. LAURANO, Patrizia. **Fondamenti di Comunicazione Política Internazionale**. Roma: Bonanno Editore, 2006 p 32.

⁶⁰⁴ LAURANO, Patrizia. **Fondamenti di Comunicazione Política Internazionale**. Roma: Bonanno Editore, 2006 p. 32.

⁶⁰⁵ *Ibidem*.

⁶⁰⁶ *Ibidem*, p. 33.

⁶⁰⁷ Original em inglês: "the use of the media to articulate and promote foreign policy". EBO, Bosah. *Media diplomacy and foreign policy: toward a theoretical framework*. In: MALEK, Abbas. (Org.). **News media and foreign relations**. Norwood, NJ: Ablex. 1996. p. 44.

⁶⁰⁸ Original em inglês: “Media diplomacy includes all those aspects of public diplomacy where the media are involved as well as others not associated with public diplomacy including the sending of signals by governments

Eytan Gilboa acrescenta outras informações a essa busca por uma conceituação adequada. Para ele, “media diplomacy refere-se à utilização da mídia por líderes políticos para manifestar interesse na negociação e construir a confiança e mobilizar o apoio público para acordos”.⁶⁰⁹ Além disso, refere que a *media diplomacy* é realizada por meio de “vários eventos de rotina e atividades especiais de comunicação, incluindo conferências de imprensa, entrevistas e vazamentos, visitas de chefes de Estado e mediadores de países rivais, além de espetacularização de eventos organizados pela mídia que inauguram uma nova era”.⁶¹⁰ Para compreender melhor esse *status* da mídia e, principalmente, a função da *media diplomacy*, a seguir serão analisados, ainda que brevemente, dois casos em que o papel da mídia na elaboração da diplomacia midiática teve grande repercussão junto ao cenário internacional. O primeiro refere-se ao papel desempenhado pela rede de TV venezuelana TeleSUR junto à América Latina e o segundo relativo ao surgimento da rede de TV árabe Al-Jazeera, ambas em evidente oposição à hegemonia midiática exercida pelas redes de TV norte-americanas.

a) A diplomacia midiática do governo Hugo Chávez: uma análise da TeleSUR

Um exemplo de utilização dessa diplomacia diplomática pode ser vista na forma como o presidente da Venezuela, Hugo Chávez, se utiliza dos meios de comunicação, principalmente a TeleSUR, para demonstrar a sua visão política para o restante do mundo. Segundo o jornalista Renato Rovai, Chávez sempre soube se utilizar muito bem do espaço midiático, visando a conquistar cada vez mais poder político. O seu principal contato com a população venezuelana é o programa *Aló Presidente*, transmitido aos domingos.⁶¹¹ O programa vai ao ar em rede de rádio e TV nacional, sendo que Chávez atua como um animador de auditório “[...] bebendo café, conversa por telefone com os telespectadores e

through the media, and the use of the media as a source of information”. COHEN, Yoel. **Media Diplomacy: The Foreign Office in the Mass Communications Age**. London: Frank Cass and Company Ltd, 1986, p. 7.

⁶⁰⁹ Original em inglês: “Media diplomacy refers to uses of the media by leaders to express interest in negotiation, to build confidence and to mobilize public support for agreements”. GILBOA, Eytan. *Media Diplomacy: Conceptual Divergence and Applications*. **The Harvard International Journal of Press/Politics**, v. 3, n. 3, 1988, p. 62-63.

⁶¹⁰ Original em inglês: “media diplomacy is pursued through various routine and special media activities, including press conferences, interviews, and leaks, visits by heads of state and mediators in rival countries, and spectacular media events organized to usher in a new era. GILBOA, Eytan. *Global Communication and Foreign Policy*. **Journal of Communication**; dez., 2002; v. 52, n. 4; p. 741.

⁶¹¹ O programa foi ao ar pela primeira vez em 1990 e, raramente, dura menos de quatro horas, tendo em vista que é por meio de que Chávez comunica à população as decisões de governo, assim como se posiciona sobre temas de interesse nacional e internacional. A maioria das transmissões do referido programa podem ser acessadas no seguinte endereço: <http://www.alopresidente.gob.ve/Multimedia/20>

anota seus problemas. Aborda questões do governo e ataca adversários, em meio a citações de feitos de Simón Bolívar, a quem costuma evocar em todos os seus discursos”.⁶¹²

Um episódio interessante relacionado a esse programa ocorreu quando Chávez “deu o combustível que a oposição precisava para caminhar em direção ao golpe” de 2002.⁶¹³ Em 7 de abril, durante o programa ao vivo, Chávez demitiu parte da diretoria executiva da Petróleos de Venezuela S.A. (empresa estatal venezuelana), depois de já ter despedido no dia 15 de março alguns gerentes, fato que desencadeou uma greve.

Ao se analisar o fenômeno da diplomacia midiática venezuelana, deve-se compreender, em especial, o papel desempenhado pela TeleSUR. Trata-se de uma rede de televisão multiestatal,⁶¹⁴ sem fins-lucrativos, sediada em Caracas e que possui sucursais em diversos países latinoamericanos e nos Estados Unidos. Segundo as informações presentes em seu *site*, trata-se de uma rede 100% latinoamericana que se consolidou, desde o seu lançamento em 24 de julho de 2005 - aniversário de nascimento de Simón Bolívar - como referência na área de comunicação na América e no mundo mediante transmissão de notícias 24 horas por dia.⁶¹⁵

A política editorial da TeleSUR refere que sua intenção é a de contribuir com o processo de integração e com os povos latino-americanos por meio da divulgação de informação contextualizada e balanceada. Assim, a meta da rede é ajudar a formar cidadãos críticos, informados e participativos dentro da sociedade, mediante oferecimento de uma programação rica em conteúdo informativo, mediante noticiários, documentários, programas de opinião e análise, que são produzidos em diversos países latino-americanos, com o intuito de melhor retratar os acontecimentos e os desafios enfrentados pela região.⁶¹⁶

Dessa forma, percebe-se que a TeleSUR apresenta-se como uma oposição à concentração da informação junto aos tradicionais meios de comunicação globais tais como CNN e BBC, sendo que sua criação teve por intuito dar voz aos excluídos da mídia internacional ou àqueles que foram ou são retratados de forma parcial ou desfavoravelmente sob vários aspectos junto a mídia globalizada. A criação da TeleSUR insere-se num contexto

⁶¹² ROVAI, Renato. **Midiático Poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa**. São Paulo: Publisher Brasil, 2007. p.31.

⁶¹³ *Ibidem*.

⁶¹⁴ A sociedade multiestatal que forma a TeleSUR, foi composta inicialmente pelos governos da Venezuela 51%, Argentina 20%, Cuba 19%, Uruguai 10%. Posteriormente, aderiram a Bolívia em 2006, a Nicarágua e o Equador em 2007, comprando cotas do controle acionário dos membros-fundadores. Cf. <http://www.telesurtv.net>

⁶¹⁵ TELESUR. **El canal**. Disponível em: <<http://www.telesurtv.net/noticias/canal/>> Acesso em: 4 fev.2010.

⁶¹⁶ *Ibidem*.

de disputas discursivas ligadas à oposição Norte-Sul, tanto que seu slogan é “*Nuestro Norte Es el Sur*” (Nosso Norte é o Sul).⁶¹⁷

Interessante destacar que, desde a sua criação, a TeleSUR foi severamente criticada pelo governo americano, tanto que Connie Mack, congressista republicano do Estado da Flórida, três dias antes da inauguração da TeleSUR elaborou projeto de lei no intuito de obrigar o governo norte-americano a gerar interferências no sinal de transmissão por satélite da TeleSUR. Mack, ao explicar melhor sua ideia, referiu que a intenção seria enviar "sons e imagens especiais" para a Venezuela, agindo de forma similar à TV Martí, a televisão com orçamento de US\$ 26 milhões anuais que, desde a Flórida, envia seu sinal a Cuba com informações contrárias ao governo de Fidel Castro.⁶¹⁸

Apesar desses esforços por parte do governo dos Estados Unidos em barrar a TeleSUR, a rede venezuelana vem alcançando cada vez mais espaço e audiência mediante elaboração de alianças e acordos de cooperação com outras redes de televisão, tais como a Al-Jazeera, que será analisada à frente, e a rede de TV Educativa do estado do Paraná, no Brasil. Segundo essa parceria firmada entre o governo venezuelano e o governo do Paraná, serão transmitidas diariamente “três horas diárias de programação da TeleSUR e, em contrapartida, a venezuelana veiculará seis horas de produção da TV Educativa”.⁶¹⁹

De acordo com Leonardo Valente e Maurício Santoro, a nova estrutura no campo das comunicações na Venezuela favorece o fortalecimento de uma diplomacia midiática em que a integração latino-americana ganha destaque especial.⁶²⁰ Além disso, a diplomacia midiática venezuelana articula-se para agir contra a diplomacia midiática norte-americana. Além de funcionar como um elemento estratégico para alcançar a liderança regional, a diplomacia midiática venezuelana visa à integração regional e principalmente servir de instrumento de apresentação dos fatos sem ação dos grandes veículos de comunicação globalizados.⁶²¹

⁶¹⁷ Cf. <http://www.telesurtv.net>

⁶¹⁸ WEISSHEIMER, Marco Aurélio. **Estados Unidos aprovam medida para interferir no sinal da TV Sul**. Disponível em: <http://www.adital.com.br/site/noticia2.asp?lang=PT&cod=17955> Acesso em: 5 fev.2010.

⁶¹⁹ Roberto Requião (PMDB) confirmou e defendeu ontem a parceria entre a TV Educativa do Paraná e a Telesur, da Venezuela, alegando que é preciso "vender o Brasil" no exterior. "A América do Sul não conhece o Brasil. Já transmitíamos programação da Telesur antes, via satélite, e agora só vamos oficializar", explicou ele, em Nova York, onde participou de encontro do Conselho das Américas. REQUIÃO defende parceria da TV Educativa com Telesur de Chávez. O Estado de S. Paulo. 12.10.2007. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20071012/not_imp64091,0.php> Acesso em: 5 fev.2010.

⁶²⁰ VALENTE, Leonardo; SANTORO, Maurício. A diplomacia midiática do governo Hugo Chávez. **Carta Internacional**. v. 2, n. 1, mar.2007. p. 57

⁶²¹ *Ibidem*, p. 53

Deve-se referir, ainda, que a preocupação de Hugo Chávez com os meios de comunicação é explicada em face do golpe ocorrido em 2002.⁶²² Nessa ocasião, Chávez foi deposto do governo mediante articulação dos meios de comunicação, que divulgaram informações falsas para a população. Além disso, antes do golpe, o sinal da televisão pública venezuelana foi cortado, sendo que era a única rede de TV que não seguia a linha contra Chávez. Os canais privados⁶²³, por sua vez, sustentavam ininterruptamente a tese dos golpistas e, a partir desses veículos de comunicação é que a mídia internacional acabou pautando a cobertura do ocorrido.⁶²⁴

Gilberto Maringoni classifica esse episódio na recente história venezuelana como um golpe midiático. Para ele, aqueles que desejassem acompanhar os detalhes do golpe não precisariam ir até Miraflores ou ao Forte Tiúna. Refere que

[...] de nada valeria postar-se nas ruas de Caracas, ou em alguma guarnição das Forças Armadas. Aquele que desejasse ter uma visão privilegiada dos acontecimentos deveria ir para casa e sentar-se em frente à televisão. Era lá que o verdadeiro golpe ocorria. As emissoras privadas mantiveram uma cobertura ininterrupta e ao vivo dos fatos, com entrevistas, reportagens e comentários durante praticamente toda a noite e o dia seguinte. A queda de Chávez representou um conflito político de novo tipo, um golpe midiático.⁶²⁵

Assim, em face de tais acontecimentos é possível afirmar que a diplomacia midiática desenvolvida pelo governo venezuelano aposta na integração latino-americana e, especialmente, na possibilidade e necessidade de transmissão dos fatos sem intermediários. Como destacam Leonardo Valente e Maurício Santoro, a diplomacia midiática venezuelana

[...] é muito mais um recurso de blindagem interna do que uma estratégia para a

⁶²² Sobre o golpe de 2002 existe um documentário muito interessante chamado *The revolution will not be televised* (A revolução não será televisionada), filmado e dirigido pelos irlandeses Kim Bartley e Donnacha O'Briain. O documentário apresenta os acontecimentos do golpe contra o governo do presidente Hugo Chávez, em abril de 2002, na Venezuela. Os dois cineastas estavam na Venezuela realizando, desde setembro de 2001, um documentário sobre o presidente Hugo Chávez e o governo bolivariano quando, surpreendidos pelos momentos de preparação e desencadeamento do golpe, puderam registrar, inclusive no interior do Palácio Miraflores, seus instantes decisivos, respondido e esmagado pela espetacular reação do povo. O vídeo completo com 1h15min de duração e com legendas em português pode ser visto no seguinte site: <<http://video.google.com.br/videoplay?docid=-3258871973505291549&hl=pt-BR#>>

⁶²³ Alguns anos pós o golpe, em 2007, Chávez não renovou a licença da RCTV, uma das empresas que participaram do golpe midiático de 2002, o que gerou uma grande polemica. No lugar da RCTV surgiu uma nova rede estatal chamada *Televisora Venezolana Social* (TEVES).

⁶²⁴ Em relação ao Golpe de Estado ocorrido na Venezuela, em abril de 2002, o mesmo será analisado à frente quando se identificará a classificação da mídia como ator conflituoso.

⁶²⁵ MARINGONI, Gilberto. **A Venezuela que se inventa: Poder, petróleo e intriga nos tempos de Chávez**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004. p. 32.

escalada de posições no cenário internacional. O estabelecimento de uma audiência ampla e a facilidade em concorrer na transmissão de notícias vale mais com estratégia de defesa contra golpes e investidas externas de bastidores, como em 2002. Chávez sabe que boa parte da ofensiva norte-americana contra os chamados ‘regimes hostis’ tem na diplomacia midiática uma importante arma. E a contra-ofensiva mais eficaz neste caso é utilizar recursos semelhantes.⁶²⁶

De qualquer forma, a diplomacia midiática venezuelana apresenta alguns limites. Tendo em vista o caráter estatal da TeleSUR, isso acaba dificultando o seu ingresso no mercado de difusora de informações na condição de agência de notícias as quais são, inegavelmente, as grandes responsáveis pela disseminação da maioria das notícias internacionais. Porém, outra dificuldade é o simples fato de ser uma empresa venezuelana. Com isso, a TeleSUR acaba ficando “praticamente restrita a seus espectadores, o que compromete a eficácia de estratégias de formação de opinião sem a reprodução de suas notícias em rádios, TVs, jornais locais de outros países, como ocorre com as agências”.⁶²⁷

b) Do Efeito CNN ao Efeito Al-Jazeera

Além do exemplo do governo Chávez, é importante frisar que a utilização de redes de notícias para definição política da diplomacia revela que algumas redes têm influência maior que outras. Como visto anteriormente, a CNN é uma das redes que possui grande projeção e influência mundial, em face da sua cobertura de conflitos internacionais e, marcadamente, pela transmissão da primeira Guerra do Golfo em 1991 (Efeito CNN). Diante disso, é considerada a rede de televisão em que os líderes políticos mundiais buscam informações para tomar medidas nos mais diversos lugares do mundo.

Todavia, esse protagonismo da CNN vem sendo gradualmente compartilhado com outras grandes redes de TV, tais como BBC, Fox News, CBS. Entretanto, um caso curioso é o da rede de TV árabe Al-Jazeera, considerada atualmente como uma das redes que produz a mesma influência que a CNN, não só no mundo árabe e islâmico, mas em nível global.⁶²⁸

⁶²⁶ VALENTE, Leonardo; SANTORO, Maurício. A diplomacia midiática do governo Hugo Chávez. **Carta Internacional**. v. 2, n. 1, mar.2007. p. 56

⁶²⁷ *Ibidem*, p. 57

⁶²⁸ Cumpre destacar que recentemente a Al-Jazeera firmou um acordo de cooperação e intercâmbio técnico com a Telesur. Dessa forma, além de compartilharem um referencial de oposição comum – os Estados Unidos – ambas visam oferecer ao público novas possibilidades de acesso a informações produzidas localmente ou regionalmente. Como refere Mario Lubetkin, “isto pode determinar uma incipiente tendência à inter-relação entre cadeias regionais que até agora não tinham vínculo algum entre si, enquanto mantêm uma relação de dependência - com compradoras e repetidoras - das grandes redes norte-americanas e de alguma europeia, e da

Assim, da mesma forma que a rede de televisão norte-americana CNN exerce uma forte influência com as suas coberturas jornalísticas, a rede de TV Al-Jazeera apresenta-se, por sua vez, como uma grande opositora das coberturas americanas.⁶²⁹

Al-Jazeera, que significa “ilha” em árabe, foi criada em 1996 pelo emir do Catar, Hamad Bin Khalifa Al Thani, com o objetivo de funcionar como um meio de comunicação independente e apartidário, livre do controle e manipulação governamental. Atualmente, a Al-Jazeera conseguiu criar um espaço para si por meio da identificação de uma demanda de mercado para o jornalismo sério e independente, com conteúdo na maior parte dedicada às questões políticas que são de importância vital para o povo árabe⁶³⁰.

Nesse contexto, Mohamed Zayani sustenta que a Al-Jazeera capitalizou o fato de que o Oriente Médio é uma região onde a política desempenha um papel crítico na vida quotidiana das pessoas, na medida em que qualquer encontro social, ou reunião de família regular, muitas vezes, gira em torno de debates políticos. Em face disso, segundo Zayani, Al-Jazeera tem sido o “fornecimento de comida para um público que está sedento por novidades credíveis e análise política séria”.⁶³¹

De acordo com Mohammed El-Nawawy e Adel Iskandar, em obra que analisa a história da Al-Jazeera, apesar de a rede de TV se encontrar localizada no Catar, ela conseguiu desenvolver uma identidade em que a maioria dos árabes podem se relacionar devido à utilização de pessoal de diferentes países, e também em face da intenção em abordar questões que tenham apelo universal para todas as audiências árabes. Embora a Al-Jazeera seja o canal de notícias preferido no mundo árabe, isso não significa que o público acredita que Al-Jazeera seja completamente objetiva. Segundo os autores, 85% dos entrevistados para a elaboração de

indústria cinematográfica norte-americana. Mais além das violentas reações de alguns parlamentares dos Estados Unidos, este passo representa uma novidade no campo da comunicação no hemisfério sul a ser acompanhada com atenção, já que é um elemento tangível de que em regiões absolutamente submersas do ponto de vista informativo - África, Ásia, América Latina - estão surgindo sinais novos. LUBETKIN, Mario **Al Jazeera: Do mundo árabe para todo o mundo**. Disponível em: <http://www.mwglobal.org/ipsbrasil.net/nota.php?idnews=1571> Acesso em: 17 fev.2010.

⁶²⁹ Conferir o trabalho de Hicham Mhammedi Alaoui onde questiona até que ponto essa visão anti-americana é efetivamente apta a afetar a opinião pública para o mundo árabe. ALAOUI, Hicham Mhammedi. **Dishing U.S. Foreign Policy: The Impact of Arab Satellite News Channels on Perceptions of the U.S. in the Middle East**. Disponível em: <<http://knol.google.com/k/hicham-mhammedi-alaoui/dishing-u-s-foreign-policy-the-impact/1p9718dculb1/2>> Acesso em: 7 fev.2010.

⁶³⁰ EL-NAWAWY, Mohammed; ISKANDAR, Adel. **Al Jazeera: The story of the network that is rattling governments and redefining modern journalism**. Boulder, CO: Westview, 2003. p. 32.

⁶³¹ Original em inglês: “providing food for an audience that is hungry for credible news and serious political analysis.” ZAYANI, Mohamed. Al-Jazeera and the Vicissitudes of the New Arab Mediascape. In: ZAYANI, Mohamed (Org.). **The Al-Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on New Arab Media**. Boulder, CO: Paradigm Publisher, 2005. p. 5.

sua pesquisa acreditam que a Al-Jazeera não é totalmente independente do governo do Catar, e que ainda precisa estabelecer uma maior independência.⁶³² No entanto, continua sendo vista como a melhor rede de televisão com uma perspectiva pró-árabe, especialmente em eventos polêmicos. Apesar dessa constatação e crítica quanto a uma maior objetividade por parte da rede de TV, a Al-Jazeera já demonstra que possui uma grande independência em relação à postura política adotada pelos governantes árabes, resultando, dessa forma, em muitas críticas, por parte desses mesmos governantess em relação ao conteúdo de certas coberturas jornalísticas, algo que, segundo os autores, não seriam exibidos com essa perspectiva crítica na televisão árabe tradicional.⁶³³

Essa postura crítica é vista com estranheza pelos governos árabes que não estavam habituados a ver numa rede de televisão árabe manifestações visando à responsabilização do governo por suas ações, tampouco de serem contestadas suas políticas. Segundo Hugh Miles, a indignação com a Al-Jazeera assumiu diversas formas, tanto que vários países enviaram queixas oficiais para o Catar. O autor refere que somente nos primeiros dias de funcionamento da rede de TV, mais de 450 denúncias foram recebidas pelo Catar, fazendo com que os embaixadores em Doha, capital do Catar, se manifestassem, observando que gastaram mais tempo com as reclamações feitas à Al-Jazeera do que com os demais assuntos internacionais, fazendo com que se sentissem mais como embaixadores de um canal de TV do que embaixadores de um país.⁶³⁴

Ainda, assim, Mohammed El-Nawawy e Adel Iskandar, reconhecem que Al-Jazeera é tendenciosa na forma como apresenta as notícias. Por exemplo, ao relatar sobre os homens-bomba palestinos, Al-Jazeera usa o termo "mártires". Muitos consideram isso uma violação da objetividade, e eles estão corretos para ser sensível à retórica utilizada. No entanto, essa retórica é uma das razões por que os árabes preferem Al-Jazeera que as redes de notícias porque, no contexto ocidental, os palestinos são muitas vezes referidos como assassinos ou terroristas, mas os israelenses raramente são descritos com os mesmos adjetivos negativos, alimentando a crença de que a América apoia Israel sobre os árabes.⁶³⁵

De qualquer forma, é inegável que, desde o seu lançamento, a Al-Jazeera criou um vibrante e dinâmico ambiente político que liberalizou o discurso da mídia árabe e

⁶³² EL-NAWAWY, Mohammed; ISKANDAR, Adel. **Al Jazeera**: The story of the network that is rattling governments and redefining modern journalism. Boulder, CO: Westview, 2003. p. 43.

⁶³³ *Ibidem*, p. 49.

⁶³⁴ MILES, Hugh. **Al-Jazeera**: How Arab TV News Challenged the World. London: Abacus, 2005. p. 57.

⁶³⁵ EL-NAWAWY, Mohammed; ISKANDAR, Adel. **Al Jazeera**: The story of the network that is rattling governments and redefining modern journalism. Boulder, CO: Westview, 2003. p. 53.

impactou positivamente os debates políticos. Este impacto tem sido descrito como *Al-Jazeera Effect* (Efeito Al-Jazeera), o qual propicia “[...] um fórum de debates sem precedentes no mundo árabe [...], ajudando a construir uma cultura política pluralista radicalmente nova”.⁶³⁶

James Der Derian, professor do Instituto Watson para Estudos Internacionais, da Brown University, ao analisar o assunto observa que durante a Guerra do Golfo as pessoas puderam identificar o que se passou a chamar de Efeito CNN. Atualmente, esse efeito está sendo substituído, sendo que já se pode falar em “Efeito Al-Jazeera”. Segundo Derian, “uma rede de notícias está sendo usada para apresentar outro ponto de vista, a visão do Oriente Médio. As novas tecnologias permitem a proliferação de pontos de vistas. [...] Testemunhamos atualmente uma mídia global, num nível nunca visto antes”.⁶³⁷

William Rugh afirma que duas características conferem destaque à rede Al-Jazeera: a sua extensa cobertura de notícias em árabe por repórteres que sabem o que o público árabe quer, e seus programas de debate político que lidam com assuntos controversos.⁶³⁸ O autor ainda destaca que outras estações de televisão via satélite árabes faziam esse tipo de programa anteriormente, todavia, a Al-Jazeera conseguiu mais sucesso e profundidade em suas abordagens e notícias, principalmente políticas, que as demais redes de televisão. Em face disso, tornou-se o canal que estabelece a agenda para outros meios de comunicação, tanto no mundo árabe e islâmico quanto para o restante do mundo.

Alguns estudiosos afirmam que a Al-Jazeera é a rede de televisão mais assistida pelos árabes,⁶³⁹ mas os números exatos da audiência são difíceis de serem obtidos, tendo em vista que ainda há pouca investigação sobre a mídia árabe.⁶⁴⁰ William Rugh aponta que, segundo dados da própria rede de TV, sua audiência é de 40 a 50 milhões de telespectadores, sendo que em tempos de crise, chega a duplicar.⁶⁴¹ Porém, atualmente, grande parte da audiência da Al-Jazeera provém da utilização dos novos recursos da comunicação propiciados por meio do uso da *Internet* e da criação do canal em língua inglesa no ano de 2006. Desde

⁶³⁶ Original em inglês: “an unprecedented forum for debate in the Arab world [...] and helping to build a radically new pluralist political culture”. LYNCH, Mark. Watching Al-Jazeera. **Wilson Quarterly**, v. 29, summer, 2005, p. 36. Do mesmo autor conferir: LYNCH, Marc. **Voices of the New Arab Public: Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today**. New York: Columbia University Press, 2006.

⁶³⁷ DERIAN, James Der. As guerras dos EUA diante do "efeito al-Jazeera" Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=405DSF001> Acesso em: 6 fev.2010.

⁶³⁸ RUGH, William A. **Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics**. Westport, CT: Praeger Praeger Publishers, 2004. p. 229.

⁶³⁹ Cf. GHAREEB, Edmund. New Media and the Information Revolution in the Arab World: An Assessment. **The Middle East Journal**. v. 54, n. 03, 2000, p.395-418.

⁶⁴⁰ RUGH, William A. **Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics**. Westport, CT: Praeger Praeger Publishers, 2004. p. 3-6

⁶⁴¹ *Ibidem*.

2008, a rede de TV também disponibiliza seus vídeos em um canal criado junto ao *Youtube*⁶⁴² e também junto aos *sites* da emissora.⁶⁴³ A escolha por essa estratégia se deve ao fato de que, no ocidente, o canal árabe é restrito à TV a cabo e, dessa forma, consegue alcançar uma audiência muito maior. Além disso, recentemente, seus vídeos passaram a estar sob a licença da Creative Commons⁶⁴⁴, o que permite a sua reprodução e o seu uso por terceiros sem haver uma grande preocupação com os processos relativos a direitos autorais, bastando, em caso de reprodução, fazer apenas a menção à fonte.

No que tange à *Al-Jazeera English* (AJE), percebe-se que se trata de grande oportunidade de se estabelecer nova direção no fluxo global de notícias. Com a intenção de dar voz aos sem voz (*voice to the voiceless*), a AJE vem crescendo em popularidade, ao representar um novo estilo de comunicação, fornecendo um interessante campo de investigação sobre as relações entre as grandes empresas multinacionais de mídia e a representação dos conflitos internacionais.⁶⁴⁵ Segundo Roland Schatz, as primeiras pesquisas sobre o conteúdo, bases ideológicas e funcionamento da AJE indicam que a sua abordagem e produção de notícias diferem significativamente daquelas de outros grandes meios de comunicação transnacionais como a CNN e BBC World. A análise de conteúdo aponta para um esforço repetido e aprofundado em programação de produção, que tem mais profundidade do que a maioria das notícias televisivas contemporâneas.⁶⁴⁶

No que tange ao Efeito Al-Jazeera, é importante destacar que ainda não existem estudos científicos suficientes para demonstrar o impacto da rede árabe na formação da opinião pública mundial. A sua influência, todavia, encontra-se atrelada a uma série de acontecimentos específicos ligados a questões culturais que forneceram pano de fundo para realçar a magnitude que a criação da Al-Jazeera tem causado em relação ao mundo árabe, em especial. A Al-Jazeera tem desafiado regimes impopulares e padrões políticos que não eram questionados, reacendendo com isso sentimentos de influência coletiva entre os públicos de

⁶⁴² Cf. <<http://br.youtube.com/user/AlJazeeraEnglish>>

⁶⁴³ Em 2001 foi criado o site <<http://www.aljazeera.net>> (em árabe) e em 2006 foi lançada a versão na língua inglesa cujo endereço é <<http://english.aljazeera.net/>>

⁶⁴⁴ O *Creative Commons* é um novo sistema, construído com a lei atual de direitos autorais, que possibilita o compartilhamento de criações (música, filmes, imagens, textos) mediante disponibilização de licenças flexíveis para essas obras. Cf. <http://www.creativecommons.org>

⁶⁴⁵ Um serviço interessante oferecido pela Al-Jazeera na sua versão em inglês é o serviço *Your Media*, onde pessoas de qualquer parte do mundo podem enviar notícias e opiniões. Segundo as informações do site, a intenção com essa nova ferramenta é ouvir a reação das pessoas sobre os eventos globais e identificar as matérias que os leitores gostariam que fossem feitas pela rede. O site com formulário para envio de vídeos, imagens ou textos encontra-se disponível no seguinte endereço: <http://yourmedia.aljazeera.net/>

⁶⁴⁶ Cf. SCHATZ, Roland. Widening the Perspective: Al Jazeera International enriches Media landscape. **Arab Media Center**, March 8, 2007.

toda uma região. Dessa forma, deve-se vislumbrar nesse caso que o efeito mais evidente da Al-Jazeera foi servir de vetor para uma mudança na dinâmica da comunicação e poder da atual sociedade globalizada, servindo como mais uma prova da influência dos meios de comunicação nas questões políticas e internacionais.

3.3.6 A mídia como ator conflituoso: a sua atuação irresponsável em questões internacionais

As diversas classificações da mídia, abordadas até o momento, foram baseadas nas propostas apresentadas por Gilboa e Diodato, conforme referido no início da presente seção. Todavia, uma classificação que foi incluída à pesquisa dos referidos autores resulta de um estudo desenvolvido recentemente junto à Academia brasileira, em um dos poucos trabalhos existentes sobre mídia e relações internacionais.

Dessa forma, a proposta de identificação da mídia como um ator conflituoso é fruto de uma pesquisa realizada por Julia Faria Camargo, ao analisar o seu papel na invasão do Iraque em 2003. Em sua dissertação de mestrado defendida na Universidade de Brasília (UnB)⁶⁴⁷, a autora sustenta que a mídia possui um papel de ator conflituoso e que dois exemplos demonstram essa afirmação.⁶⁴⁸ O primeiro é referente à repercussão de uma matéria onde a revista norte-americana *Newsweek* especula, pois não é baseada em fontes oficiais, acerca da deturpação do alcorão por parte dos soldados norte-americanos junto à base de Guantánamo em maio de 2005. A reportagem gerou indignação e protestos que causaram mais de 15 mortes nos países islâmicos. O outro exemplo citado no referido estudo aponta para a divulgação de charges difamatórias do profeta Maomé e que foram publicadas pelo jornal dinamarquês *Morgenavisen Jyllands-Posten* e, posteriormente, republicadas em outros jornais europeus em 30 de setembro de 2005. Essas imagens provocaram indignação e protestos nos países muçulmanos.⁶⁴⁹

Apesar de a autora apresentar em seu estudo somente dois exemplos de atuação da mídia como ator conflituoso, é possível, cada vez mais, identificar outros exemplos de sua atuação conflituosa junto ao cenário internacional que reforçam a tese de que é um ator

⁶⁴⁷ A referida dissertação encontra-se, atualmente, publicada pela Editora Juruá. Cf. CAMARGO, Julia Faria Camargo. **Mídia e Relações Internacionais: Lições da Invasão do Iraque em 2003**. Curitiba: Juruá, 2009.

⁶⁴⁸ CAMARGO, Julia Faria. **Ecos do Frigor: a invasão do Iraque em 2003 - Mídia internacional e a imprensa brasileira**. Brasília: UnB, 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília - IREL-UnB, Brasília, 2008. p. 42-43.

⁶⁴⁹ *Ibidem*.

conflituoso. Conforme já referido anteriormente, o Golpe de Estado ocorrido em 2002, na Venezuela, é um típico caso em que a mídia foi uma das principais articuladoras de um conflito. Ignácio Ramonet observa que diversas organizações independentes, como *Media Watch Global* (Observatório Global de Mídia)⁶⁵⁰ apresentaram diversas denúncias, com provas concretas, de que foi a RCTV (*Radio Caracas Televisión*) que articulou o golpe de estado de 12 de abril de 2002 na Venezuela, ao manipular a informação e difundir falsidades e calúnias visando a “fomentar a execração e a birra contra o presidente Chávez e seus partidários”.⁶⁵¹ Ramonet ainda enfatiza que na Venezuela a RCTV *agia*⁶⁵² como uma típica “mídia do ódio”, ao despertar na opinião pública “instintos primários e promovendo uma violência tal que poderia desembocar numa guerra civil”.⁶⁵³

Maurice Lemoine, Redator-chefe do *Le Monde Diplomatique*, apresenta uma crônica muito interessante sobre o envolvimento dos meios de comunicação, especialmente a

⁶⁵⁰ A *Media Watch Global* (MWG) é uma associação internacional, cujo objetivo é promover o direito dos cidadãos ao redor do mundo a ser devidamente informado e incentivar a formação de organizações nacionais para o acompanhamento do desempenho da mídia em todo o mundo. Foi criada em janeiro de 2002, durante o II Fórum Social Mundial em Porto Alegre, e oficialmente registrada em Paris, França, em janeiro de 2003. Fazem parte dessa associação Ignácio Ramonet, Bernard Cassen, Roberto Sávio, Mario Lubetkin, Joaquim Ernesto Palhares e Carlos Tibúrcio entre outros jornalistas, pesquisadores e representantes da sociedade civil. No Brasil, o Observatório Brasileiro de Mídia foi fundado em janeiro de 2005 no Fórum Social Mundial, em Porto Alegre e vem se somar aos esforços desenvolvidos nas últimas décadas por várias entidades da sociedade civil em favor da maior democratização dos meios de comunicação no Brasil. Tem por objetivo construir uma rede de Observatórios e outras organizações da sociedade civil, voltada para temas relativos ao papel da mídia na sociedade: Observatório Social, Observatório da Educação, Observatório da Sociedade da Informação, Observatório da Imprensa, Observatório de Favelas, Observatório das Metrôpoles e outras entidades com preocupações semelhantes. Os seus endereços na internet são: <http://www.mwgglobal.org> e <http://www.observatoriodemidia.org.br>

⁶⁵¹ RAMONET, Ignacio. **A mídia do ódio**. Disponível em: http://www.cartamaior.com.br/emplates/materialImprimir.cfm?materia_id=14303 Acesso em: 25 fev.2010.

⁶⁵² Utilizou-se a expressão “agia” pois desde o dia 27 de maio de 2007, a RCTV teve a renovação de sua concessão de transmissão negada e encontra-se fora do ar. A alegação do governo venezuelano é de que a rede violou a legislação que regulamenta a concessão de canais de TV. Assim, em seu lugar surgiu a TVES (*Televisora Venezolana Social*). RCTV deixou de transmitir em sistema de sinal aberto, mas, a partir de 16 de julho de 2007, voltou a transmitir sua programação por cabo sob o nome de RCTV Internacional. Nesse intervalo o seu telejornal *El observador* passou a ser transmitido por meio de uma página no *Youtube*. Todavia, em 24 de janeiro de 2010, a CONATEL (*Comisión Nacional de Telecomunicaciones*) determinou o encerramento das transmissões da RCTV Internacional e de mais outros 5 canais à cabo (Network, América TV, Ritmo Son, TV Chile e Momentum.) sob alegação de que os canais não cumpriam com a legislação que exige a veiculação de pelo menos 30% do conteúdo transmitido da Venezuela. Além disso, outro motivo foi a negativa por parte da RCTV de transmitir as mensagens do governo venezuelano. Em face disso, a RCTV criou um novo canal - RCTV Mundo, adequada à legislação do país, devendo, portanto, possuir ao menos 70% de seu conteúdo produzido na Venezuela e transmitir, obrigatoriamente, o hino nacional diariamente e ceder espaço aos comunicados oficiais. Cf. RCTV se inscreverá como emissora nacional na Venezuela. Disponível em <<http://www.band.com.br/jornalismo/mundo/contenido.asp?ID=268050>>. Acesso em: 22 fev.2010; e: RCTV Mundo transmitirá 71% producción internacional y 29% nacional. Disponível em: <http://www.elnacional.com/www/site/p_contenido.php?q=nodo/124071/Medios%20bajo%20ataque/Marcel-Granier-anuncia-creaci%C3%B3n-del-canal-internacional-RCTV-Mundo> Acesso em: 23 fev. 2010

⁶⁵³ RAMONET, Ignacio. **A mídia do ódio**. Disponível em: <http://www.cartamaior.com.br/templates/materialImprimir.cfm?materia_id=14303> Acesso em: 25 fev.2010.

RCTV, no golpe de estado de abril de 2002, e sobre os novos esforços da mídia para derrubar, em aliança com as elites, o governo eleito pelo povo. Segundo Lemoine, desde a chegada de Hugo Chávez ao poder, os principais canais de televisão privados (*Venevisión, Radio Caracas Televisión - RCTV, Globovisión, Televen e CMT*) e alguns dos maiores jornais nacionais (*El Universal, El Nacional, Tal Cual, El Impulso, El Nuevo País, El Mundo* etc.) “substituíram os partidos políticos tradicionais, relegados ao vazio pelas vitórias eleitorais do presidente”.⁶⁵⁴ Ao obterem o monopólio da informação no país, passaram a apoiar “todas as ações da oposição, divulgando apenas muito raramente declarações governamentais, não falando jamais da ampla maioria que, no entanto, fora confirmada nas urnas”.⁶⁵⁵

O interessante nesse episódio é que “[...] os meios de comunicação tiraram definitivamente a máscara quando, passando do papel de observadores ao de atores, aderiram à primeira greve geral no dia 10 de dezembro de 2001”.⁶⁵⁶ A partir desse momento, as coberturas midiáticas começaram a incitar na população um sentimento de pânico infundado. Maurice Lemoine exemplifica essa situação, afirmando que no dia 5 de abril de 2002, as rádios noticiavam a greve dos postos de gasolina, ligada ao conflito da PDVSA (estatal de petróleo), incitando os motoristas a se apressarem a comparecer junto aos postos abertos, pois diziam que os estoques iriam acabar, quando na verdade isso nunca ocorreu, já que a greve era apenas parcial. Ainda assim, o caos se estabeleceu e os postos ficaram lotados, possibilitando com isso, mais um espetáculo midiático para reforçar o movimento de desestabilização política do país.⁶⁵⁷ Além disso, a oposição a Chávez, liderada pelo então presidente da Confederação dos Trabalhadores Venezuelanos (CTV), Carlos Ortega, incentivava por meio da mídia a sonegação fiscal para desestabilizar o governo e pressionar a renúncia do presidente.⁶⁵⁸

No dia 11 de abril, foram ao ar diversas coletivas de imprensa, por parte de militares e civis que pediam a renúncia de Chávez. Na RCTV, o apelo foi feito por Carlos Ortega, que conclamava a oposição a marchar em direção ao palácio presidencial Miraflores.

⁶⁵⁴ Cf. LEMOINE, Maurice. Os laboratórios da mentira. **Le Monde Diplomatique**. ago. 2002. Disponível em: <http://diplo.uol.com.br/imprima401> Acesso em: 26 fev.2010.

⁶⁵⁵ *Ibidem*.

⁶⁵⁶ *Ibidem*.

⁶⁵⁷ O autor refere que a desestabilização teve como “comissão de frente” vários personagens poderosos e, em especial, a organização patronal de Pedro Carmona (Fedecámaras), a Confederação dos Trabalhadores Venezuelanos (CTV) de Carlos Ortega, os militares dissidentes, os tecnocratas da companhia petrolífera nacional (PDVSA) e alguns discretos funcionários norte-americanos reunidos no Bloco de Imprensa Venezuelano (BPV). *Ibidem*.

⁶⁵⁸ ROVAI, Renato. **Midiático Poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa**. São Paulo: Publisher Brasil, 2007. p 100.

A partir das 16 horas daquele dia, os canais passaram a transmitir imagens de “contra-manifestantes” armados atirando na “multidão de manifestantes pacíficos”, cena que se descobriu posteriormente não ser verídica, pois a “multidão de pacíficos” sequer estava naquele local.⁶⁵⁹ De qualquer forma, os incidentes desse dia permitiram que se atribuísse a responsabilidade pelas vítimas do conflito aos *Círculos Bolivarianos* (organização social dos partidários do presidente).⁶⁶⁰ Essa “marcha” em direção a Miraflores foi transmitida ao vivo pela RCTV, *Venevisión* e *Globovisión*, ficando “aproximadamente quatro horas sem fazer chamada comercial, apenas convocando as pessoas a irem se somar à manifestação”.⁶⁶¹

Outro relato interessante desse episódio é feito pelo jornalista Renato Rovai, que acompanhou pessoalmente esse acontecimento e o descreveu em um livro, apresentando diversos dados, fontes e imagens que ajudam a compreender melhor o conflito. Segundo Rovai, foi criado um verdadeiro “show midiático” para justificar o golpe do dia 11 de abril, sendo que “a participação de Pedro Carmona, presidente da Fedecámaras, e de Carlos Ortega, da RCTV, simbolizava a união entre trabalhadores e empresários, a imagem forte que os meios poderiam oferecer como garantia de que a sociedade venezuelana estava unida contra um ditador”.⁶⁶²

Diante dessa situação, na madrugada do dia 12 de abril, para evitar que o caos aumentasse, Chávez foi levado por seus opositores, que tomaram o palácio presidencial, para a ilha de Orchila. A partir de então, os meios de comunicação começaram a anunciar a sua “renúncia”, mesmo na ausência de qualquer texto ou gravação que confirmasse a informação. Com isso, Carmona se “autoproclamou” presidente e dissolveu todos os poderes constituídos.⁶⁶³

No dia seguinte, os apoiadores de Chávez se mobilizaram para retomar o controle

⁶⁵⁹ O caso da ponte Laguno As imagens de franco-atiradores matando inocentes com tiros na cabeça, que tanto impressionaram o mundo e o povo da Venezuela e que, segundo a versão propagada, seriam a prova do massacre patrocinado pelo governo, escondiam outro ângulo. Nas palavras de Ignácio Ramonet, “Chávez não havia mandado disparar contra os manifestantes, como repetiram mentirosamente alguns canais de televisão (refiro-me à montagem truncada e falseada que a *Venevisión* difundiu mundialmente); as provas existem em contrário, mostrando que os primeiros disparos partiram de franco-atiradores dissimulados entre os manifestantes golpistas contra os partidários de Chávez, entre os quais se produziram os primeiros quatro mortos”. ROVAI, Renato. *Midiático Poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa*. São Paulo: Publisher Brasil, 2007.p. 37

⁶⁶⁰ LEMOINE, Maurice. Os laboratórios da mentira. *Le Monde Diplomatique*. ago. 2002. Disponível em: <<http://diplo.uol.com.br/imprima401>> Acesso em: 26 fev.2010.

⁶⁶¹ ROVAI, Renato. *Midiático Poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa*. São Paulo: Publisher Brasil, 2007. p. 34.

⁶⁶² *Ibidem*.

⁶⁶³ LEMOINE, Maurice. Os laboratórios da mentira. *Le Monde Diplomatique*. agosto 2002. Disponível em: <<http://diplo.uol.com.br/imprima401>> Acesso em: 26 fev.2010.

da situação. A mídia local, em face dessa onda de revolta com relação ao “novo governo”, se omitiu e passou a transmitir tão somente filmes e programas com receitas de culinária.⁶⁶⁴ Foi somente por meio do noticiário da CNN em espanhol (TV a cabo) e pelos sites do jornal *El País* (Espanha) e da BBC (Londres), que os venezuelanos conseguiram receber algumas informações sobre a revolta. Lemoine destaca que foi por meio da *Internet* e das ligações feitas por telefones celulares e, principalmente pela imprensa alternativa, que se rompeu o bloqueio.⁶⁶⁵ Renato Rovai ressalta que muitos veículos de comunicação alternativos foram invadidos e tirados do ar, restando apenas uma emissora de rádio comunitária de pouco alcance, mas que, ainda assim, serviu para articular um movimento de oposição ao “governo” de Pedro Carmona.⁶⁶⁶

Diante dessa situação, as pessoas passaram a organizar um circuito de comunicação alternativa, que foi a salvação do movimento. Por meio da *Internet* foi possível estabelecer uma interação com pessoas localizadas em outros países e descobrir como outros governos estavam tratando o golpe.⁶⁶⁷ Rovai destaca que “a guerrilha informativa praticada funcionou, somando as últimas tecnologias de comunicação à criatividade”.⁶⁶⁸ Ressalta ainda que “foi curioso ver como os golpistas, tão globalizados, se esqueceram da existência da *Internet*, dos servidores, que estavam e ainda estão nas mãos dos grandes grupos, e dos celulares. Foram eles e a organização popular que quebraram o silêncio informativo”.⁶⁶⁹ Em face dessa “intoxicação midiática” que antecedeu os dias do golpe e do “apagão informativo” dos dias seguintes, deve-se ressaltar que a *Internet* foi utilizada de forma muito inteligente pelos militares pró-Chávez.⁶⁷⁰ Os *sites* independentes e, em especial, o *site* www.aporrea.org⁶⁷¹ criado durante o conflito, garantiram que os acontecimentos fossem mostrados ao restante do mundo tal como verdadeiramente aconteciam.

A volta de Chávez ao poder, portanto, somente ocorreu em face da mobilização popular e pelo apoio dos militares simpatizantes do presidente deposto. Esse apoio, todavia,

⁶⁶⁴ *Ibidem*.

⁶⁶⁵ LEMOINE, Maurice. Os laboratórios da mentira. **Le Monde Diplomatique**. ago.2002. Disponível em: <http://diplo.uol.com.br/imprima401> Acesso em: 26 fev.2010.

⁶⁶⁶ ROVAI, Renato. **Midiático Poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa**. São Paulo: Publisher Brasil, 2007. p. 49.

⁶⁶⁷ *Ibidem*. p. 59.

⁶⁶⁸ *Ibidem*.

⁶⁶⁹ *Ibidem*. p. 60.

⁶⁷⁰ ROVAI, Renato. **Midiático Poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa**. São Paulo: Publisher Brasil, 2007. p. 103.

⁶⁷¹ Atualmente, o www.aporrea.org é vinculado ao governo de Hugo Chávez e, de alguma forma, funciona como uma página virtual em defesa do governo bolivariano, tendo perdido espaço crítico. *Ibidem*. p. 105.

conseguiu atenuar apenas de forma sutil as pressões ao governo, pois tão logo Hugo Chávez retornou à presidência, os meios de comunicação passaram a reivindicar eleições imediatas, bem como, passaram a contestar a legitimidade de seu governo. Em face disso, no dia 15 de agosto de 2004, foi realizado um referendo, no qual 59,1% dos votantes apoiaram a permanência de Chávez até o fim do seu mandato, ou seja, por mais dois anos e meio.⁶⁷²

Outro caso que pode ser citado como de atuação conflituosa da mídia ocorreu em Ruanda. Em 1994, aconteceram diversos massacres no país após a morte do presidente Juvenal Habyarimana e o consequente avanço da Frente Patriótica Ruandesa (FPR). Ruanda, que se distinguia pela marcante presença de dois grupos étnicos rivais (maioria hutu e minoria tutsi) viu essa situação agravada pela fraca economia e crise de alimentos.⁶⁷³ Diante desse quadro, em 1990, a Frente Patriótica Ruandesa, cujos integrantes eram exilados tutsis, expulsos por hutus, acabou invadindo a fronteira com a Uganda e dando origem a um governo transitório entre hutus e tutsis. A situação, todavia, não se manteve tranquila e se agravou quando os hutus, fortemente influenciados pelas transmissões da *Radio Télévision Libre de Mile Collines* (RTLMC) iniciaram um confronto com os tutsis, "protagonizando o maior massacre após o holocausto".⁶⁷⁴

A influência da mídia para incitar o conflito entre os grupos étnicos, todavia, não era algo presente somente nesse período. Em 1990, por exemplo, a revista Kangura publicou os "dez mandamentos hutu", no qual havia orientações para que não se tivesse piedade dos tutsis.⁶⁷⁵ A emissora RTLMC também teve papel decisivo no genocídio ocorrido em Ruanda. A rede de rádio e televisão fundada em abril de 1993, ficou conhecida desde o início de suas atividades como a rádio do ódio. Uma prova disso é que divulgava diversas listas com os nomes das pessoas que deveriam ser assassinadas e onde poderiam ser encontradas. Além desse tipo de apelo, havia estímulo a que os hutus mais extremistas matassem os hutus moderados mediante utilização de frases como "matem as baratas",⁶⁷⁶ ou "faça a limpeza", ou

⁶⁷² VILLA, Rafael Duarte. Venezuela: mudanças políticas na era Chávez. **Estud. av.**, São Paulo, v. 19, n. 55, Dec. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142005000300011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 fev. 2010.

⁶⁷³ SOUZA, Luiz Antônio Araújo de. Contorno jurídico da liberdade de expressão nos sistemas regionais de proteção. In: PIOVESAN, Flávia; IKAWA, Daniela. (Coords.) **Direitos humanos: fundamento, proteção e implementação**. v. 2. Curitiba: Juruá, 2007. p. 348.

⁶⁷⁴ *Ibidem*, p. 348.

⁶⁷⁵ RUANDA: TPI condena por genocídio. **Jornal do Brasil**. 4/12/2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp091220037.htm>> Acesso em: 20 fev.2010.

⁶⁷⁶ *Ibidem*.

“as sepulturas ainda não estão cheias”.⁶⁷⁷

Diante dessa situação, o genocídio ocorrido entre abril e julho de 2004, que matou mais de 800 mil pessoas das etnias hutu e tutsi, é considerado como um caso em que a mídia contribuiu inegavelmente para agravar uma situação então já instável. Em face desse acontecimento, foi instaurado um tribunal para apurar os crimes cometidos durante o período. Dentre os vários julgamentos submetidos ao Tribunal Penal Internacional para Ruanda (TPIR), ganhou destaque, em 2003, o julgamento dos jornalistas envolvidos nos casos descritos anteriormente, denominado de caso “Mídia do Ódio”. O julgamento que começou em outubro de 2000, se encerrou em 3 de dezembro de 2003, ocasião em que o tribunal condenou Ferdinand Nahimana, ex-diretor da RTLMC à prisão perpétua. Hassan Ngeze, ex-diretor chefe da revista Kangura também foi condenado à prisão perpétua e Jean Bosco Barayagwiza fundador da RTLMC e ex-consultor do Ministério de Ruanda das Relações Exteriores foi condenado a 35 anos de prisão.⁶⁷⁸

Interessante ressaltar que o TPIR considerou, que apesar de os jornalistas condenados não terem utilizado pessoalmente os microfones para incitar o genocídio, os mesmos fizeram uso da imprensa para “fomentar sentimentos de ódio no país”.⁶⁷⁹ Em um trecho da sentença os juízes reconhecem que “[...] o poder da mídia de criar e destruir valores humanos vem como uma grande responsabilidade. Aqueles que controlam a mídia são considerados responsáveis. [...] Sem revólveres, facões ou quaisquer armas físicas vocês causaram as mortes de milhares de civis inocentes”.⁶⁸⁰

Mais recentemente, outra atuação irresponsável da mídia relembra o episódio referido no segundo capítulo, em que Orson Welles, ao transmitir pelo rádio em 1938 o romance “A Guerra dos Mundos” causou pânico em face do realismo dado a sua narrativa de invasão da Terra por marcianos.

Dessa vez, o episódio ocorreu na Geórgia, quando no dia 13 de março de 2010, a rede de televisão Imed causou pânico na população ao transmitir um programa com imagens de um ataque de tanques russos à capital Tbilisi e ao informar que o presidente do país, Mikheil Saakashvili, havia sido assassinado e que líderes da oposição haviam se alinhado às

⁶⁷⁷ JORNALISTAS são condenados por genocídio. **Folha de S. Paulo**. 4/12/2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp091220037.htm>> Acesso em: 20 fev.2010.

⁶⁷⁸ RUANDA: TPI condena por genocídio. **Jornal do Brasil**. 4/12/2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp091220037.htm>> Acesso em: 20 fev.2010.

⁶⁷⁹ *Ibidem*.

⁶⁸⁰ MÍDIA do ódio em Ruanda é condenada. **O Globo**. 4/12/2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp091220037.htm>> Acesso em: 20 fev.2010.

forças invasoras. O programa se utilizou de imagens da guerra de 2008, as quais foram narradas pelo apresentador como se fossem atuais, tendo havido somente no início da transmissão um alerta de que o programa era uma ficção e que demonstraria tão somente o que poderia acontecer se a oposição tomasse o poder, em caso de assassinato do presidente da Geórgia.⁶⁸¹

Ocorre que a ressalva de que o programa era apenas uma “simulação de eventos possíveis”, constou somente no início da transmissão e, em face da ausência de uma advertência contínua durante a exibição das imagens, causou pânico, pois todos pensaram que a situação era verdadeira e que representava um retorno à época da guerra com a Rússia. Outro fator que agravou a situação é que a transmissão do programa coincidiu com um dos frequentes cortes das linhas telefônicas móveis e fixas, o que contribuiu para potencializar o pânico.⁶⁸²

Quando a situação voltou ao normal, emergiu a real intenção do programa que, segundo alguns analistas, teria sido transmitido para atacar os políticos da oposição georgiana que recentemente estiveram em Moscou em encontros com o primeiro-ministro russo Vladimir Putin. Segundo o porta-voz da chancelaria russa, Andre Nesterenko, “O provocador programa causou um claro prejuízo à segurança e à estabilidade da região, aumentando significativamente o nível de tensão em uma situação naturalmente já complicada”.⁶⁸³

O vídeo, que já se encontra disponível na *Internet*⁶⁸⁴, permite que se percebam os motivos de tamanho pânico. As imagens e os depoimentos trazidos pela rede de TV são convincentes e a postura do repórter também demonstra ansiedade e nervosismo com a situação, o que é reforçado por meio de apresentação de depoimentos de diversas pessoas com o intuito de reforçar as informações presentes e aumentar ainda mais o realismo da “simulação”.

A Imedi, por sua vez, pediu desculpas pela transmissão do programa, porém, isso

⁶⁸¹ FALSA invasão causa pânico na Geórgia: programa de TV leva ao ar imagens de tanques e notícia de morte de presidente do país. **BBC Brasil**. Disponível em: <http://area51.estadao.com.br/noticia_imp.php?req=internacional,falsa-invasao-causa-panico-na-georgia,524136,0.htm> Acesso em: 14 mar.2010

⁶⁸² *Ibidem*.

⁶⁸³ FALSA guerra transmitida na Geórgia foi provocação, diz Rússia: emissora provocou pânico ao mostrar imagens de uma suposta invasão russa em rede nacional. Disponível em: <http://area51.estadao.com.br/noticia_imp.php?req=internacional,falsa-guerra-transmitida-na-georgia-foi-provocacao-diz-ussia,524533,0.htm> Acesso em: 15.mar.2010.

⁶⁸⁴ Cf. NEW Simulation War in Georgia by Imedi TV news according of Putin's bloody plans 13/03/10. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=y_j5JI8T_0k&NR=1> Acesso em: 15 mar.2010.

não retira a sua responsabilidade e a indignação da população perante o caos gerado. Após o incidente já emergiram campanhas na *Internet* denunciando a atitude no canal, buscando discutir como se dará a sua responsabilização.

Ao finalizar essa análise sobre os diversos *status* que a mídia pode ocupar, é importante ressaltar que cada um dos conceitos envolvidos caracteriza a mídia de um modo diverso, ora como ator da política internacional, capaz de controlar e condicionar o comportamento dos outros atores, ora como uma arena, ora, ainda, como um instrumento. Conforme já visto, as teorias do Efeito CNN e da *Agenda setting* concebem a mídia como atores importantes do cenário internacional, com capacidade de determinar a formulação de políticas e forçar os governos a intervirem militarmente (caso Efeito CNN), ou determinar a agenda política (*agenda setting*). Já no caso do *real time policy* verifica-se que a mídia condiciona o processo de formação da política, agilizando as negociações, todavia, sem controlá-las. No caso da teoria do *media diplomacy* consta que a mídia intervém nos conflitos oferecendo uma intermediação diplomática.

No próximo tópico, serão analisados não apenas os conflitos gerados pela mídia, mas a forma como a mídia se comporta durante situações de conflitos e, principalmente, sob o ponto de vista teórico, qual a relação entre o enquadramento midiático dos conflitos (*framing*), e a influência dos conflitos e o comportamento de criação de notícias pela da mídia (*newsmaking*).

3.4 *Mass media* e conflitos internacionais

As classificações analisadas anteriormente conduzem a questionamentos acerca de qual é o papel da mídia no cenário internacional e qual é a sua verdadeira face. Emidio Diodato propõe em sua obra que uma forma de identificar possíveis respostas a essas perguntas é mediante a compreensão de como a mídia se comporta em situações ou períodos de conflitos⁶⁸⁵, além de identificar como esses conflitos também interferem na mídia. A partir

⁶⁸⁵ Quanto a essa afirmação, é importante frisar que os “períodos de conflitos” podem ser entendidos de uma forma mais ampla e não somente no sentido de conflito bélico, conforme sustenta Emidio Diodato. Atualmente, existem outras formas de conflitos que podem causar desequilíbrios nas relações internacionais, sendo que, no que tange a um dos focos desse estudo (aquecimento global) já existem indicações que futuramente diversos conflitos ocorrerão em face dos efeitos negativos das mudanças climáticas. Conforme informações constantes no relatório do IPCC, no ano de 2007, o risco de áreas litorâneas virem a desaparecer em face do aumento no nível dos oceanos poderá causar novos tipos de conflito, em face da emergência de uma nova categoria de refugiados chamados de “refugiados ambientais”. Diante dessas perspectivas, portanto, deve-se analisar a relação da mídia com os conflitos não somente naqueles que são concretos e estejam ocorrendo, mas também, considerar que para

dessa concepção é possível, desde já, perceber que a mídia não pode mais ser considerada como mero instrumento a serviço das forças políticas em conflito. Ao mesmo tempo também deve-ser frisar que esse poder da mídia durante conflitos internacionais também não deve ser concebido sob a perspectiva pura de um poder absoluto tal como pressupõe a teoria do *CNN Effect*.⁶⁸⁶

Dentre as concepções anteriormente vistas, a teoria do *Agenda setting*, *Real time policy* e *Media diplomacy* mostram-se adequadas, pelo menos sob uma perspectiva teórica, para compreender a realidade do papel da mídia no cenário internacional, tendo em vista que descrevem o poder midiático de uma forma mais complexa, ou seja, poder sobre a agenda, sobre o processo e sobre os instrumentos. Emidio Diodato propõe que o poder político, especialmente nos regimes democráticos, não pode controlar totalmente as atividades da mídia e vice-versa, a mídia também não consegue controlar diretamente o poder político nos termos do Efeito CNN, razão pela qual se deve falar em “influência recíproca” (*influenze reciproche*).⁶⁸⁷

Para identificar essa influência recíproca junto a situações de conflitos, serão identificados a seguir os elementos que interferem nas relações da mídia nos conflitos (3.4.1) e a influência que os conflitos também exercem nas atividades midiáticas (3.4.2).

3.4.1 A influência da mídia sobre os conflitos (*framing*)

As estratégias político-militares, a forma de condução e criação da política externa na atualidade, bem como a atuação diplomática durante situações de conflito podem ser influenciadas pela forma como a mídia conduz suas atividades. Essa influência pode se dar quando a mídia dita o ritmo do processo de *decision making*, oferece um novo espaço e instrumento para confronto, bem como, quando oferece um novo canal de comunicação para essa situação de conflito.

Da mesma forma, a mídia pode influenciar esse tipo de situação ao distribuir informações sobre a ação dos demais atores, ao contribuir para definir a identidade das partes

o direito ambiental internacional a preocupação com conflitos futuros também precisa ser noticiada como um elemento a mais para o processo de tomada de decisão no que tange as medidas necessárias para o enfrentamento do aquecimento global conforme será analisado no próximo capítulo.

⁶⁸⁶ DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 53.

⁶⁸⁷ *Ibidem*.

litigantes, podendo ainda, influenciar na medida em que informa e convence a opinião pública.⁶⁸⁸ O primeiro aspecto elencado acima, conforme já visto, relaciona-se ao conceito de *Real time policy* e os demais, relativos à prática diplomática, relacionam-se ao conceito de *Media diplomacy* e, aqueles relativos a estratégias político-militares, a um conceito novo que Diodato chama de *Media War*.⁶⁸⁹

No que tange ao papel da teoria do *Agenda setting*, a mesma apresenta-se extremamente útil para explicar o processo de escalação midiática de um conflito. Os *mass media*, ao enfatizarem certos conflitos, geram imagens específicas em torno das quais a opinião pública nacional e internacional será agregada e conduzida para a formação de uma agenda constituída dos diversos motivos de atrito entre as partes litigantes, fazendo com que o episódio ganhe maior visibilidade midiática. Esses talvez sejam os motivos que levaram Armand Matellart a afirmar que “a comunicação serve, antes de tudo, para fazer a guerra”.⁶⁹⁰ Diodato, por sua vez, ao analisar a origem de certos conflitos refere que geralmente os mesmos nascem em face de “*contrapposizioni concrete (ad rem)*”, ou seja, divergências concretas entre os litigantes que demonstram efetivamente a causa de incompatibilidade de objetivos entre os dois atores.⁶⁹¹ Dentre essas divergências podem ser identificadas incompatibilidades quanto ao controle sobre determinados recursos, valores ou sistemas de valores, crenças, natureza das relações entre as partes, sobrevivência, conflitos irrealis, etc.⁶⁹²

Dentro desse contexto, a mídia pode funcionar com definidora de valores (*issues*) e criar quadros (*frames*) interpretativos. No que se refere aos *frames* criados pela mídia, Rolando Marini explica que um *frame* funciona como uma chave de leitura que se utiliza para um determinado tema. Assim, o *frame* se configura num enquadramento interpretativo que representa o modo pelo qual a mídia “ou uma pessoa confere ao tema um significado,

⁶⁸⁸ *Ibidem*, p. 54.

⁶⁸⁹ O autor não apresenta uma definição clara para esse conceito apenas o associa a atuação da mídia enquanto resposta as estratégias político-militares desenvolvidas em período de conflitos internacionais. DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 54.

⁶⁹⁰ O autor explica, ainda, que “[...] fora do período das hostilidades que suscitam a abundância das análises e até mesmo seu envolvimento a serviço das forças armadas, a guerra constitui-se tradicionalmente como a zona obscura do pensamento a respeito da comunicação. O confinamento da noção de comunicação na indústria do entretenimento em tempo de paz não é o último fator que torna inaudível o discurso sobre a relação comunicação-guerra. A leitura dos manuais de guerra psicológica para uso das forças armadas é mais esclarecedora sobre o assunto do que a maior parte dos textos em que os futuros profissionais da comunicação aprendem os rudimentos do respectivo métier”. MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo**: história das idéias e das estratégias. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p. 9.

⁶⁹¹ DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 54.

⁶⁹² *Ibidem*, p. 54.

transmite a articulação de um discurso ou de um raciocínio, que o torna compreensível segundo um certo ponto de vista”.⁶⁹³

Dessa forma, primeiramente, um *frame* de um determinado assunto irá chamar a atenção do público para certos eventos (suas causas e consequências também), em detrimento de outros. Posteriormente, esse *frame* servirá para organizar os argumentos, imagens e símbolos, aparentemente ou verdadeiramente desorganizados, ligando-os de forma a transmitir uma idéia de organização, razão pela qual o papel do *frame* é considerado como um “organizador do pensamento” (*organizzatore del pensiero*).⁶⁹⁴

O autor dá um exemplo interessante e prático sobre a função do *frame*. Segundo Rolando Marini, a pobreza pode ser interpretada sob um quadro relacionado à preguiça ou baixa propensão individual ao trabalho, ou no sentido oposto, como uma incapacidade da sociedade e do governo em oferecer oportunidades a todos em igual medida.⁶⁹⁵ Assim como nesse exemplo, todos os demais assuntos do cotidiano podem ser vistos e analisados sob diversas perspectivas. A mídia, portanto, age de forma a definir como certos assuntos serão interpretados pelo público e, com isso, consegue influenciar na percepção de certos acontecimentos com base naquilo que ela assim enquadrou. Em face disso, sua imagem de mundo prevalece sobre qualquer outra imagem, ainda que seja a imagem real – verdadeira – mas que por interesses próprios ou políticos necessita ser ocultada.

Assim, a exploração por parte dos atores políticos quanto a essa potencialidade da mídia em nível nacional pode servir para mobilizar a opinião pública. Já em nível internacional, o estabelecimento de *frames* pode servir para impor à outra parte a própria definição do problema, o que se identifica com uma forma de conquistar uma vantagem decisiva de constrangimento sobre o outro ou sobre o próprio terreno de confronto. Além disso, o aumento na hostilidade pode conduzir ao surgimento de argumentos *ad personam*, onde a mídia pode exercer papel importante no processo de polarização e escalção do conflito. Ou seja, o quadro (*frame*) apresentado pela mídia relativo aos problemas de uma nação, pode ser determinante na ampliação do conflito, e, principalmente na passagem de uma

⁶⁹³ Original em italiano: “[...] o una persona conferiscono al tema un significato, tramite l’articolazione di un discorso o di un ‘ragionamento’ che lo rende comprensibile secondo un certo punto di vista”. MARINI, Rolando. **Mass media e discussione pubblica**: le teorie dell’agenda setting. 2. ed. Roma-Bari: Laterza, 2008. p. 69-70.

⁶⁹⁴ MARINI, Rolando. **Mass media e discussione pubblica**: le teorie dell’agenda setting. 2. ed. Roma-Bari: Laterza, 2008. p. 70.

⁶⁹⁵ *Ibidem*.

“*conflittualità ad rem*” para uma “*ad personam*”.⁶⁹⁶

Com isso, a mídia pode contribuir para a realização de uma dialética conflitual entre “nós” e os “outros”, que conduz a uma atribuição quanto à presença dos “outros”, como a origem de qualquer problema. Dessa forma, Diodato refere que o passo seguinte é a construção de uma imagem do inimigo, sendo que o autor entende que nessa fase é que a mídia pode exercer um papel fundamental.⁶⁹⁷ O motivo dessa afirmação é que os discursos midiáticos atribuem aos atores desses conflitos características e ações que podem influenciar a percepção exterior (internacional), chegando à própria identidade dos sujeitos envolvidos.

Sustenta o autor que a visibilidade no caso de atores coletivos produz modificações substanciais na percepção que o grupo possui sobre o seu membro e, dessa forma, a mídia contribui na criação de uma imagem e até mesmo uma identidade dos atores envolvidos num conflito, de forma a dar maior expressão a algum deles. Com isso, o efeito da mídia sobre os atores se explica tanto em nível de identidade midiática, quanto a nível substancial, de identidade social. Por essa razão, a mídia acaba influenciando a forma como se interpretam os fatos não somente mediante influência sobre a opinião pública, mas principalmente por pressionar os *policy makers*.⁶⁹⁸

No caso do conflito no Iraque em 2003, pode-se perceber claramente essa atuação da mídia. A partir dos atentados de 11 de setembro, em face da postura adotada pelo governo norte-americano, os meios de comunicação estadunidenses criaram a imagem de um inimigo que precisava ser combatido e isso favoreceu e legitimou, conseqüentemente, todos os atos praticados pelo governo dos Estados Unidos. Conforme relata Júlia Faria Camargo, em estudo sobre o papel da mídia nesse episódio, a mídia norte-americana adotou postura de “autocensura e apoio ao governo em suas decisões”, sendo que as entrevistas com militares foram proibidas e os materiais produzidos por jornalistas no Afeganistão eram revisadas antes de serem exibidas ao público, além da proibição de exibição de imagens de Bin Laden.⁶⁹⁹

Em face disso, constata-se que no processo de escalação dos conflitos, as ações da mídia possuem um papel significativo, tanto no processo de popularização quanto na

⁶⁹⁶ DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 55.

⁶⁹⁷ DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 55.

⁶⁹⁸ *Ibidem*.

⁶⁹⁹ CAMARGO, Julia Faria. **Ecos do Frigor**: a invasão do Iraque em 2003 - Mídia internacional e a imprensa brasileira. Brasília: UnB, 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília - IREL-UnB, Brasília, 2008. p. 69.

dinâmica de construção da imagem do inimigo. Com isso, a imagem negativa do outro até pode ser posteriormente estabilizada em locais onde a mídia veicula conteúdos coerentes com o processo de percepção seletiva, tendo em vista que cada parte pode recolher e interpretar informações de maneira a confirmar ou não a imagem que se cria relativa à outra parte.

Todavia, essa não é uma situação que sempre ocorre. A veiculação de um conteúdo verdadeiro, despido de ideologias ou interesses políticos ou econômicos é bastante rara, apesar de a mídia e, em especial, o jornalismo, se declarar isenta e pautar-se pela atuação objetiva no que tange à cobertura dos fatos. Uma alternativa (reação) a essa ocultação ou manipulação das informações emerge recentemente com a crescente utilização da *Internet* para se transmitir informações em oposição àquelas notícias produzidas pelos grandes conglomerados da informação globalizada.⁷⁰⁰

Conforme sustenta Renato Rovai, a *Internet* já desempenha um papel extremamente importante no cenário político mundial e será cada vez mais importante nos conflitos internacionais.⁷⁰¹ O autor sustenta que as “informações sobre os conflitos colocadas na *Internet* em tempo real por um observador no local dos fatos e por fontes alternativas de notícias podem ser imediatamente consumidas pelos ‘internautas’ e até mesmo causar impactos no próprio curso dos acontecimentos”.⁷⁰² Em face disso, o autor entende que “a *Internet* não é agente informativa ou personagem da política, mas tem se tornado palco de um movimento de informação alternativa de grande dimensão.”⁷⁰³

No que tange à cobertura da mídia sobre o conflito no Iraque, a percepção relativa a uma cobertura tendenciosa se deu, posteriormente, também pelos próprios meios de comunicação norte-americanos. Em 2004, alguns jornais e redes de TV publicaram editoriais nos quais admitiram que falharam na cobertura do conflito. Em 26 de maio de 2004, o *New York Times* assumiu seus erros na cobertura e publicou um “editorial pedindo desculpas aos leitores, principalmente pela ausência de questionamentos nas matérias publicadas sobre a

⁷⁰⁰ A análise quanto ao papel da nova mídia junto às relações internacionais e, especialmente, quanto ao seu papel para a difusão de informações e debates envolvendo os temas ambientais será analisado posteriormente.

⁷⁰¹ ROVAI, Renato. **Midiático Poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa**. São Paulo: Publisher Brasil, 2007. p. 127.

⁷⁰² *Ibidem*.

⁷⁰³ Sobre esse aspecto o autor exemplifica “já é impossível contabilizar o raio de ação dos sites e blogs – em formato de jornal ou revista e atualizados constantemente – que existem para dar versões diferentes das que divulgam a maior parte dos meios de informação comercial no campo da política. Esses veículos ainda atingem um público limitado, mas já são acessados por formadores de opinião das áreas de interesse que privilegiam.” *Ibidem*.

posse de armas de destruição em massa pelo Iraque”.⁷⁰⁴ O jornal norte-americano *Washington Post*, também publicou no dia 12 de agosto de 2004, um editorial admitindo que “a sua cobertura da guerra fora imparcial e favorecera as posições da Casa Branca”.⁷⁰⁵

Assim, fica claro que durante a cobertura de situações de conflito, a mídia constrói a representação dos eventos em especial mediante a demonstração dramática que o conflito propicia. Essa situação pode gerar o que Diodato chama de dramatização dos eventos (*drammatizzazione degli eventi*), que pode conduzir à difusão de informações mescladas entre informação e ficção, chamado de *infotainment* (mistura de informação e entretenimento).⁷⁰⁶ Se produz dessa forma uma forte simplificação do conflito mediante o uso de uma rígida contraposição entre as partes (*nós x eles*), sendo que a complexidade dos fenômenos observados acaba, por vezes, sendo notavelmente reduzida e simplificada pela mídia.

Outro exemplo é quanto à cobertura de ataques terroristas. No caso do 11 de setembro ficou claro, mais uma vez, essa distinção (*nós x eles*) e a ausência de profundidade da mídia em entender verdadeiramente os motivos que levaram ao ataque, havendo inclusive um forte receio por parte da mídia norte-americana em dar voz aos suspeitos. A rede de TV Al-Jazeera, conforme já analisado anteriormente, foi a única que, ao cobrir esse evento, deu voz a Osama Bin Laden para que manifestasse sua posição sobre o acontecido. Ao fazer isso, foi acusada de favorecer e estimular a prática terrorista, pois enquanto a rede de TV árabe agia dessa forma, os demais meios de comunicação do mundo somente recebiam a visão norte-americana sobre o acontecido. Com isso, a abordagem desde o início ocorreu de forma imparcial em prol da imagem do inimigo, que o governo dos Estados Unidos tratou de construir e difundir ao mundo. Não se quer, com isso, justificar os atos terroristas que são absolutamente condenáveis; o que se questiona é a forma como o assunto foi tratado. Percebe-se que a mídia ocidental sempre teve dificuldades em dar voz isenta e imparcial aos conflitos ocorridos no oriente e isso, de certa forma, também acaba induzindo à prática de atos terroristas, pois somente assim ganham visibilidade no mundo, apesar de sua mensagem quase sempre não chegar ao público, somente os danos causados as suas vítimas.

Por essa razão, diversos estudos sustentam que existe uma relação simbiótica entre mídia e terrorismo, tendo em vista que, conforme refere Luciana Moretti Fernández, “na

⁷⁰⁴ CAMARGO, Julia Faria. **Ecos do Frigor**: a invasão do Iraque em 2003 - Mídia internacional e a imprensa brasileira. Brasília: UnB, 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília - IREL-UnB, Brasília, 2008. p. 80.

⁷⁰⁵ *Ibidem*.

⁷⁰⁶ DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 57.

era da mediocracia não existe impacto terrorista, se não há cobertura midiática e o valor noticioso do ato terrorista em si é, ao mesmo tempo, inegável”.⁷⁰⁷ Por tal razão, a autora considera que o sistema midiático ocidental é “extremamente sensível aos acontecimentos de grande saliência e com grande potencial de envolvimento, fatores comuns aos eventos violentos e inusitados”.⁷⁰⁸ Dessa forma, “a amplificação da percepção do risco provocada pela mensagem contida no atentado e nas ameaças terroristas produz não apenas o envolvimento dos diversos públicos, mas também a abertura dos canais midiáticos”.⁷⁰⁹

Além disso, a autora observa que

Uma vez projetado no sistema midiático o discurso terrorista tem a possibilidade de dar visibilidade às suas exigências e de competir pela imposição do significado dominante para o problema. Essa competição adota freqüentemente a forma de discussão argumentativa, na qual a mídia apresenta os pontos de vista dos diferentes atores envolvidos. Segundo a teoria do enquadramento [framing], a omissão ou a saliência de determinados aspectos do problema influenciam o processo de construção de conhecimento sobre o assunto em pauta. Sendo assim, a esfera midiática é cenário de uma competição acirrada pela cristalização do significado favorável para cada uma das partes e pela conquista de apoio dos públicos. O terrorista tem por meta influenciar a opinião pública, pois é através da conquista de apoio de simpatizantes que se conseguirão alguns bens preciosos, como financiamento, recrutas ou o debilitamento do inimigo mediante a intimidação e disseminação do terror.⁷¹⁰

A autora ainda sustenta que o terrorismo causa junto ao público a sensação, por vezes real, de que qualquer um pode ser vítima de um atentado. Dessa forma, o público aceita muito mais facilmente medidas que limitam as liberdades públicas em prol da segurança coletiva, tal como o *Patriotic Act*⁷¹¹ do governo Bush. Conforme refere Luciana Fernández “a necessidade de preservação da própria vida pode favorecer reações estereotipadas xenofóbicas

⁷⁰⁷ FERNÁNDEZ, Luciana Moretti. **Hiperterrorismo e mídia: o terrorismo no processo de comunicação política.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - ECA/USP, São Paulo, 2005. p. 60.

⁷⁰⁸ *Ibidem*, p. 100.

⁷⁰⁹ *Ibidem*.

⁷¹⁰ *Ibidem*, p. 61.

⁷¹¹ O *USA Patriot Act*, literalmente, significa "lei patriótica", mas é também a abreviação de "*Provide Appropriate Tools Required to Intercept and Obstruct Terrorism*" (prover ferramentas necessárias para interceptar e obstruir atos de terrorismo). A partir dessa lei, o apoio a terroristas passou a ser punido como crime federal, com penas mais elevadas. Também foram incluídas previsões contra o bioterrorismo, medidas essencialmente mais rigorosas contra imigrantes suspeitos de estarem envolvidos em atos terroristas, e controles mais amplos sobre a suspeita de lavagem de dinheiro e os bancos de fachada (*shell banks*), que não tenham ligações regulares com instituições bancárias. Foi ampliada igualmente a competência dos serviços de informação sobre a vigilância de pessoas, bem como a permuta dos resultados apurados entre as diversas agências. Além disso, a nova lei permitiu a revista domiciliar sem o mandato de busca e apreensão, ainda que na ausência do proprietário ou locatário. Cf. GERMAN, Christiano. As conseqüências das novas leis de segurança sobre a comunicação local e global. **Sociedade e Cultura**, v. 5, n. 2, jul./dez. 2002, p. 118. CANDELORI, Roberto. Atualidades: *USA Patriot Act* e o fim da privacidade. **Folha Online**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/educacao/ult305u13850.shtml>> Acesso em: 15 jan.2009.

e a simplificação da realidade, construindo-se, por exemplo, a ideia de que o mal é infiltrado e nunca gerado no seio da sociedade que o vivencia”.⁷¹²

Em face de tais considerações, percebe-se que a mídia possui um papel instrumental muito importante em situações de conflito, além de exercer poder sobre os atores políticos. Todavia, deve-se ressaltar que numa situação de “conflito armado, a mídia pode tornar-se parcial e nacionalista; o Estado pode exercer censura sobre os meios; e a opinião pública pode ser negligenciada como ator influente nas tomadas de decisões”.⁷¹³ Porém, em certos casos, como no caso da Guerra do Vietnã “[...] a mídia pode funcionar como cão de guarda da sociedade civil, a opinião pública pode exercer seu papel como ator doméstico influente nas tomadas de decisões e o governo pode acatar os apelos populares”.⁷¹⁴

Após a Guerra do Vietnã, os militares, não somente os americanos, passaram a buscar nova modalidade de controle da mídia, tendo em vista a importância cada vez mais acentuada desse tipo de atividade. Assim, a busca por esse controle surge inicialmente como uma vontade de censurar a mídia, mas afasta-se na medida em que se percebe a existência de outras estratégias a serem adotadas, algo visualizado especialmente com a Guerra do Golfo, onde os militares americanos colocaram em prática um novo princípio de trabalho com a mídia (*lavorare com i media*).⁷¹⁵ Foi justamente nesse episódio de conflito no Golfo Pérsico que se visualizou uma ascensão marcante da rede CNN (*Cable News Network*) como “intermediário obrigatório para o dispositivo da energética diplomacia da Casa Branca”.⁷¹⁶

Segundo Armand Mattelart, nesse período, em especial, foi possível verificar como a “pressão da emoção das imagens está em vias de modificar os processos de decisão dos dirigentes políticos. A cabeça fria dos especialistas acaba sendo curto-circuitada pela imediatidade da informação ao vivo”.⁷¹⁷ O autor ainda sustenta que essa foi uma legítima guerra de comunicação, em que a verdadeira informação foi censurada em razão do estabelecimento de um sistema de *pools*, ou seja, pequenas equipes de imprensa submetidas ao controle militar, fazendo com que a televisão fosse considerada muito mais “um *follower* do

⁷¹² FERNÁNDEZ, Luciana Moretti. **Hiperterrorismo e mídia**: o terrorismo no processo de comunicação política. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - ECA/USP, São Paulo, 2005. p. 100.

⁷¹³ CAMARGO, Julia Faria. **Ecos do Frigor**: a invasão do Iraque em 2003 - Mídia internacional e a imprensa brasileira. Brasília: UnB, 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília - IREL-UnB, Brasília, 2008. p. 72-73.

⁷¹⁴ *Ibidem*.

⁷¹⁵ DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 58.

⁷¹⁶ MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo**: história das idéias e das estratégias. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p. 133-134.

⁷¹⁷ *Ibidem*.

que um líder de opinião, mais um seguidor do que um dirigente”.⁷¹⁸

Assim, diante de um contexto conflitual, a circulação de certas informações, a publicidade e a revelação de determinados fatos e a ocultação de outros, pode repercutir significativamente sobre a percepção recíproca dos atores em conflito e sobre a formulação de hipóteses de ação e reação.⁷¹⁹

3.4.2 A influência dos conflitos sobre a mídia (newsmaking)

A ocorrência de conflitos internacionais influi consideravelmente sobre a rotina produtiva da mídia e, principalmente junto aos critérios de noticiabilidade, fazendo com que os meios de comunicação sintam-se atraídos por tais acontecimentos. Diante dessas circunstâncias, é importante referir que, tal como sustenta o estudo proposto por Emidio Diodato, ao emergir um conflito, a comunicação entre as partes litigantes deixa de obedecer à lógica da verdade e passa a seguir a lógica da verossimilhança, tendo em vista que essa é muito mais eficaz.⁷²⁰ Se isso não se constitui em um problema para os decisores políticos, pode vir a representar uma dificuldade para os meios de comunicação, que terão que identificar dentre as informações coletadas o que é falso e o que é verdadeiro.⁷²¹

O autor sustenta que os meios de comunicação precisam operar uma modificação substancial na rotina de produção das notícias, de forma a efetuar um maior controle em suas fontes e com isso selecionar com mais cuidado as notícias e as imagens, de forma a elaborar

⁷¹⁸ “Os militares autorizaram um total de onze *pools* ou pequenas equipe de imprensa – cada uma delas cobrindo uma unidade específica – composta por cinco a dezoito pessoas. Esses *pools* saíam para o terreno acompanhados por um oficial (*Public Affaris Officer*) que escolhia as tropas a serem entrevistadas, fazia-lhes briefings, controlava as filmagens, revisada, suprimia qualquer informação sensível. Em seguida, tudo isso era enviado para Dahrán e distribuído à imprensa. Verificou-se que as possibilidades de ter acesso ao *pool* eram desiguais. Como é testemunhado pelas duas ações intentadas em justiça: por um lado, pelos periódicos americanos como *Harper’s*, *Mother Jones*, *The Nation* e *The Village*; e, por outro lado, pela AFP. Aliás, desde o início da crise do Golfo, os jornalistas que não pertencessem a grandes empresas de mídia ou não fossem recomendados explicitamente pelos governos de coalizão, encontraram dificuldades para obter o visto das autoridades sauditas. É o que revela uma pesquisa conduzida pela Gannet Foundation (praticamente metade dos jornalistas da imprensa americana teve esse problema). Assim, enquanto os correspondentes das grandes agências de imprensa anglo-saxônicas conseguiam o visto em menos de uma semana, o correspondente da rede hispanófono dos Estados Unidos, Univision, teve de esperar um mês para obtê-lo. MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo: história das idéias e das estratégias**. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. p.135-136.

⁷¹⁹ DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale: mutamenti strutturali e nuove strategie**. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 58.

⁷²⁰ *Ibidem*.

⁷²¹ *Ibidem*.

preferencialmente *in loco* as especificidades do evento.⁷²² Com tais cuidados, torna-se possível que a informação consiga fugir da lógica da verossimilhança e sustente-se em algo mais verificável e, ao menos, mais próximo da verdade. Isso é importante de frisar, pois nos conflitos mais recentes, principalmente aqueles que evoluíram para um estágio de guerra, tal como a do Golfo, demonstraram a dificuldade de a mídia produzir uma comunicação realmente isenta.

Como destaca Diodato, a mídia, na “busca por notícias verdadeiras e na tentativa de construir uma narrativa objetiva dos fatos, se baseia, mais do que em período de paz, em fontes oficiais, e junto às instituições oficiais, sem se preocupar com a sua parcialidade”.⁷²³ Ao se analisar a cobertura de conflitos internacionais pela mídia, percebe-se que esse tipo de evento produz anomalias que “entram em curto-circuito com as distorções causadas pelos meios de comunicação”.⁷²⁴ Essas anomalias são identificadas e causam um impacto maior na produção das notícias em duas fases bem delimitadas do *newsmaking* e que foram abordadas anteriormente, quais sejam: coleta e seleção de informações. Dessa forma, a coleta centra-se desde a publicidade das ações referentes às negociações em curso, à produção de comunicados oficiais, criação de pseudo-eventos, tais como conferências de imprensa, visitas oficiais dos líderes, apelos para as nações, etc.⁷²⁵

Essas circunstâncias geram diversas consequências para a coleta de informações por parte da mídia. Dentre as possíveis consequências, Diodato aponta algumas que representam a amplitude dessa interferência dos conflitos internacionais junto à mídia internacional.⁷²⁶

Uma das consequências relaciona-se como risco de a mídia inserir as informações que foram prestadas pelos atores político-militares, sem inserir um *frame* crítico, fazendo com que funcionem tão somente como simples canais de transmissão da visão oficial. Outra consequência relaciona-se com a ampla visibilidade de que gozam as fontes institucionais durante os conflitos, apesar da consciência de sua parcialidade.

Quando o conflito se transforma em guerra, sua importância enquanto fato

⁷²² DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 58.

⁷²³ Original em italiano: “ricerca di notizie certe e nel tentativo di ricostruire un racconto oggettivo dei fatti, si rivolgono, più che in tempo di pace, alle fonte ufficiali, Ed alle istituzioni innanzitutto, senza preoccuparsi della loro parzialità”. *Ibidem*. p. 59.

⁷²⁴ Original em italiano: “corto circuito com le distorsioni causate dai mezzi di informazioni”. *Ibidem*.

⁷²⁵ *Ibidem*, p. 60.

⁷²⁶ *Ibidem*, p. 60-61.

noticioso aumenta, e dessa forma ocorre uma transformação no modelo de cobertura jornalística, tendo em vista que, a partir de então, encontram-se presentes elementos que justificarão o investimento em recursos humanos, principalmente mediante envio de profissionais para coletarem informações diretamente no local. Aqui, todavia, é necessário fazer uma ressalva, pois essa não é uma realidade na qual todos os meios de comunicação estão inseridos. Geralmente, os únicos que possuem capacidade para realizar tais investimentos são as grandes redes de mídia.

Com isso, emerge outro aspecto interessante quanto à cobertura de guerras, que é a difusão de informações baseadas, principalmente, nos poucos enviados ao local, geralmente provenientes das grandes agências de notícias. Nesse ponto, Diodato também destaca um fator de extrema relevância, que é o da ocidentalização das agências de notícias. Ou seja, a maioria da informação provém de empresas ocidentais e que fornecem uma leitura ocidental por consequência, e, dessa forma, quando o conflito envolve algum país ocidental é óbvio que o registro se dará com um predomínio de uma visão do local onde o meio se encontra sediado.

Uma consequência interessante e um pouco recente é a constatação de que o verdadeiro filtro (ou análise crítica) dos fatos pela mídia ocorre quando chegam informações que se contrapõem à visão da mídia dominante, principalmente aquela produzida pelos meios de comunicação próximos ao local afetado pela guerra. Nesse caso, entra em cena uma tentativa de se observar o que é produzido por tais meios e a se inserir comentários de que os fatos por eles narrados refletem uma verdadeira atividade de propaganda e não de jornalismo.

Em face das constatações anteriormente expostas, mostra-se importante relacioná-las aos elementos do *newsmaking*, oportunamente já analisados (ver tópico 2.2.3). Assim, tendo em vista que o processo de seleção das informações é confrontado com as peculiaridades dos conflitos, gerando consequências significativas no processo de elaboração das notícias, ocorre junto com tudo isso uma alteração no peso e na aplicabilidade dos diferentes valores-notícia.

Durante um período de guerra, todos os argumentos são potencialmente significativos e, portanto, satisfazem a praticamente todos os valores substantivos⁷²⁷, razão pela qual justificam a noticiabilidade de cada fato identificado pelos jornalistas. O problema é

⁷²⁷ Os valores substantivos são: importância (grau e nível hierárquico dos indivíduos); impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento; relevância e significatividade do acontecimento e interesse. Cf. tópico 2.2.3.

que essa peculiaridade traz consigo o risco de fazer emergir um excesso de informação.⁷²⁸ Diodato refere que essa “inundação” de informações pode produzir no leitor uma dependência e uma negligência contra a notícia e gerar pouca atenção no que é informado ou, em alguns casos, até mesmo favorecer a sua manipulação.⁷²⁹

No que tange aos valores do produto⁷³⁰, nota-se que são mais difíceis de serem atendidos em sua totalidade, razão pela qual são utilizados produtos já elaborados por empresas com mais estrutura e organização para a obtenção de tais informações, ganhando destaque o papel desempenhado pelas agências internacionais de notícias. Já quanto aos valores relativos ao meio⁷³¹, são bem satisfeitos, tendo em vista que durante uma guerra emergem com mais facilidade a figura de comentaristas ou peritos dispostos a conceder entrevistas que visem a explicar os motivos e as circunstâncias do conflito. Além disso, dada a importância do evento e as peculiaridades que envolvem inerentemente os conflitos internacionais, os mesmos produzem muitas imagens com caráter significativo, o que conduz a uma boa noticiabilidade.

No que se refere aos valores relativos à concorrência⁷³², nota-se que existe uma tendência à utilização de informações provenientes das agências de notícias e, em alguns casos, o favorecimento da utilização de enviados especiais ao local do conflito, cuja presença em campo representa mais do que uma simples possibilidade de cobertura, mas uma verdadeira viabilidade de obtenção de informações fidedignas e exclusivas. Por fim, no que tange aos valores para o público,⁷³³ nota-se que os critérios de noticiabilidade são atendidos em todos os níveis.

Diante das considerações acima efetuadas, torna-se possível perceber que existe uma estreita relação entre a forma como os conflitos internacionais ocorrem e como os mesmos são transmitidos ao público pelos meios de comunicação de massa. Ainda assim, não se pode afirmar que a mídia controla absolutamente a forma como o poder político é exercido junto ao cenário internacional, porém, confirma-se a ideia inicialmente exposta de que há uma

⁷²⁸ No próximo capítulo será dado maior destaque a essa questão relativa ao excesso de informações, tendo em vista que se analisará o conceito de *soft power* e a relação apontada por Joseph Nye no que o autor chama de “paradoxo da abundância”.

⁷²⁹ DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004. p. 61.

⁷³⁰ Os critérios relativos ao produto são: disponibilidade de materiais, brevidade, atualidade, qualidade, equilíbrio. Cf. tópico 2.2.3.

⁷³¹ Os critérios relativos ao meio são: bom material visual, frequência e formato. Cf. tópico 2.2.3.

⁷³² Os critérios relativos à concorrência são: exclusividade e expectativas recíprocas. Cf. tópico 2.2.3.

⁷³³ Os critérios relativos aos valores para o público são: estrutura narrativa e proteção. Cf. tópico 2.2.3.

relação de influência recíproca.

Portanto, a mídia exerce seu papel junto ao cenário internacional de uma forma a influenciar os rumos políticos, mas também acaba sendo influenciada pelas relações políticas existentes no mundo contemporâneo e que emergem quer de fontes oficiais quer de fontes institucionais.

3.5 A inserção das novas mídias no cenário internacional: compreendendo os desafios da comunicação de massa na era da informação em rede⁷³⁴

A análise da mídia junto ao cenário internacional realizada até o momento permite a identificação de apenas uma de suas faces, tendo em vista que aponta para teorias, classificações e afirmações baseadas em expressões tecnológicas clássicas, ou seja, representam a chamada mídia tradicional: rádio, TV, jornal.⁷³⁵

Ocorre que a mídia passa por um profundo processo de transformação. Isso, todavia, não significa dizer que os meios de comunicação tradicionais estejam inutilizáveis, ou totalmente obsoletos. A constatação desse processo de mudança, porém, faz com que seja necessário investigar o impacto do fenômeno da emergência de novas mídias⁷³⁶ e sua

⁷³⁴ Manuel Castells ressalta que existe uma tendência atual de organização das mais diversas funções e processos de se organizar em torno de redes. Dessa forma, para o autor, as redes se constituem em uma “nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura”. Em face disso, o autor afirma que “o poder dos fluxos é mais importante que os fluxos de poder”. Além disso, explica que uma rede é “um conjunto de nós interconectados” sendo que representa cada um desses nós dependerá do tipo de rede que se está falando, dando como exemplo os sistemas de televisão e suas equipes de cobertura jornalística que transmitem e recebem sinais “na rede global da nova mídia no âmago da expressão cultural e da opinião pública, na era da informação”. Em síntese, o autor explica que as redes “são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação”. Dessa forma, “as conexões que ligam as redes (por exemplo, fluxos financeiros assumindo o controle de impérios de mídia que influenciam os processos políticos) representam os instrumentos privilegiados do poder. Assim, os conectadores são os detentores do poder”. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura**. vol. 1. 10 ed. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2007. p. 565-567.

⁷³⁵ Aqui cabe uma ressalva, pois “os meios não são tradicionais porque são jornais impressos, televisões, rádios ou meios digitais, mas, sim, por seus valores e pelo jornalismo que praticam, independentemente do meio em que são difundidos. VARELA, Juan. **Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0** In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 67

⁷³⁶ “As novas mídias podem assim ser apelidadas, pois são *mídia* por serem *mediadores* da comunicação e introduzirem novidade porque incorporam novas dimensões tecnológicas, combinam em uma mesma plataforma tecnológica dimensões de comunicação interpessoal e meios de comunicação de massa, porque são indutores de

combinação com as mídias clássicas e, especialmente, como esse processo influi na sua identificação enquanto ator das Relações Internacionais. O desafio da análise proposta, como bem destaca Manuel Castells, é que “a comunicação mediada pela *Internet* é um fenômeno social recente demais para que a pesquisa acadêmica tenha tido a oportunidade de chegar a conclusões sólidas sobre seu significado social”.⁷³⁷

Assim, é importante destacar que as atuais mudanças da mídia fazem parte de um processo de transformação em suas tecnologias. A primeira grande transformação ocorreu no século 19, com a introdução da imprensa de Gutenberg e as impressoras a vapor, bem como, com a utilização do papel jornal de baixo custo. Como resultado, emergiu, verdadeiramente, a primeira mídia de massa representada pelos “jornais baratos e as editoras de livros e revistas em grande escala”.⁷³⁸ A segunda transformação se deu com o surgimento do rádio em 1920 e da televisão em 1939, sobre os quais já foram realizados diversos estudos nas mais diversas áreas, conforme já salientado anteriormente. Contudo, é na terceira fase que se percebe a mudança mais drástica na forma como se realizam as comunicações e na forma como é produzida, armazenada e distribuída a informação mediante emprego das redes de computadores.⁷³⁹ Isso se justifica também pelo fato de que a *Internet* “[...] tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história”, sendo que, por exemplo, enquanto nos Estados Unidos, “o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta milhões de pessoas; a TV alcançou esse nível de difusão em 15 anos; e a *Internet* o fez em apenas três anos após a criação da teia mundial”.⁷⁴⁰

Portanto, é dentro desse contexto que se passa a analisar o papel da mídia, renovada pelas tecnologias emergentes, e como tais instrumentos potencializam sua interação junto aos demais atores das Relações Internacionais. Nesse sentido, destaca Wilson Dizard Jr,⁷⁴¹ que a mídia tradicional, assim como a mídia contemporânea, propicia acesso à informação e entretenimento de forma adequada, todavia, as duas mídias se diferem em

mudança organizacional e de novas formas de gestão do tempo, porque procuram a síntese da retórica textual e visual, promovendo novas audiências e ferramentas de reconstrução social”. CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV, 2007. p. 111.

⁷³⁷ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação – economia, sociedade e cultura. vol. 1. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007. p. 442.

⁷³⁸ DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. 2 ed. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 2000. p.53-54.

⁷³⁹ *Ibidem*.

⁷⁴⁰ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede...** *Op. cit.* p. 439.

⁷⁴¹ Wilson Dizard Jr é associado sênior do programa de políticas de comunicações do Center for Strategie & International Studies em Washington. Atualmente se dedica ao estudo das tecnologias avançadas da informação na condução da política externa americana.

alguns pontos. No caso da nova mídia há uma expansão diária nos recursos e opções disponíveis, enquanto que a mídia tradicional pouco consegue inovar. Além disso, deve-se frisar que já se encontra totalmente ultrapassada a concepção de que os usuários da mídia são seres homogêneos e passivos, facilmente manipuláveis. Atualmente, há uma grande possibilidade de exercício de um poder de resistência por parte da população, especialmente daquela que possui acesso à *Internet*, pois é nessa rede que se exerce uma fantástica troca de informação sobre os mais diversos assuntos graças a novos recursos que surgem constantemente. Muitos desses recursos, conforme será visto à frente, somente ganharam expressão em função da expressiva participação dos usuários da *Internet*, que disponibilizam a informação para outras pessoas por meio de textos, vídeos, imagens, etc.

Ao se partir para uma análise sobre as novas mídias, primeiramente é preciso identificar claramente o que se entende por tal expressão. Para tanto, a melhor alternativa encontrada foi procurar por uma resposta junto à própria rede. Na enciclopédia Wikipédia,⁷⁴² as “novas mídias” encontram-se definidas como sendo a “soma de novas tecnologias e métodos de comunicação para se diferenciar dos canais de comunicação tradicionais [...] podendo ser entendido como um novo canal de distribuição de conteúdo ou como um novo canal de comunicação”,⁷⁴³ tendo como principal exemplo a *Internet*.

Dessa forma, percebe-se que a *Internet*⁷⁴⁴ se consolida como uma nova mídia sem

⁷⁴² A utilização do site *Wikipedia* como fonte pode ser bastante questionada, afinal, trata-se de uma "enciclopédia livre" em que cada um pode dar a sua contribuição e, com isso, nem sempre a informação apresenta-se como verdadeira ou exata. A lógica, contudo, da *Wikipedia* é que os próprios visitantes façam o controle do conteúdo e ajudem no crescimento do *site*. Assim, ao sustentar aqui neste trabalho que as novas mídias exercem um papel inegável no cenário internacional contemporâneo mostra-se como um contra-senso negar a sua utilização, tendo em vista que muitos dos conceitos ali presentes ainda sequer foram sistematizados por outras tradicionais enciclopédias que encontram dificuldades em alcançar a velocidade com que certas áreas evoluem e apresentam novas expressões. No *site* da Wikipédia é possível encontrar explicações sobre como se encontra estruturada a sua interatividade e construção coletiva. Dessa forma, ao se auto descrever a *Wikipédia* refere que se trata de “[...] uma enciclopédia livre que está a ser construída por milhares de colaboradores de todas as partes do mundo. Este é um site baseado no conceito de *Wiki Wiki*, o que significa que qualquer internauta [...] pode editar o conteúdo de quase TODOS os artigos acionando o link "Editar" (nas abas de conteúdo) que é mostrado em quase todas as páginas do site. O projeto *Wikipédia* foi iniciado em 15 de janeiro de 2001, na versão em língua inglesa. Em apenas um ano de existência, esta versão já possuía quase 10 mil artigos. Até hoje já foram criados mais de 14 milhões de artigos em centenas de línguas e dialetos (554 557 artigos na versão em português). Todos os dias, centenas de colaboradores de todas as partes do mundo editam milhares de artigos e criam muitos verbetes inteiramente novos. Todo o conteúdo do site é coberto pela licença de documentação livre GNU (*GNU Free Documentation License*). Os contributos são devidamente creditados aos seus autores, enquanto que os direitos de cópia inclusos na licença garantem que o conteúdo da enciclopédia poderá sempre ser reproduzido e distribuído livremente, desde que sejam seguidas algumas regras simples.” Cf. WIKIPEDIA. **Sobre a Wikipédia**. <Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Sobre>> Acesso em: 20 mar.2010

⁷⁴³ NOVAS mídias. **Wikipédia, a enciclopédia livre**. http://pt.wikipedia.org/wiki/Novas_m%C3%ADdias Acesso em: 20 mar.2010

⁷⁴⁴ “A internet nasceu em 1969, nos Estados Unidos. Seu nome original era ARPA (*Advanced Research Projects Agency*). Criada na época da Guerra Fria, a ARPA era uma rede do departamento de defesa norte-americano que tinha por função interligar centros de pesquisas. A internet foi concebida como uma rede sem um ponto de

precedentes, ao associar os elementos mais atrativos presentes nos demais meios. Assim, a *Internet*⁷⁴⁵ consegue se utilizar da velocidade na transmissão da notícia que o rádio apresenta, do entretenimento e das imagens atraentes com diversos recursos visuais que a TV propicia, tudo isso associado a novas técnicas de vídeo e animação, criadas especialmente para o mundo virtual. Além disso, a *Internet* permite uma experiência ímpar de aproximar emissor e receptor, algo que somente ocorria em uma comunicação interpessoal, jamais mediante utilização de um meio de comunicação de massa. Atualmente, a interação praticamente não possui limites. Vídeos, fotos e textos são compartilhados, comentados, criticados em uma vasta rede que interconecta diversos usuários da *Internet* localizados nos mais diversos lugares do planeta.

A complexidade da interação propiciada pela rede permite uma leitura diferenciada dos fatos e uma percepção com novas possibilidades graças à utilização de hipertextos.⁷⁴⁶ Essa nova forma de produção da informação desafia não somente a forma de se fazer jornalismo, mas todas as demais atividades da vida cotidiana, inclusive em âmbito político, tendo em vista que, “[...] ao contrário da televisão, os consumidores da *Internet* também são produtores, pois fornecem conteúdo e dão forma à teia. Assim, o momento de chegada tão desigual das sociedades à constelação da *Internet* terá consequências duradouras no futuro padrão da comunicação e da cultura mundiais”.⁷⁴⁷

Em face disso, nos próximos tópicos serão apresentados alguns desses avanços e como eles podem influenciar certos aspectos das relações internacionais contemporâneas de forma muito mais significativa ou potencialmente promissora do que os tradicionais meios de

comando central único e essa construção permite que ela continue ativa mesmo em caso de suspensão nas comunicações de alguns de seus centros. Todos os pontos da rede têm o mesmo poder de comunicação. [...] A WWW (*World Wide Web*), nascida em 1991, corresponde à parte da Internet construída a partir de princípios do hipertexto. A WWW foi desenvolvida por Tim Berners-Lee, que trabalhava para o CERN, um laboratório de pesquisas europeu sediado na Suíça. A Web baseia-se numa interface gráfica e permite o acesso a dados diversos (textos, músicas, sons, animações, filmes, etc.) através de um simples “clique” do mouse. Devido à facilidade que sua interface oferece, a Web vem crescendo de uma forma vertiginosa. Antes da WWW, era necessário conhecer comandos UNIX para ‘acessar’ a Internet” LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. 2. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001. p. 22-23.

⁷⁴⁵ De acordo com Manuel Castells, “a criação e o desenvolvimento da Internet nas três últimas décadas do século XX foram consequência de uma fusão singular de estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural”. Para uma compreensão mais detalhada sobre a criação da internet consultar: CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura**. v. 1. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007. p. 82-89.

⁷⁴⁶ “O hipertexto é um documento digital composto por diferentes blocos de informações interconectadas. Essas informações são amarradas por meio de elos associativos, os links. Os links permitem que o usuário avance em sua leitura na ordem que desejar” LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia: arquitetura e navegação no ciberespaço**. 2. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001. p.15

⁷⁴⁷ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura**. vol. 1. 10 ed. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 2007. p. 439.

comunicação vêm fazendo até o momento.

3.5.1 A mídia na sociedade em rede e as novas dimensões da comunicação global

A forma como a comunicação de massa⁷⁴⁸ se efetiva atualmente difere cada vez mais daqueles modelos analisados pelos teóricos do início e metade do século passado, que produziram os primeiros estudos sobre a influência da mídia junto ao público. Vive-se num momento de profundas e rápidas transformações no modo de se comunicar e se informar. Nota-se, com isso, que os meios de comunicação de massa acabam sendo “transformados pelas novas formas de coletar, armazenar e transmitir informação”.⁷⁴⁹ Essas “mudanças dramáticas” são irreversíveis e apresentam um “caminho à frente [...] marcado com uma quantidade semelhante de armadilhas e oportunidades”.⁷⁵⁰ Conforme lembra Armand Mattelart, “as redes de comunicação em tempo real estão configurando o modo de organização do planeta”.⁷⁵¹ Com isso, nota-se que as novas tecnologias da informação também proporcionam uma alteração significativa na forma como ocorre a produção, distribuição e consumo das informações.⁷⁵²

Nesse sentido, destaca Wilson Dizard Jr. que “[...] a nova mídia não é apenas uma extensão linear da antiga. A mídia clássica e a nova mídia oferecem recursos de informação e

⁷⁴⁸ “A comunicação de massa tem sido definida tradicionalmente como produção, reprodução e múltipla distribuição industrializadas de mensagens através de dispositivos tecnológicos. O enfoque tem sido sobre produtos de informação produzidos em uns poucos locais centralizados e distribuídos para grandes grupos de consumidores através de canais unidirecionais separados. As novas tecnologias mudam isso. As velhas diferenças desaparecem. Aparelhos de fax combinam texto impresso e telefones. Os compact discs interativos reúnem os recursos de computadores pessoais, televisão e impressoras. O sistema telefônico se transforma em algo mais, cada vez mais usado para transmissões não-vocais entre máquinas de informação, e não para conversas interpessoais” DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2 ed. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000. p. 256.

⁷⁴⁹ DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2 ed. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 2000. p. 24.

⁷⁵⁰ *Ibidem*, p. 53.

⁷⁵¹ Original em espanhol: “Las redes de comunicación en tiempo real están configurando el modo de organización del planeta”. MATTELART, Armand. **La mundialización de la comunicación**. Tradução de Orlando Carreño. Barcelona: Paidós, 1998. p. 7.

⁷⁵² Manuel Castells, contudo, alerta que “embora os meios de comunicação realmente tenham se interconectado em todo o globo, e os programas e mensagens circulem na rede global, não estamos vivendo em uma aldeia global, mas em domicílios sob medida, globalmente produzidos e localmente distribuídos”. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura**. v. 1. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007. p. 426.

entretenimento para grandes públicos, de maneira conveniente e a preços competitivos”.⁷⁵³ Dessa forma, o autor afirma que a diferença em relação à nova mídia é que ela proporciona uma pluralidade de novos recursos aos consumidores graças à *Internet*, resultando em uma “conexão interativa entre o consumidor e o provedor de informação”.⁷⁵⁴ Essa peculiaridade apresenta ainda uma nova dimensão junto ao atual padrão da mídia, tendo em vista que se parte de uma mídia unidirecional, gerada e difundida por uma fonte centralizada e avança-se para uma nova mídia cada vez mais interativa, a qual permite que os consumidores possam escolher os recursos de informação desejados no momento e formato que o desejarem.

Com isso, rompe-se com a tradicional comunicação unidirecional, característica da comunicação de massa, emergindo a possibilidade de uma interação plural que propicia uma diversidade de diálogos junto ao espaço público virtual que, graças aos novos recursos, como os *blogs*, favorece o surgimento de uma mídia alternativa. Esse fenômeno, por sua vez, causa alterações na mídia impressa, bem, como, fechamento de jornais e diminuição na sua circulação, circunstâncias que serão analisadas adiante.

A mudança na mídia tradicional, contudo, já vem ocorrendo há décadas. O diferencial desse período de transição é que o ritmo das alterações está mais acelerado em face das pressões que a *Internet* impõe à mídia tradicional. As redes de computadores e outras tecnologias de ponta “[...] deixaram de ser fenômenos periféricos; são a força dominante que está remodelando o futuro das indústrias de mídia”.⁷⁵⁵

Nota-se, também, que as alterações não se restringem somente aos meios de comunicação, pois a forma e direção da sociedade contemporânea e tudo aquilo que se julga importante no processo de tomada de decisões diárias por parte da população também é afetado por tais mudanças.⁷⁵⁶

Conforme refere Manuel Castells, as alterações no meio virtual das redes geram transformações nas relações de poder. Dessa forma, o poder da informação confere àqueles que detêm as conexões da rede a possibilidade de influenciar os processos políticos e todas as demais interações sociais contemporâneas. Para ele, “como a informação e a comunicação circulam basicamente pelo sistema de mídia diversificado, porém abrangente, a prática da

⁷⁵³ DIZARD JR., Wilson. *A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação*. Tradução de Edmond Jorge. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000. p. 40-41.

⁷⁵⁴ *Ibidem*.

⁷⁵⁵ *Ibidem*, p. 254.

⁷⁵⁶ *Ibidem*.

política é crescente no espaço da mídia”.⁷⁵⁷ Além disso, o autor destaca que nesse espaço virtual das redes, a liderança política pode ser personalizada diante da formação de imagens que geram poder. Todavia, ressalta, ainda, que nem toda política pode vir a ser reduzida a meros efeitos de mídia. Isso porque, independentemente de quais sejam “os atores políticos e suas preferências, eles existem no jogo do poder praticado através da mídia e por ela, nos vários e cada vez mais diversos sistemas de mídia que incluem as redes de comunicação mediada por computadores”.⁷⁵⁸

Essa constatação ratifica a tese de que as novas mídias geram uma necessidade de alteração na forma de se fazer política.⁷⁵⁹ A remodelagem da política para se adequar à linguagem da nova mídia traz profundas consequências para os atores e instituições políticas, e isso merece a atenção por parte dos estudiosos desses fenômenos e, em especial, daqueles que se referem às relações internacionais.

É diante desse contexto de alterações na mídia e na comunicação global em face das novas tecnologias que a produção das informações pelo jornalismo também sofre modificações. Tais alterações na forma como as notícias são produzidas também interferem em todas as demais relações políticas e internacionais, pois, conforme já visto anteriormente, a mídia tradicional já exerce um papel significativo em diversos momentos políticos internacionais.

Contudo, a mudança na velocidade em que as informações são transmitidas e os novos instrumentos empregados durante esse processo, fazem com que ocorram alterações significativas no próprio papel do jornalismo tradicional. Isso interfere na caracterização da mídia enquanto ator das relações internacionais, razão pela qual, no próximo tópico serão analisados esses desafios que emergiram nos últimos anos, na forma como são produzidas as notícias.

3.5.2 *Os desafios e oportunidades da produção de notícias diante da emergência do Jornalismo 3.0*

⁷⁵⁷ CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura**. v. 1. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007. p 572.

⁷⁵⁸ *Ibidem*.

⁷⁵⁹ O autor destaca, ainda, que “a política também é uma crescente área de utilização da CMC” [comunicação global mediada por computadores]. Por um lado, o correio eletrônico está sendo usado para a difusão massificada de propaganda política dirigida com possibilidade de interação. As campanhas eleitorais de todos os países iniciam seus trabalhos criando seus sítios na web. Os políticos fazem suas promessas em suas páginas da Internet. Grupos fundamentalistas cristãos, a milícia norte-americana nos EUA e os zapatistas no México são os pioneiros dessa tecnologia política”. *Ibidem*, p. 447-448.

No processo evolutivo da comunicação de massa nota-se que, ao emergir uma nova tecnologia, a tendência é que, primeiramente, os novos meios copiem os velhos para, num segundo momento, adquirirem uma identidade própria. No caso do jornalismo *online* isso se constatou inicialmente, em face da utilização de conceitos e práticas presas ao jornal impresso e ainda ligados à utilização de agências de notícias como fontes prioritárias.

As primeiras experiências de jornalismo *online* ocorreram por volta de 1980, nos Estados Unidos, sendo que, efetivamente, foi somente em 1989, com a criação da *World Wide Web*,⁷⁶⁰ que começaram a ser veiculadas as primeiras notícias junto à *Internet*, em canais de notícias especializados. Já no Brasil, essa tecnologia foi empregada pela primeira vez em maio de 1995, quando o Jornal do Brasil lançou sua edição *online*. Após essa iniciativa, todos os demais jornais brasileiros, gradualmente, passaram a migrar suas edições impressas para a *Internet*. A percepção de que a *Internet* exigiria a adoção de processos diferenciados foi ainda mais gradual, mostrando-se, portanto, um desafio a ser superado pelo jornalismo em sua relação com as novas tecnologias da informação.⁷⁶¹

A revolução no formato de realização do jornalismo *online* começa a se alterar na medida em que se verifica cada vez mais a possibilidade de contextualização dos acontecimentos, por meio do estabelecimento de *links* (ligações) com outros sites ou páginas explicativas dentro do site próprio jornal. Percebe-se que a informação em rede se estabelece de uma maneira não linear e, dessa forma, permite ao leitor⁷⁶² acessar a informação na ordem que lhe for conveniente. Nesse sentido, conforme destaca Pierre Lèvy, a informação em fluxo presente no ciberespaço⁷⁶³ permite uma modificação contínua nos dados dispostos em rede,

⁷⁶⁰ A WWW (*World Wide Web* ou, simplesmente, *Web*) é a parte multimídia da Internet que possibilita a exibição de páginas de hipertexto, ou seja, documentos que podem conter todo o tipo de informação: textos, fotos, animações, trechos de vídeo e sons e programas e, especialmente, que permite conexões entre documentos (*links*). Na Internet a informação é colocada em documentos denominados "sites" ou páginas *Web*. Assim, a WWW é formada por milhões de "páginas", ou "sítios", ou "locais" ou "sites", que podem conter uma ou mais páginas ligadas entre si, cada qual em um endereço particular, em que as informações estão organizadas. Cf. Internet - WWW. Disponível em: <<http://www.ufpa.br/dicas/net1/int-www.htm>> Acesso em: 22 mar.2010.

⁷⁶¹ BARBOSA, Suzana. Jornalismo online, dos sites noticiosos aos portais locais. **Anais do 24 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Campo Grande/MS, set.2001 [cd-rom]. São Paulo, Intercom/Portcom: Intercom, 2001.

⁷⁶² "Os leitores de jornais eletrônicos são os cidadãos mais ativos na política. Vinte e nove por cento dos que visitam os sites de jornais consideram-se bastante interessados em assuntos voltados para o governo, a política e as eleições, segundo um relatório de 2004 da National Association of Newspapers (NAA) norte-americana". VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0 In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 83.

⁷⁶³ "O termo *cyberspace* foi cunhado pelo escritor William Gibson no livro *Neuromancer*, de 1984, onde é definido como uma "alucinação consensual" atingida por implantes neurais, que tem uma metáfora mais atual no

gerando a possibilidade de se percorrer os canais informativos de acordo com a escolha de cada indivíduo. Com isso, “o mundo virtual e a informação em fluxo tendem a reproduzir em grande escala, e graças a suportes tecnicamente avançados, uma relação ‘não-mediatizada’ com a informação”.⁷⁶⁴

Além disso, essa forma de contextualização difere da forma tradicional analisada anteriormente, onde havia uma barreira referente ao espaço que o jornal conferia a cada informação. Os critérios de ordem prática no jornalismo tradicional sempre fizeram com que o texto precisasse ser simplificado, escrito de forma direta e, por vezes, sem uma profundidade necessária a um perfeito entendimento. Com a *Internet*, novas conexões podem ser realizadas e, dessa forma, o jornalismo cria uma interação muito mais dinâmica e eficaz diante da possibilidade de inserir além do texto, imagens, sons, vídeos e, principalmente, atualizar constantemente a informação e propiciar uma interação direta com o receptor.⁷⁶⁵

Conforme observam Jo Bardoel e Mark Deuze, existem quatro características elementares que representam a essência do jornalismo *online* contemporâneo. Segundo os autores, esses elementos são: a interatividade, a hipertextualidade, a multimidialidade e a

filme *The Matrix*. No filme, os seres humanos são subjugados por máquinas dotadas de inteligência artificial e sobrevivem imersos em uma simulação neurointerativa da realidade, denominada *matrix*. [...] o ciberespaço é, portanto, uma propriedade emergente de sistemas complexos, ou seja, uma propriedade que surge ao longo de processos comunicacionais em redes hipermediáticas, a partir de usos aleatórios em rede e suas linkagens/bifurcações". SALATIEL, José Renato. Comunicação e evolução no ciberespaço. In: SILVA, Rafael Souza (Org.) **Discursos simbólicos da mídia**. São Paulo: Loyola, 2005.p. 125-137. Cumpre destacar que após essa primeira conceituação Pierre Lévy apresentou uma definição para ciberespaço como sendo o “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999. p. 92. José Afonso da Silva Júnior, por sua vez, concebe o ciberespaço como “a grande miríade de artefatos, redes, aparelhos, dinâmicas e manifestações emergentes a partir do momento em que ocorrem em interação com dispositivos computacionais”. SILVA JUNIOR, José Afonso da. Do Hipertexto ao algo mais: Usos e abusos do conceito de hiperídia pelo jornalismo on-line. In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.) **Janelas do Ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 132. Dessa forma, também se percebe que, além da infra-estrutura técnica, os indivíduos também são incluídos na composição do ciberespaço, conforme sustenta Lúcia Leão ao afirmar que o ciberespaço engloba: as redes de computadores interligados no planeta (incluindo seus documentos, programas e dados); as pessoas, grupos e instituições que participam dessa interconectividade e, finalmente, o espaço (virtual, social, informacional, cultural e comunitário) que se desdobra das inter-relações homem-máquina sendo que o encontro desses elementos permite a criação de novos vínculos sociais. LEÃO, Lúcia. O Labirinto e a Arquitetura do Ciberespaço. In: NOJOSA, Urbano; GARCIA, Wilton (Orgs.) **Comunicação e Tecnologia**. São Paulo: Nojosa, 2003. p. 158.

⁷⁶⁴ LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999. p. 62.

⁷⁶⁵ Mostra-se interessante referir que em face dessas constatações, Manuel Castells entende que no “novo sistema de mídia, a mensagem é o meio”. Ou seja, as características da mensagem moldarão as características do meio. [...] um serviço de 24 horas de notícias mundiais requer um ambiente, programação e transmissão diferentes, tais como previsões do tempo de abrangência global e continental. Este é, na verdade, o presente e o futuro da televisão: descentralização, diversificação e adequação ao público-alvo. Nos parâmetros mais amplos da linguagem de McLuhan, a mensagem do meio (ainda operando como tal) está moldando diferentes veículos de comunicação para diferentes mensagens”. CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede... Op. cit.** p 425.

personalização do conteúdo.⁷⁶⁶

No que tange à interatividade, trata-se do principal elemento do ambiente do jornalismo *online*. A interação pode ocorrer entre conteúdos, por meio da utilização de *links* para outras reportagens, bem como, por meio da interação do jornal com o leitor. Essa última interação é aquela em que tem havido maior esforço por parte da mídia, ao disponibilizar *emails* para contato com a redação, espaço para sugestão de pautas, envio de mensagens diretas ao jornalista responsável pela matéria e, principalmente, com a opção de enviar comentários sobre a matéria. Essa interação com relação ao conteúdo permite, portanto, que o leitor tenha uma participação ativa, influenciando na própria produção da informação.

A hipertextualidade, por sua vez, relaciona-se à possibilidade de estabelecimento de relações entre as notícias. Com isso, o jornalismo *online* permite que as notícias sejam divulgadas com a possibilidade de acesso a outros documentos ou notícias que complementam o seu conteúdo. Há possibilidade de indicação de posições favoráveis ou contrárias ao assunto da notícia sem perda de foco. Os autores entendem que a hipertextualidade propicia o fornecimento de uma informação sobre a informação.

No que se refere à multimídia, a mesma refere-se à possibilidade de convergência dos diversos formatos tradicionalmente empregados na mídia potencializados pelos recursos existentes na *Internet*.⁷⁶⁷ Dessa forma, uma característica em expansão é a de criação de notícias que ultrapassem o simples texto escrito e apresentem ao leitor imagens, sons e todas as demais formas existentes para transmissão da informação.

O quarto elemento do jornalismo *online* apontado por Jo Bardoel e Mark Deuze é o da personalização de conteúdo, que se dá por meio das escolhas feitas pelo próprio leitor para ler as informações disponibilizadas pelo jornal. Assim, uma tendência em jornais *online* é a de propiciar a personalização do conteúdo por meio do recebimento de informações previamente definidas pelo leitor como sendo de seu interesse. Dessa forma, o produto jornalístico se adapta às necessidades de informação do leitor, sendo que em alguns *sites* de

⁷⁶⁶ BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. In: **Australian Journalism Review**. v. 23, n.2, 2001. p. 91-103.

⁷⁶⁷ O conceito de multimídia aplicado à Internet não está restrito somente à disponibilidade de diversas mídias mas sim, a como elas são aplicadas. Ou seja, no caso de um produto informativo que somente disponibilize o acesso às mídias de maneira separada, não consegue realizar, propriamente, uma mensagem multimídia. Em face disso, é necessário conciliar harmonicamente todas as diferentes características de linguagem inerente a cada uma das mídias cuidando para que isso também não venha a comprometer a informação a ser transmitida. Cf. RIBAS, Beatriz. Características da notícia na web: considerações sobre modelos narrativos. **Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Florianópolis: SBPJOR/UFSC, 2005.

jornais é possível que o leitor crie a sua própria página na *Internet* onde pode consultar as suas escolhas de notícias.⁷⁶⁸

Em face desses elementos apontados acima, percebe-se que outro fenômeno emerge juntamente com essas alterações tecnológicas, trata-se do jornalismo participativo. Graças à *Internet* surgem novos discursos que se tornam públicos e isso causa transformações na comunicação, tendo em vista que a mídia tradicional sempre esteve acostumada a gozar do “monopólio da voz pública” e, atualmente, em face do jornalismo participativo isso se encontra ameaçado. “Diferentemente do que ocorreu em outras épocas, a opinião pública já não se reflete apenas na opinião publicada”.⁷⁶⁹ Conforme explica Juan Varela “a crise de credibilidade do jornalismo e a rebelião contra os grandes meios e seus interesses econômicos, institucionais, políticos etc. alimentam a revolta do público”.⁷⁷⁰ Isso, por sua vez, favoreceu o surgimento daquilo que o autor chama de “Jornalismo 3.0”. Esse novo jornalismo pauta-se no intuito de se desenvolver um “sentido de comunidade e a conexão com a realidade na informação”⁷⁷¹ por meio da utilização da *Internet*.

Para uma melhor compreensão dessa nova versão do jornalismo digital, Varela observa que o Jornalismo 1.0 é aquele preocupado com a transmissão tradicional do conteúdo a partir dos meios analógicos para o ciberespaço, enquanto que o Jornalismo 2.0⁷⁷² já se preocupa com a criação de conteúdo da e para a rede. Por sua vez, a marca substancial do Jornalismo 3.0 é que a informação passa a ser socializada na rede e, em especial, os próprios meios de difusão das informações também se tornam socializados.⁷⁷³ Ou seja, a partir dessa transformação, ocasionada pelo aumento na participação ativa na *Internet*, ficou mais evidente

⁷⁶⁸ Cf. SCHMITT, Valdenise; OLIVEIRA, Leonardo Gomes de. Personalização de Notícias: Uma edição de jornal para cada leitor. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. v.XI, n. 1, jan.–abr., 2009.

⁷⁶⁹ VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0 In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 54.

⁷⁷⁰ *Ibidem*, p. 53.

⁷⁷¹ *Ibidem*.

⁷⁷² Para Mark Briggs o Jornalismo 2.0 se insere dentro da chamada Web 2.0, conhecida também como web participativa. Trata-se do atual estágio da internet onde os *sites* ganham cada vez mais importância na medida em que permitem a participação dos seus visitantes mediante criação de mecanismos em que possibilitam a interação e demonstração das suas opiniões junto à rede alcançados graças a estrutura simplificada de publicação de dados sem a necessidade de conhecimento de códigos e comandos específicos necessários nos primeiros tempos da internet. Cf. BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0: Como sobreviver e prosperar – Um Guia da Cultura na Era Digital e na Era da Informação**. **J-Lab e Knight Citizen News Network**. 2007. Disponível em: <http://www.knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf> Acesso em: 25 nov. 2009.

⁷⁷³ VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0 In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 54.

a falta de interatividade junto aos meios tradicionais, mesmo naqueles adaptados para a *Internet*. Apesar de a mídia ter resolvido o seu problema de difusão da informação de forma econômica junto à rede não houve, concomitantemente, uma preocupação em manter um contato direto com os seus leitores. “Por meio do jornalismo participativo, a centralização dos meios e de sua agenda, sua concentração, seu mercado e seu monopólio informativo se transforma em um universo descentralizado governado por pessoas que se tornam guias umas para as outras”.⁷⁷⁴

É dentro desse contexto que emergem e ganham importância os *blogs*, que serão estudados à frente, pois conforme refere Juan Varela, os “*blogs* são exemplos de um novo jornalismo ou, pelo menos, de um novo meio de comunicação que surge no meio da revolução tecnológica da *Internet*, inspirada no movimento código aberto (*open source*), mas com raízes antigas e bem assentadas”.⁷⁷⁵ É também em face desses desafios e oportunidades causados pela *Internet* ao jornalismo que se percebe uma minimização do processo de *gatekeeping*.

Atualmente, existe uma maior interlocução entre os que produzem o conteúdo e os que consomem essa informação. Com isso, os modelos teóricos até então existentes e que conferem um papel ao *gatekeeper* como uma figura de destaque no processo de produção das notícias precisam ser questionadas em face das novas tecnologias da informação e comunicação. Essas peculiaridades propiciam, ainda, uma descentralização da informação que se encontra em rede e, com isso, favorece a comunicação horizontal que, aliada às especificidades da *Internet*, acaba por alterar a noção de hierarquia entre emissor e receptor tal como presente nos estudos tradicionais da comunicação. Hoje, nota-se que a *Internet* propicia uma participação de forma ativa no processo de comunicação, tendo em vista que os usuários da rede assumem a posição de receptores, mas em alguns momentos, também a de emissores num constante processo de permuta de papéis entre os diversos atores que se inter-relacionam na rede.

Todas essas mudanças resultam no fato de que certas notícias que anteriormente eram rejeitadas em face da atuação do *gatekeeper* por não atenderem aos valores-notícia, ou por não possuírem espaço nos meios impressos tradicionais, atualmente acabam sendo publicadas nos meios digitais que possuem espaço ilimitado para tanto, diante do seu baixo custo e alta capacidade de armazenagem. Isso poderia levar a crer que os limites de espaços nas páginas impressas dos jornais ou do tempo disponível para as notícias no rádio ou

⁷⁷⁴ *Ibidem*, p. 57.

⁷⁷⁵ *Ibidem*, p. 58.

televisão estariam superados e, conseqüentemente, a necessidade de seleção das notícias. Ocorre que ao se poder publicar na rede praticamente de tudo, a função do *gatekeeper*, ao menos para as novas mídias, perde a importância que até então possuía.⁷⁷⁶

Diante dessa avalanche de informações emerge outra figura, que Axel Bruns denominou de *Gatewatchers*.⁷⁷⁷ Para o autor, os *gatewatchers* exercem a função de indicadores da informação. Segundo o autor, “eles observam que o material está disponível e é interessante, identificam novas informações úteis, com vistas a canalizar este material em notícias estruturadas e atualizadas, que podem incluir guias de conteúdo relevante e trechos do material selecionado”.⁷⁷⁸ Ou seja, a partir de um determinado *site*, criado ou não pelo *gatewatcher*, são realizadas indicações para documentos, *sites* de jornais ou demais fontes da informação, porém, normalmente, tais indicações vêm acrescidas de comentários acerca da notícia indicada. Esse é, portanto, o diferencial entre o papel do *gatekeeper* e do *gatewatcher*. Enquanto no primeiro o jornalista exerce um papel de coletor de informações para selecionar quais serão transformados em notícia, no segundo a função aproxima-se com a de um “bibliotecário” (*librarian*) tendo em vista que o jornalista exerce a função de armazenar a maior quantidade de informações e documentos possíveis (de acordo com seus interesses) e direcionar o público para eles.⁷⁷⁹

⁷⁷⁶ Todavia, essa afirmação deve ser vista com cautela, pois é necessário também levar em consideração que na *Internet* existem muitos *gatekeepers* cujas funções são desempenhadas desde os tradicionais meios de comunicação em suas versões *online* e, até mesmo por alguns *blogueiros* que adquiriram fama por seus comentários disponibilizados na rede.

⁷⁷⁷ BRUNS, Axel. **Gatewatching**: collaborative online news production. Nova York: Peter Lang, 2005. Nessa obra o autor apresenta uma construção conceitual para o *gatewatching*, baseado em estudos de caso dos seguintes *sites*: *Slashdot*, *Indymedia*, *Wikipedia*, *Media Channel*, *Plastic* e *Kuro5hin*. Com isso, o autor visa identificar qual o grau de abertura de cada *site* possui para a participação do público para três fases da produção da notícia: captação, publicação e comentários das informações.

⁷⁷⁸ Original em inglês: “[...] they observe what material is available and interesting, and identify useful new information with a view to channeling this material into structured and up-to-date news reports which may include guides to relevant content and excerpts from the selected material”. BRUNS, Axel. **Gatewatching**: collaborative online news production. Nova York: Peter Lang, 2005. p.18.

⁷⁷⁹ Atualmente, apesar de o *gatewatching* permanecer em grande parte impulsionado pelos contribuintes humanos, já existem sites que reúnem as notícias mediante adoção de um processo de automatização da coleta de notícias de acordo com os interesses do usuário. Um exemplo desse tipo de serviço é oferecido pelo *Google News* que apresenta informações selecionadas a partir de diversas fontes em todo o mundo e as apresenta aos seus leitores de forma organizada onde as notícias consideradas mais importantes aparecem em primeiro. Cf. <<http://news.google.com.br/>>. A descrição desse serviço dada pelo próprio *Google* refere que "O Google Notícias é um site automatizado de notícias. Manchetes de mais de 1.500 fontes de notícias em português no mundo todo são colhidas, organizadas segundo o assunto e exibidas de acordo com o interesse de cada leitor. Tradicionalmente, leitores de notícias escolhem primeiro uma publicação e só depois procuram as manchetes que os interessam. Nossa abordagem é diferente: queremos oferecer opções mais personalizadas e uma maior variedade de perspectivas. O Google Notícias primeiro oferece links para diversos artigos sobre um determinado tema. Ou seja, depois de escolher o tópico do seu interesse, você pode selecionar o jornal ou site de sua preferência e conhecer sua versão dos fatos. É só clicar no título do artigo que lhe interessa para ir diretamente ao site que publicou a matéria. Nossos artigos são selecionados e ordenados por computadores programados para

Dessa forma, ao invés de necessitar sintetizar tais informações, o papel do *gatewatcher*, em face do jornalismo *online*, é o de reunir as informações e repassar aos leitores os *links* onde elas podem ser encontradas. Além disso, outro aspecto interessante desse fenômeno é que em face da descentralização da informação torna-se possível que os próprios leitores auxiliem nesse processo ao também publicar as suas interpretações para aquela informação. Em face disso, Axel Bruns sustenta, ainda, que esses “bibliotecários” também se encontram inseridos no processo de publicação de informações e não somente de sistematização das fontes. Por essa razão, o papel do *gatewatching* favorece uma dinâmica de troca de informações que potencializa a capacidade de comunicação interpessoal horizontal por meio de *links* interativos existentes em certos sites (principalmente em *blogs*) que permitem o envio de uma notícia com comentários pessoais para outras pessoas.

Em síntese, a proposta de Axel Bruns confere novo olhar ao *newsmaking online*, ao propiciar diversos pontos de discussão e de reflexão. O autor observa ainda que o *gatewatching* deve ser compreendido mediante uma análise de *site para site*, tendo em vista que em alguns casos ele suplanta por completo as práticas tradicionais de *gatekeeping* e, em outros, o complementa de maneira significativa.⁷⁸⁰ O autor também observa que o modelo do *gatewatching* pode ser descrito como um modelo de jornalismo participativo (*participatory journalism*)⁷⁸¹ devido aos diversos pontos de vista expressados pelos participantes da

avaliar, dentre outras variáveis, com que frequência e em que sites um artigo é veiculado on-line. Resultado: as matérias são selecionadas sem considerar a linha editorial ou ideologia da fonte, e você pode ler diferentes perspectivas sobre o mesmo assunto. Continuaremos a aperfeiçoar o Google Notícias adicionando fontes, melhorando nossa tecnologia e estendendo nosso serviço a leitores em outras regiões”. SOBRE o Google Notícias. Disponível em: <http://news.google.com.br/intl/pt-BR_br/about_google_news.html> Acesso em: 26 mar.2010.

⁷⁸⁰ Interessante ressaltar que Axel Bruns compreende que o *gatewatcher* continua a ser uma espécie de *gatekeeper*, tendo em vista que mantém controle sobre o que incluir ou não em sua “biblioteca”. Por outro lado, o *gatewatcher* apresenta algumas peculiaridades interessantes. Uma dessas peculiaridades é a possibilidade de veiculação de informações mais profundas em face da potencial exploração das fontes diretamente pelos leitores e, outra peculiaridade, é que o processo de coleta de notícias torna-se mais transparente tendo em vista que os leitores podem verificá-las por si próprios pois são, inclusive, estimulados a fazer tal conferência. Cf. BRUNS, Axel. *Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News. Media International Australia, Incorporating Culture & Policy*. v. 107, maio 2003, p. 31-44

⁷⁸¹ Um exemplo dado pelo autor para a abordagem colaborativa do *gatewatching* é o *site* MediaChannel.org. Trata-se de um site que combina os relatórios sobre questões relacionadas a mídia com uma rede de mais de mil meios de comunicação alternativos filiados em todo o mundo [até o início de 2010 haviam 1107 afiliados]. BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. Nova York: Peter Lang, 2005. p.141-150. No Brasil, essa rede encontra-se vinculada ao Centro de Mídia Independente (CMI). Segundo a definição disponível em seu *site*, o CMI Brasil “é uma rede de produtores e produtoras independentes de mídia que busca oferecer ao público informação alternativa e crítica de qualidade que contribua para a construção de uma sociedade livre, igualitária e que respeite o meio ambiente. O CMI Brasil quer dar voz a quem não têm voz constituindo uma alternativa consistente à mídia empresarial que frequentemente distorce fatos e apresenta interpretações de acordo com os interesses das elites econômicas, sociais e culturais. A ênfase da cobertura é sobre os movimentos sociais, particularmente, sobre os movimentos de ação direta (os “novos movimentos”) e sobre as políticas às quais se opõem. A estrutura do site na internet permite que qualquer pessoa disponibilize

audiência que conduzem a uma cobertura multifacetada e com multiperspectivas acerca dos eventos noticiados.⁷⁸²

Por fim, o autor alerta para a constatação de que grandes partes dos *links* presentes nos *sites* analisados em sua obra remetem para notícias produzidas pela mídia profissional. Ou seja, apesar de o *gatewatcher* efetuar as ligações e análise de certas informações, ainda há uma dependência quanto à produção das notícias pelos meios de comunicação estabelecidos profissionalmente. Essa dependência, apesar de se encontrar num processo de diminuição em face da emergência do chamado jornalismo participativo, acaba desempenhando uma função interessante para tais meios tradicionais. Ou seja, na medida em que mais comentários são realizados a partir dessas notícias, maior será a capacidade de circulação e visibilidade que o assunto ganhará junto à *Internet* e, conseqüentemente, garantirá uma sobrevivência a essa informação maior do que se ela estivesse tão somente num meio tradicional (jornal impresso, por exemplo), ou no *site* do próprio jornal *online*, que por vezes mantém um acesso ilimitado às notícias somente para os seus assinantes.

Após analisadas algumas das implicações e desafios que o jornalismo participativo apresenta, mostra-se necessário avançar para a compreensão de como os *blogs* interagem na prática jornalística e se fortalecem enquanto fonte de informação e interação social junto à *Internet*.

3.5.3 O jornalismo na era da blogosfera e a emergência dos blogs como fonte de informação

Apesar de a *Internet* ter sido inaugurada de forma mais ampla no início dos anos 1990, propiciando um espaço para a publicação da informação em âmbito global, a forma de inserção dessas informações ficava restrita somente àqueles que conhecessem a “linguagem” da rede. Ou seja, era preciso conhecimento específico em programas que editavam a criação de *websites* para conseguir publicar as informações junto à *Internet*. Foi somente com o

textos, vídeos, sons e imagens tornando-se um meio democrático e descentralizado de difusão de informações”. SOBRE o Centro de Mídia Independente. Disponível: <<http://www.midiaindependente.org/pt/blue/static/about.shtml>> Acesso em 15 mar.2010. Por fim, cumpre ressaltar, ainda, que o *Independent Media Center* (CMI ou Indymedia) foi criado por um grupo de ativistas para cobrir as manifestações contra a Organização Mundial do Comércio em Seattle em 1999. Com o sucesso na cobertura feita por voluntários munidos de câmeras e gravadores, o CMI ganhou notoriedade e gerou projetos semelhantes no mundo inteiro, inclusive no Brasil. Cf.Independent Media Center. Disponível em: <<http://www.indymedia.org>> Acesso em: 15 mar.2010.

⁷⁸² BRUNS, Axel. **Gatewatching**: collaborative online news production. Nova York: Peter Lang, 2005. p. 2.

surgimento dos *weblogs* ou *blogs*⁷⁸³ que, pela primeira vez, se criou um espaço de publicação de fácil manuseio rompendo com os obstáculos técnicos que impediam a uma grande parcela dos internautas a participar da criação da rede.

José Luis Orihuela⁷⁸⁴ afirma que os “[...] *blogs* são páginas pessoais da web que, à semelhança de diários on-line tornaram possível a todos publicar na rede”.⁷⁸⁵ Além disso, tendo em vista que se trata de uma publicação *online* focalizada mais no usuário e nos conteúdos, não mais presa a conhecimentos de programação ou no design gráfico, os *blogs* permitiram uma multiplicação no “leque de opções dos internautas de levar para a rede conteúdos próprios sem intermediários, atualizados e de grande visibilidade para os pesquisadores”.⁷⁸⁶

O funcionamento de um *blog* é bastante simples, tendo em vista que o seu principal elemento são as anotações (*posts*) ordenadas seguindo uma ordem cronológica inversa. Além disso, cada anotação possui um “endereço URL permanente (*permalink* ou *link* permanente), o que facilita sua conexão a partir de sites externos”.⁷⁸⁷ Outra característica peculiar é que as informações podem ser arquivadas “cronológica (por meses e anos) e tematicamente (por categorias) e é possível ter um buscador interno para tornar sua localização mais fácil”.⁷⁸⁸

Por isso, os *blogs* apresentam uma novidade formal, tendo em vista que a disposição do seu conteúdo foge do modelo tradicional baseado na hierarquização da informação de acordo com a sua importância para priorizar a informação mais recente. Os *blogs*, essencialmente, requerem uma atualização contínua e, portanto, pela sua simplicidade e agilidade para publicação de novos conteúdos, conseguem realizar um “antigo fetiche

⁷⁸³ “O termo “weblog” foi primeiramente usado por Jorn Barger, em 1997, para referir se a um conjunto de sites que “coleccionavam” e divulgavam links interessantes na web [...] Daí o termo “web” + “log” (arquivo web), que foi usado por Jorn para descrever a atividade de “logging the web”. Naquela época, os *weblogs* eram poucos e quase nada diferenciados de um site comum na web”. AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel Recuero; MONTARDO, Sandra Portella. *Blogs: mapeando um objeto*. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 28.

⁷⁸⁴ José Luis Orihuela é Doutor em Ciências da Informação e mestre em Jornalismo, professor da Faculdade de Comunicação na Universidade de Navarra (Espanha).

⁷⁸⁵ ORIHUELA, José Luis. *Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade*. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 2.

⁷⁸⁶ *Ibidem*.

⁷⁸⁷ *Ibidem*, p. 3.

⁷⁸⁸ *Ibidem*, p. 4.

jornalístico: vencer o tempo”.⁷⁸⁹ Ou seja, enquanto os jornais tradicionais ainda necessitam de um tempo maior até levar ao público a notícia, os *blogs* conseguem isso em tempo recorde. Depois de publicada na *Internet*, a informação-notícia veiculada nos *blogs* resiste aos efeitos do tempo, pois, enquanto no jornal tradicional o contato com a notícia pelo público não dura mais do que alguns dias, a informação presente na *Internet* fica disponível para eventuais consultas futuras, representando, com isso, uma permanência à disposição do leitor muito mais significativa do que aquilo que foi apenas disponibilizado pela mídia tradicional impressa.

A seguir, a figura 7 representa um exemplo de *blog* com uma listagem das informações arquivadas e classificadas por mês e a figura 8 apresenta a página inicial do *site* *Blogger* que é um dos principais a oferecer esse tipo de serviço gratuitamente.

Figura 7 – Blog do Centro Estudantil de Relações Internacionais



Centro Estudantil de Relações Internacionais
C . E . R . I

SEGUNDA-FEIRA, 9 DE JULHO DE 2007

Pensando em Relações Internacionais



Nos dias 2, 3, 5 e 6 de julho, o CER I organizou, também no Auditório da FCE, o ciclo de palestras **Pensando em Relações Internacionais**, com o objetivo de divulgar o curso de Relações Internacionais da UFRGS entre alunos de ensino médio e demais interessados nos assuntos discutidos. No primeiro dia, o Prof. Marco Cepik tratou da Segurança na América Latina. Na terça-feira, foi a vez do Prof. José Miguel abordar a temática das Disputas de poder entre os EUA e a China. Quinta-feira, dia 5, o Prof. André Cunha tratou da Economia Internacional no século XXI. E, para fechar o ciclo em grande estilo, na sexta-feira dia 6, recebemos o Prof. Paulo Vizontini para tratar da Política Externa

ARQUIVO DO BLOG

- ▶ 2010 (1)
- ▶ 2009 (5)
- ▶ 2008 (4)
- ▼ 2007 (8)
 - ▶ Outubro (1)
 - ▼ Julho (4)
 - V Jornadas de Historia de las Relaciones Internaci...
 - UFRGSMUN 2007
 - Pensando em Relações Internacionais
 - Ainda sobre a Semana Acadêmica...
- ▶ Junho (3)



Fonte: CENTRO Estudantil de Relações Internacionais. Disponível em: <<http://ceriufgrs.blogspot.com>>

⁷⁸⁹ ESCOBAR, Juliana Lúcia. Blogs como nova categoria de webjornalismo. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 232.

Figura 8 – Página inicial do site *Blogger*



Fonte: *BLOGGER*. Disponível em <<http://www.blogger.com/home>>

Outro aspecto interessante a ser frisado relaciona-se com um elemento que diferencia o *blog* dos demais tipos de sites: a possibilidade de inserção de comentários nas informações veiculadas. Apesar da importância que o espaço para comentários representa é possível encontrar alguns *blogs* que fogem a essa regra e, em razão disso, devem ser considerados como “pseudo-*blogs*”.

Um exemplo desse tipo é o “*Blog do Planalto*”, criado em 31 de agosto de 2009 pela Presidência da República e que não dispõe de espaço para comentários dos leitores sobre o seu conteúdo. Em resposta a essa omissão, já no dia seguinte à sua inauguração foi criado um “clone” – uma página não oficial – que mostra exatamente os mesmos textos da versão original, contudo, disponibilizando espaço para comentários.

A responsável pela criação do “*blog clone*”, Daniela Silva, disse, em entrevista ao *site* G1, que considera muito grave a ausência de espaço para comentários, pois isso é algo já consagrado no universo dos *blogs* sendo que, em sua opinião, “quando um governo quer

imprimir transparência à ação governamental, você não pode ignorar canais”.⁷⁹⁰ A assessoria da Presidência da República, por sua vez, manifestou-se informando que não irá tomar nenhuma iniciativa com relação a esse fato, por “considerar que a *Internet* é um território livre e que a cópia dos textos está dentro das regras estabelecidas.”⁷⁹¹

Abaixo é possível verificar a semelhança entre os *blogs*.

Figura 9 – Blog oficial do Planalto

Fonte: *BLOG* do Planalto. Disponível em: <<http://www.blog.planalto.gov.br>>

⁷⁹⁰ CRIADORA de clone do 'Blog do Planalto' critica falta de comentário no original. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL1293150-5601,00.html>> Acesso em: 2 abr.2010.

⁷⁹¹ “O "Blog do Planalto" usa as licenças "Attribution" e "ShareAlike" de um sistema conhecido como Creative Commons - um regime de licenças de uso de conteúdo intelectual, no qual o autor abdica de alguns direitos de criação para permitir o uso e o compartilhamento do material pelo público. No caso do "Blog do Planalto", qualquer pessoa pode utilizar todo o conteúdo publicado no blog, desde que dê crédito ao autor original dos textos (como previsto na licença "Attribution") e permita a redistribuição do material pelo mesmo modelo ("ShareAlike"). Cf. CRIADORA de clone do 'Blog do Planalto' critica falta de comentário no original. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL1293150-5601,00.html>> Acesso em: 2 abr.2010.

Figura 10 – Clone do *Blog do Planalto*



Fonte: CLONE do *Blog do Planalto*. Disponível em: <<http://planalto.blog.br/>>

Esse exemplo demonstra que o atual governo brasileiro se equivoca ao buscar uma ferramenta no intuito de interagir com a população retirando-lhe a funcionalidade intrínseca a esse tipo de mídia. Ao mesmo tempo, é um caso que se mostra curioso, pois a reação a essa atitude foi extremamente rápida e veio demonstrar explicitamente que o movimento de interação na *Internet* é algo que veio para ficar e tende a se fortalecer cada vez mais.

Continuando com a compreensão sobre o fenômeno da emergência dos *blogs* como uma nova mídia e como fonte de informação e, em face das características até então apontadas, é possível afirmar que o *blog*, como meio de comunicação, “[...] consegue fazer que o processo de publicação na rede seja quase completamente transparente e praticamente simultâneo à escrita”.⁷⁹² Essa dinamicidade é um dos motivos que levaram os *blogs* a se destacarem em situações excepcionais.

Grande parte dos pesquisadores sobre *blogs* apontam para certos acontecimentos de repercussão mundial como sendo marcantes para a popularização dessa forma de informação em rede. Os principais exemplos desse papel dos *blogs* puderam ser vistos durante os atentados de 11 de setembro, Guerra do Iraque⁷⁹³, campanha presidencial dos Estados Unidos, os atentados terroristas em Madri de 11 de março, dentre outros. A cobertura desses fatos por essa nova mídia “ressaltaram a importância informativa dos *blogs* como fontes complementares, alternativas e críticas diante da mídia tradicional”.⁷⁹⁴

José Luis Orihuela destaca também o crescente papel dos *blogs*, ao referir, por exemplo, que “as credenciais concedidas aos *blogueiros*”⁷⁹⁵ durante as convenções democratas e republicanas de 2004, nos Estados Unidos, assinalam um ponto de singular importância no processo de reconhecimento dos *blogs* como atores midiáticos”.⁷⁹⁶

Essa importância⁷⁹⁷ e reconhecimento, todavia, não se desenvolve uniformemente em todos os países, pois em muitos deles essa é uma categoria que ainda não goza de um *status* bem definido e, em outros, há forte censura a esse tipo de crítica exercida por meio desse tipo de *site*. No Brasil, por exemplo, ainda não há uma abertura considerável para os *blogueiros* realizarem cobertura de certos eventos, apesar do inegável serviço que muitos

⁷⁹² ORIHUELA, José Luis. Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs**: revolucionando os meios de comunicação. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 7.

⁷⁹³ No que se refere à Guerra do Iraque (2003) diversos estudos apontam para a forte influência política que os blogs tiveram nesse episódio visando manifestar contrariedade a essa postura bélica. O blog *MoveOn* é apontado como um dos primeiros a manifestar internacionalmente e de forma desvinculada das grandes mídias tradicionais de massa, essa contrariedade a guerra. Cf. MoveON.org: Democracy in action. Disponível em: <<http://www.moveon.org>>

⁷⁹⁴ ORIHUELA, José Luis. Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs**: revolucionando os meios de comunicação. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 7.

⁷⁹⁵ Blogueiro é a expressão utilizada no Brasil para se referir àquela pessoa que escreve e é responsável por algum *blog*.

⁷⁹⁶ ORIHUELA, José Luis. *Op. cit.* p. 7.

⁷⁹⁷ Segundo José Luis Orihuela “a importância relativa dos blogs em relação a outros atores tem menos a ver com a popularidade (número de visitas e quantidade de comentários por história) e mais com sua influência potencial ou centralidade (média ponderada de links de entrada e saída), já que esse segundo elemento é o que lhes confere alva visibilidade diante dos buscadores e dentro da própria comunidade da blogosfera”. *Ibidem*, p. 8.

blogs desempenham. O interessante, contudo, é notar que o papel dos *blogs*, enquanto meios de manifestação política,⁷⁹⁸ causa em certos países reações extremas. No Irã, por exemplo, tem sido bastante comum a prisão de *blogueiros* que lutam contra a censura e filtragem de informações na *Internet*. Desde as eleições presidenciais de 12 de junho de 2009, as autoridades iranianas já prenderam diversos jornalistas e ativistas políticos e também *blogueiros*.⁷⁹⁹

De qualquer forma, é cada vez mais perceptível que os *blogs* possibilitaram que as pessoas manifestassem sua insatisfação (e até indignação) com certos fatos políticos e até mesmo com a própria forma como a mídia tradicional se comporta. Leonardo Foletto refere que muitos *blogs* se transformaram em “observatórios da imprensa” ao se manterem “atentos a cada passo da mídia tradicional”.⁸⁰⁰ Em face disso, sustenta que os *blogs* podem, muito mais facilmente e com mais liberdade, apontar os erros cometidos pela mídia tradicional e, dessa forma, se transformar em “poderosos antídotos contra o jornalismo descuidado”.⁸⁰¹ O autor entende, ainda, que “a mídia tradicional sentindo-se mais fiscalizada, pode optar por critérios mais claros na hora de escolher o que é ou não notícia, assim como em sua relação com grande público”.⁸⁰²

Esse é, portanto, um dos novos cenários que os estudos da comunicação política internacional precisarão compreender para se adaptar a todas essas novas funcionalidades que a *Internet* apresenta cada vez com mais intensidade. O desafio é imenso, pois, conforme visto até o momento, a compreensão e reconhecimento da mídia tradicional junto às relações internacionais já se mostra precária e, por certo, a análise das novas mídias exigirá um esforço ainda maior.

Cumprido destacar, também, que a importância e dimensão que os *blogs* assumiram

⁷⁹⁸ “No campo da política, a rede mundial de computadores se configura como importante espaço de informação, debates e interações entre os diversos atores sociais. As diversas possibilidades da internet trazem uma nova dinâmica para as relações políticas, introduzindo novas práticas, atores e sociabilidades mediadas por essas NTICs [Novas Tecnologias de Informação e Comunicação]. [...] A mídia tradicional é uma fonte de informação vertical, ou seja, dos emissores para os receptores. As NTICs, por sua vez, agregam a essa relação a possibilidade de os receptores serem produtores de informações, além de permitirem a interação. PENTEADO, Cláudio; SANTOS, Marcelo dos; ARAÚJO, Rafael Araújo. O movimento Cansei na blogosfera: o debate nos blogs de política. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p.135-136.

⁷⁹⁹ IRÃ: Nova onda de prisões de blogueiros. Disponível em: <<http://pt.globalvoicesonline.org/2010/03/24/irnova-onda-de-prisoes-de-blogueiros>> Acesso em: 25 mar.2010.

⁸⁰⁰ FOLETTO, Leonardo. Blogosfera X Campo Jornalístico: aproximação e conseqüências. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 205.

⁸⁰¹ *Ibidem*.

⁸⁰² *Ibidem*.

(e certamente assumirão ainda mais) levaram até mesmo ao surgimento da expressão “*blogosfera*”, que sintetiza essa atual fase da comunicação e o espaço ocupado pelos *blogs*.

Segundo Orihuela

[..] as funções da da *blogosfera* são múltiplas: um filtro social de opiniões e notícias, um sistema de alerta prévio para as mídias, um sistema de controle e crítica dos meios de comunicação, um fator de mobilização social, um novo canal para as fontes convertidas em mídias, um novo formato aplicável às versões eletrônicas dos meios tradicionais para as coberturas extensas, catástrofes e acidentes, um enorme arquivo que opera como memória da web, o alinhamento privilegiado e sua alta densidade de links de entrada e saída e, finalmente, a grande conversação de múltiplas comunidades cujo objetivo comum é o conhecimento compartilhado. [...] Por essas razões, a *blogosfera* é considerada um bom sistema para se medir o pulso da opinião dominante na *Internet* sobre quase qualquer tema e, por sua vez, se converteu em um indicador de relevância das notícias e opiniões publicadas pelas versões eletrônicas dos meios tradicionais. Ela está convertendo em um sistema de controle e crítica dos meios tradicionais e na caixa de som da opinião política da rede. [...] A *blogosfera* faz parte do novo cenário midiático e complementa as funções dos meios de comunicação tradicionais ao trazer textura e ponto de vista pessoal ao modo como os temas da atualidade são abordados, uma vez que gera agendas paramidiáticas (que extrapolam a comunicação) de grande interesse para as comunidades especializadas.⁸⁰³

Talvez seja por essa emergência e fortalecimento da *blogosfera* que muitos *sites* construídos na plataforma tradicional (chamada de *web 1.0*) aos poucos se transformaram e se adaptaram ao padrão dos *blogs* (*web 2.0*). Dessa forma, muitos *sites* começaram a inserir a possibilidade de interação entre os seus leitores ou até mesmo a se renovar integralmente e se reconstruir no formato de *blog*.

Ao se analisar o conteúdo dos mais diversos *blogs* percebe-se que existem inúmeros exemplos de como essa interação pode ocorrer. De acordo com o tipo de *site* consultado e do assunto tratado pode-se identificar uma participação mais consciente e ativa ou uma participação totalmente desinteressada, sem estabelecimento de um diálogo virtual propriamente dito.

Venício de Lima,⁸⁰⁴ num artigo publicado em 11 de março de 2008 no *site* do Observatório da Imprensa e intitulado “A *Internet* e os novos formadores de opinião” propicia uma verificação do que foi afirmado anteriormente ao permitir essa interação sobre a questão do próprio papel da *Internet* junto aos seus usuários. O autor focaliza sua análise no papel da mídia durante as eleições e refere que “são muitas as explicações que tentam dar conta das

⁸⁰³ ORIHUELA, José Luis. *Op. cit.* p. 9-10.

⁸⁰⁴ O autor é pesquisador sênior do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Política (NEMP) da Universidade de Brasília e autor/organizador, entre outros, de *A mídia nas eleições de 2006*, publicado em 2007, pela Editora Fundação Perseu Abramo.

mudanças importantes que estamos assistindo na capacidade de influência direta da grande mídia na percepção política e no comportamento eleitoral da população brasileira".⁸⁰⁵

Diante disso, o autor passa a questionar como as inovações tecnológicas vêm contribuindo para a desestruturação o poder dos tradicionais formadores de opinião. Para Venício, essa desestruturação é resultado do crescimento no acesso à *Internet*, considerado para ele "um meio de comunicação com características radicalmente distintas da velha comunicação de massa" pois permite interatividade ao invés da mera unidirecionalidade da informação.⁸⁰⁶

Além disso, o autor compreende que os tradicionais formadores de opinião estão sendo substituídos por outros líderes que se utilizam da *Internet* para apresentar suas posições. Isso, conclui Venício, é o resultado do inegável sucesso que alguns *blogs* vêm alcançando com uma incrível capacidade de multiplicação das informações e análises que tornam cada vez mais visível esse processo de deslocamento da formação da opinião mediada pela mídia tradicional para uma versão dialogada emergente graças à *Internet*.

Todavia, o mais curioso nesse artigo são justamente os comentários⁸⁰⁷ deixados pelos visitantes do site construído no formato de *blog*. Muitos desses comentários complementam fortemente o conteúdo do artigo e encorajam um debate entre pessoas com posições contrárias e que sequer se conhecem e encontraram na *Internet* a possibilidade de manifestar sua opinião sobre a própria *Internet* enquanto ferramenta de formação da opinião pública.

Dois comentários realizados ao artigo merecem uma atenção especial, pois demonstram o grau de interatividade e reflexão que os usuários podem desenvolver graças à facilidade de interação do *blog*. Um desses comentários foi feito pelo policial militar Marcos

⁸⁰⁵ LIMA, Venício A. de. A internet e os novos "formadores de opinião". **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=476JDB002>> Acesso em: 28 mar.2008.

⁸⁰⁶ *Ibidem*.

⁸⁰⁷ Ao permitir a inserção de comentários nos artigos cada blog cria mecanismos de controle para evitar proliferação de mensagens indevidas. Raros são os sites que permitem uma publicação automática dos comentários sem a realização de um filtro prévio. No caso do Observatório da Imprensa, ao se buscar comentar algum artigo, surge uma explicação sobre o funcionamento desse espaço com o seguinte teor: "Este é um espaço de diálogo e troca de conhecimentos que estimula a diversidade e a pluralidade de idéias e de pontos de vista. Não serão publicados comentários com xingamentos e ofensas ou que incitem a intolerância ou o crime. Os comentários devem ser pertinentes ao tema da matéria e aos debates que naturalmente surgirem. Mensagens que não atendam a essas normas serão deletadas – e os comentaristas que habitualmente as transgredirem poderão ter interrompido seu acesso a este fórum. ATENÇÃO: Será necessário validar a publicação do seu comentário clicando no link enviado em seguida ao endereço de e-mail que você informou. Só as mensagens autorizadas serão publicadas. Este procedimento será feito apenas uma vez para cada endereço de e-mail utilizado." Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br> > Acesso em: 28 mar.2008.

Simões, residente em São Vicente, SP, no dia 16 de março de 2008, às 22h02min, o qual se refere ao artigo no seguinte sentido:

No período prè-Internet, a maioria da população se deixava levar pela opinião dos (de)formadores do único modelo de imprensa que existia: a tradicional [sic] (escrita, falada e televisada). Não havia, e não há, o contraponto, o outro lado, como manda o bom jornalismo. Mas, naquele tempo, não havia possibilidade de se conhecer os fatos sonegados e omitidos da sociedade. Era manipulação e enganação pura. Com a advento da Internet, essa relação com o pensamento único dos meios tradicionais foi rompida. O cidadão, através dos blogues e sítios independentes, passou a ler o que a imprensa nunca divulgou. Há que se concordar que ninguém gosta de ser enganado, ludibriado. A imprensa tradicional ainda não percebeu isso, e cai no ridículo. Se houve apoio ao que os meios divulgavam sobre o (des)governo FHC e assemelhados é porque não existia o contraponto. Como fazer a comparação? Diferente do hoje em dia. Não á fácil ler um jornalão ou uma revisteca e ver a mentira estampada como fato real. Assistir à tv ou ouvir nas rádios matérias manipuladas. Claro que isso tem um objetivo sórdido. Mas o cidadão repudia esse objetivo vil da imprensa tradicional. Não leio jornal nem assisto à tv. Não leio revista nem ouço rádiojornalismo. Informação só na Internet, nos sítios e blogues desvinulados dos meios de (des)informação. Creio que a maioria dos brasileiros, hoje, fazem isso.⁸⁰⁸

É possível perceber a crítica aos tradicionais meios de informação e a importância conferida à pluralidade de informações que a *Internet* propicia. Certamente, outros leitores também concordam com a opinião expressada por Marcos Simões, porém, foi o aposentado José Simões Simões, de Nova Friburgo, RJ, que enviou um comentário no dia 27 de março de 2008, às 22h27min, manifestando expressamente sua opinião e concordando com o comentário realizado por Marcos Simões.

Olá amigos! Concordo plenamente com o comentário do Sr. Marco Simões, e faço minha suas palavras. Também não leio mais jornais, nem revistas, e meu único meio de informação é a Internet. Louvo o programa do Governo sobre inclusão digital, e espero que a cada dia o percentual de acesso cresça, pois segundo informações já somos 45 milhões a acessar a Internet. Aos antigos jornalões e revistões, (de)formadores de opinião, um aviso. Suas falências estão próximas, a menos que mudem de enfoque, e façam um jornalismo profissional e honesto, pois não podemos abrir mão de uma imprensa séria, se queremos uma democracia forte. Alguns dizem que na democracia, quem detém o poder econômico [sic], detém o poder político. Será? Espero que para o nosso bem e nosso futuro, quanto mais brasileiros tiverem acesso a Internet, tenho certeza que esta afirmativa jamais será válida. E um último desejo: Que possamos sempre ser o contraponto e o contraditório, pois só assim estaremos estabelecendo as bases de uma verdadeira

⁸⁰⁸ SIMÕES, Marcos. Comentário ao artigo de Venício A. de Lima. In: LIMA, Venício A. de. A internet e os novos "formadores de opinião". **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=476JDB002>> Acesso em: 28 mar.2008.

democracia. Um abraço J. Simões.⁸⁰⁹

Esses dois comentários são uma amostra, apesar de muito pequena, dos inúmeros comentários existentes na rede, mas que já servem para demonstrar algo que os próprios jornais e teóricos da comunicação já apontam: a queda na circulação dos jornais e na sua credibilidade. Estudos recentes realizados no Brasil apontam que essa queda é cada vez mais acentuada, enquanto que o crescimento da *Internet* é bastante expressivo, conforme se pode observar a partir das figuras a seguir apresentadas.

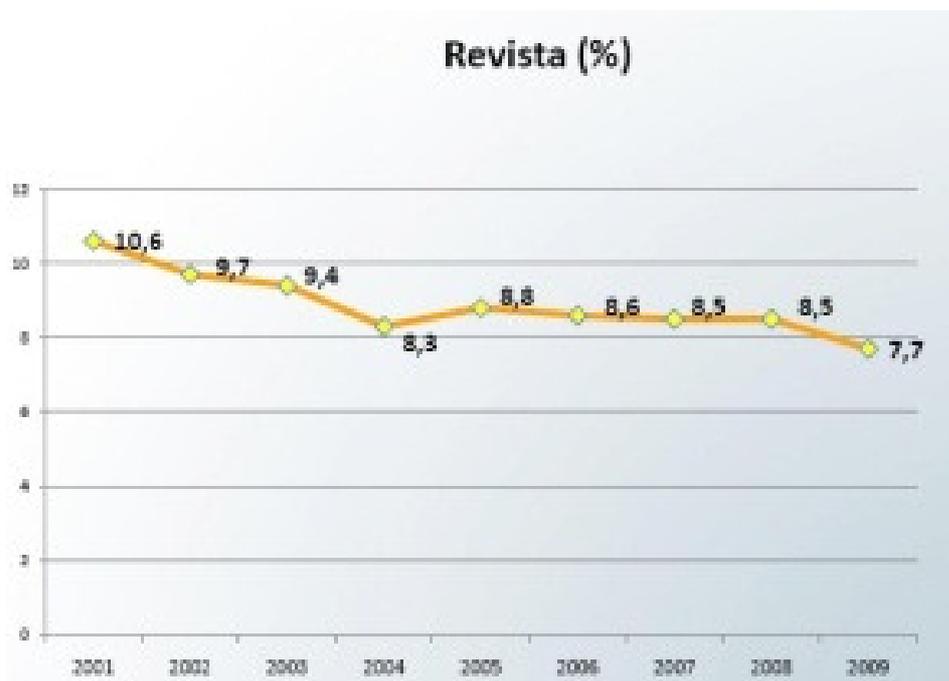
Figura 11 – Evolução do mercado de jornais no Brasil



Fonte: INTERACTIVE advertising bureau – IAB Brasil. **Indicadores de mercado 2010**. Disponível em: <http://www.iabbrasil.org.br/indicadores/Indicadores%20IAB%20Brasil_mar2010.pdf> Acesso em 28 mar.2010.

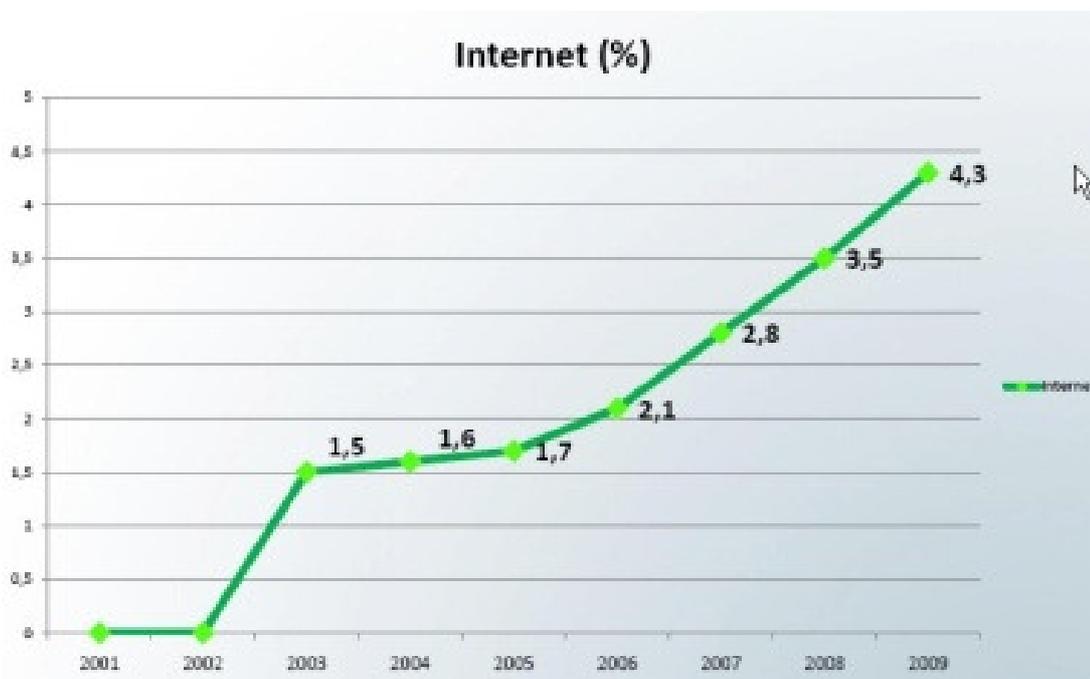
⁸⁰⁹ SIMÕES, José Simões. Comentário ao artigo de Venício A. de Lima. In: LIMA, Venício A. de. A internet e os novos "formadores de opinião". **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=476JDB002>> Acesso em: 28 mar.2008.

Figura 12 – Evolução do mercado de revistas no Brasil



Fonte: INTERACTIVE advertising bureau – IAB Brasil. **Indicadores de mercado 2010**. Disponível em: <[http://www.iabbrasil.org.br/indicadores /Indicadores%20IAB%20Brasil_mar2010.pdf](http://www.iabbrasil.org.br/indicadores/Indicadores%20IAB%20Brasil_mar2010.pdf) >Acesso em 28 mar.2010.

Figura 13 – Evolução do mercado de *Internet* no Brasil



Fonte: INTERACTIVE advertising bureau – IAB Brasil. **Indicadores de mercado 2010**. Disponível em: <http://www.iabbrasil.org.br/indicadores/Indicadores%20IAB%20Brasil_mar2010.pdf >Acesso em 28 MAR.2010.

Segundo dados do *Interactive Advertising Bureau* (IAB Brasil), a *Internet* foi a mídia que mais cresceu em investimentos em 2009 no Brasil, obtendo crescimento de 25,2% em relação ao mesmo período de 2008. Mesmo num ano de crise, foi a mídia que manteve a tendência consistente de crescimento. Para o ano de 2010, a perspectiva é de que ao final do ano, os investimentos em mídia tenham crescido 30%. Isso representará 1,3 bilhões de reais, sendo que, em termos percentuais a *Internet* representará 5,1% dos investimentos em mídia.⁸¹⁰

Apesar de o aumento no acesso e investimento em *Internet* ser apontado como um dos fatores que interferiram na queda do volume de jornais e revistas impressos em circulação no país, a grande maioria dos especialistas aponta para a falta de credibilidade na mídia tradicional como o fator determinante para a atual situação. Claro que a emergência de *blogs* e *sites* de mídia alternativa e a prática do jornalismo participativo potencializam os efeitos da *Internet*, tendo em vista que enquanto nas novas mídias é possível se encontrar uma análise mais crítica dos acontecimentos, nos jornais tradicionais isso nem sempre ocorre, pois os mesmos possuem interesses políticos e econômicos envolvidos na forma como apresentam a notícia aos leitores.

Em face disso, percebe-se, cada vez mais, que a falta de credibilidade dos jornais, ausência de análises mais especializadas e uma definição mais transparente sobre a posição e opiniões da redação, associada à emergência de leitores mais críticos, fazem com que os consumidores exijam padrões mais elevados de jornalismo, prezando, principalmente, pela adoção de padrões éticos, transparentes e equilibrados na forma com que realizam a cobertura noticiosa.

Segundo Juan Varela, a crise de credibilidade pela qual passam os grandes meios de comunicação se deve ao fato de que os

[...] cidadãos os consideram excessivamente próximos dos poderes e muito distantes da realidade. O crescimento das grandes empresas (Big Media), resultando da concentração jornalística e com interesse em muitos meios, tanto informativos, quanto de entretenimento, derrubou o mito do jornalismo como defensor dos cidadãos e o substituiu por uma lógica empresarial impiedosa, às vezes disposta inclusive a trair as regras mais elementares do jornalismo.⁸¹¹

⁸¹⁰ INTERACTIVE advertising bureau – IAB Brasil. **Indicadores de mercado 2010**. Disponível em: <http://www.iabbrasil.org.br/indicadores/Indicadores%20IAB%20Brasil_mar2010.pdf> Acesso em: 28 mar.2010.

⁸¹¹ VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0 In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 76.

Por outro lado, no que tange à *Internet*, também não se pode afirmar que essa credibilidade é encontrada em todo e qualquer *site*. Existem muitas dúvidas sobre a veracidade das informações presentes na rede. O motivo de tal preocupação emerge a partir da constatação de que muitos *blogueiros* não se utilizam dos procedimentos adotados pela mídia tradicional, em especial, a de conferir a informação antes de publicá-la. Por essas razões, há quem questione se os *blogs* praticam jornalismo ou se é apenas uma forma de manifestação descompromissada da opinião de alguém? Contudo, essa premissa da conferência da fonte informativa nem sempre é seguida pelo jornal, pois conforme já analisado anteriormente, a prática jornalística contemporânea nem sempre permite esse tipo de conferência e, muitas vezes, a informação é apenas retransmitida tal qual foi recebida das agências de notícias.

De qualquer forma, é em meio a essas dúvidas e desafios que se nota a existência de uma aproximação acentuada da *blogosfera* com o jornalismo *online*. Leonardo Foletto observa que “alguns recursos utilizados comumente em jornais online tradicionais, como a interatividade, têm sua função questionada frente à liberdade com que a *blogosfera* se utiliza deles e, mais do que isso, os aproveita para criar novas discussões e trazer novas informações.”⁸¹² Em face disso, o autor ainda refere que o fato de haver um aumento na produção de notícias fora do jornalismo tradicional deve ser visto como uma possibilidade ímpar de diversificação de fontes noticiosas. Consequentemente, amplia-se a “percepção de que existem mais informações com valor noticioso do que a mídia hoje mostra”.⁸¹³ Para o autor, isso aponta para o chamado “jornalismo lateral” que propicia novos fatos para o cidadão, que também participa dessa construção das notícias, mas que até bem pouco tempo atrás estava acostumado tão somente com o “jornalismo horizontal” produzido seguindo as regras hierarquizadas da mídia tradicional.

O movimento causado pela expansão dos *blogs* e pela multiplicação da informação disponível na *Internet*, acaba por gerar uma pressão social quanto a uma maior qualidade da informação mas que atinge a própria publicação na rede. Assim, os próprios *blogs*, como todos os demais meios de comunicação de massa terão que “[...] assumir com responsabilidade a autoridade que seus leitores lhes atribuem”.⁸¹⁴

⁸¹² FOLETTO, Leonardo. Blogosfera X Campo Jornalístico: aproximação e conseqüências. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com**: estudos sobre blogs e Comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p.200.

⁸¹³ *Ibidem*, p.209.

⁸¹⁴ ORIHUELA, José Luis. Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs**: revolucionando os meios de comunicação. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 17.

No próximo tópico será dada continuidade à análise das novas mídias, porém, com o foco na interconexão existente entre elas. Os *blogs* e todas as demais formas de troca de informações na rede se utilizam dessa interatividade como forma de atração de audiência. As chamadas redes sociais, tais como *Orkut*, *Facebook*, *Twitter* e *Youtube* são um fenômeno que, conjuntamente com os *blogs*, revolucionam a forma como a informação circula e, conseqüentemente, a forma como as notícias também serão criadas. Diante das considerações feitas até o momento, no próximo tópico serão analisadas as interações que as referidas redes sociais propiciam para a ampliação da discussão de temas globais, causando uma influência, direta ou indireta, em certos aspectos das relações internacionais contemporâneas.

3.5.4 A interação por meio das redes sociais: a contribuição do *Orkut*, *Facebook*, *Twitter* e *Youtube* na discussão de temas globais

As redes sociais são definidas como redes de comunicação em que há existência de pelo menos dois elementos: os *atores*, que podem ser pessoas, instituições ou grupos (que formam os nós da rede); e as *conexões* ou interações sociais desenvolvidas dentro dessa rede. Dessa forma, uma rede é “uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores”.⁸¹⁵

Além disso, outra peculiaridade das redes é que sua abordagem encontra-se focalizada na própria estrutura social, razão pela qual não se mostra possível analisar isoladamente os atores sociais sem identificar as conexões estabelecidas entre eles. Os atores, portanto, formam um elemento essencial das redes sociais tendo em vista que são as pessoas efetivamente envolvidas na rede, pois se constituem como parte intrínseca desse sistema, atuando “de forma a amoldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais”.⁸¹⁶

Quando se trabalha com redes sociais na *Internet*, no entanto, os atores são constituídos de maneira um pouco diferenciada. Por causa do distanciamento entre os envolvidos na interação social, principal característica da comunicação mediada por

⁸¹⁵ RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 24.

⁸¹⁶ *Ibidem*, p. 25.

computador, os atores não são imediatamente discerníveis. Assim, nesse caso se trabalha com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço. Um ator, assim, pode ser representado por um *weblog*, por um *fotolog*, por um *Twitter* ou mesmo por um perfil no *Orkut*.⁸¹⁷ Por essa razão, Raquel Recuero afirma que as ferramentas como *blogs*, *Twitter* e *Orkut* podem não representar inicialmente, por si só, um ator social, mas sim, uma representação desses atores, tendo em vista que são espaços que, apesar de propiciarem interação, são considerados como “lugares de fala construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade”.⁸¹⁸

Constata-se que as redes sociais na *Internet* são um fenômeno com características muito peculiares e interessantes. Cada uma dessas diversas redes apresenta finalidades específicas e, em alguns casos, muito próximas entre si. Ao analisá-las a partir das relações internacionais ou sob um enfoque político, por exemplo, percebe-se que os diversos atores políticos nacionais e internacionais já se encontram presentes nessas redes por considerarem tal participação como algo imprescindível para poder interagir com o a opinião pública. Cada vez mais políticos e instituições governamentais passaram a participar dessas redes sociais e a dialogar com um público vasto e que busca se informar com muito mais ênfase por meio daquilo que circula na rede do que, em muitos casos, por aquilo que circula pela mídia tradicional.

Outro desafio que emerge ao se estudar as redes sociais é o de descobrir qual o impacto que as redes sociais podem causar, principalmente para o jornalismo, tendo em vista o que já foi analisado sobre essa área no presente estudo.

Isso já tem sido o foco de intensos debates, tanto que em 22 de setembro de 2009, para citar apenas um exemplo, foi realizado em Londres, o *Oxford Social Media Convention*, que reuniu representantes de institutos acadêmicos, de organizações de notícias e empresas de *Internet*.⁸¹⁹ Segundo Richard Sambrook, diretor da divisão de notícias internacionais da BBC, “[...] o impacto das mídias sociais no jornalismo é superestimado em curto prazo e subestimado a longo”.⁸²⁰ Ou seja, apesar de a mídia tradicional ter passado a usar as redes

⁸¹⁷ *Ibidem*, p. 25.

⁸¹⁸ *Ibidem*, p. 25-26.

⁸¹⁹ BUNZ, Mercedes. How social networking is changing journalism. **The Guardian**. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs>> Acesso em: 20 set.2009.

⁸²⁰ Tradução livre do original em inglês: “[...] the impact of social media was overestimated in the short term and underestimated in long term”. BUNZ, Mercedes. How social networking is changing journalism. **The Guardian**. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs>> Acesso em: 20 set.2009.

sociais, ainda pouco se discute sobre os efeitos que essas ferramentas terão em longo prazo.

Outros aspectos dessa relação foram lembrados durante o evento, especialmente, em relação ao papel que o jornalismo participativo vem alcançando, motivo pelo qual também precisa ser levado em consideração pela mídia tradicional. Um dos pontos de consenso a que se chegou durante a Convenção, foi o de que é preciso deixar claro que existe uma imensa diferença entre informação e notícia. Portanto, apesar de a *Internet* propiciar um grande leque de informações, para os estudiosos presentes no encontro, é somente por meio do jornalismo, mediante uma análise disciplinada e precisa do contexto em que o fato ocorreu, é que a informação se transforma verdadeiramente em notícia.

A partir desse contexto, e dada a pluralidade de redes existentes, foram escolhidas três delas (*Orkut*, *Facebook* e *Twitter*) para se analisar com mais atenção a sua funcionalidade e sua interação com os assuntos referentes a questões políticas e ligadas às relações internacionais.

a) *Orkut* e *Facebook*: redes sociais globais?

O *Orkut* foi criado em 24 de janeiro de 2004 e é filiado à empresa *Google Inc.*⁸²¹ O nome é originado de um dos engenheiros turcos do *Google*, chamado Orkut Büyükkökten. Inicialmente, o *Orkut* foi desenvolvido para o público norte-americano, mas atualmente a grande maioria dos usuários são indianos e brasileiros. No Brasil, segundo os dados do início do ano de 2010, já são mais de 25 milhões de usuários.⁸²² Do total de usuários do *Orkut*, 50,64% são brasileiros. Além disso, em comparação com as demais redes sociais utilizadas pelos brasileiros, o *Orkut* também se destaca, conforme demonstram as figuras a seguir:

Figura 14 – Percentuais de usuários do *Orkut* distribuídos por país

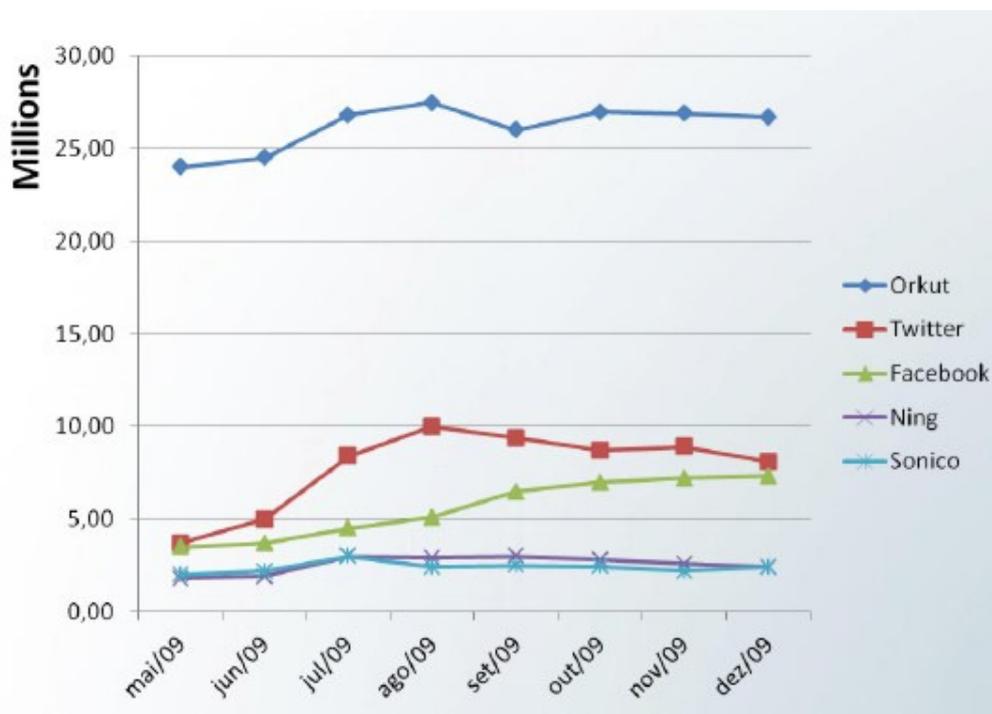
⁸²¹ O seu endereço na internet é <http://www.orkut.com>

⁸²² SOBRE o Orkut. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#About>> Acesso em: 3 abr.2010.



Fonte: DADOS demográficos. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#MembersAll>> Acesso em: 03 abr.2010.

Figura 15 – Participação em redes sociais no Brasil



Fonte: INTERACTIVE advertising bureau – IAB Brasil. **Indicadores de mercado 2010**. Disponível em: <http://www.iabbrasil.org.br/indicadores/Indicadores%20IAB%20Brasil_mar2010.pdf> Acesso em: 28 mar.2010.

A sua concepção sempre foi a de servir como uma rede social (*social network* ou *community websites*), ao facilitar o contato entre seus membros, bem como, auxiliá-los a conhecer novas pessoas. Em suas origens, o *Orkut* era um sistema que somente permitia o

cadastro de seu usuário se o mesmo tivesse sido convidado por outro usuário já cadastrado. Conforme refere Raquel Recuero, isso acabou "valorizando a entrada de atores, inclusive a venda de convites" em *sites* de vendas *online*.⁸²³

O *Facebook*,⁸²⁴ por sua vez, foi lançado em 4 de fevereiro de 2004 e teve como seu fundador Mark Zuckerberg, ex-estudante de Harvard. Inicialmente, o *site* era de uso restrito aos estudantes de Harvard, posteriormente foi aberto ao Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) e gradualmente a outras instituições de ensino dos Estados Unidos até que, em setembro de 2006, seu acesso foi autorizado a qualquer usuário. Atualmente, o *site* já conta com mais de 400 milhões de usuários que, no mesmo estilo do *Orkut*, criam um perfil que pode conter fotos e informações pessoais permitindo a troca de mensagens públicas ou privadas entre os usuários. A grande maioria dos seus usuários são norte-americanos (109 milhões) sendo que no Brasil esse número já atinge 3,2 milhões.⁸²⁵

O *Facebook* é considerado como a "primeira rede social global", tendo em vista que nunca um *site* de relacionamentos alcançou a liderança em tantos países tendo, inclusive, desbancado os líderes de usuários sendo que atualmente é preferência de 30% dos usuários de *Internet* no mundo. Além disso, a projeção de crescimento do *Facebook* é impressionante sendo que, somente em 2009, seu crescimento foi de 155%.⁸²⁶

A interação, tanto no *Orkut* quanto no *Facebook*, ocorre por meio de perfis que são criados individualmente com uma série de dados que podem ou não ser fornecidos pelo usuário. Esses diversos perfis, quando se combinam, formam uma grande rede social de amigos e comunidades. Com isso, surge a possibilidade de enviar mensagens para os amigos previamente cadastrados, criar álbuns de fotos que poderão ser compartilhados segundo critérios de divulgação estabelecidos pelo usuário.

Um dos problemas existentes, no que tange à possibilidade de criação de perfis pelos usuários dessas redes, é a criação de perfis falsos, chamados de *fakes*. O controle quanto à veracidade das informações é bastante precário e são bastante comuns os perfis de políticos, por exemplo, que não foram criados pelos próprios, configurando, com isso, uma nova forma de falsidade ideológica. Um exemplo disso é a existência de centenas de perfis junto ao *Orkut* e ao *Facebook* que afirmam ser do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, sem

⁸²³ RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 166.

⁸²⁴ O seu endereço na internet é <<http://www.facebook.com>>

⁸²⁵ Cf. <<http://www.facebook.com/facebook/?ref=pf#!/press/info.php?statistics>> Acesso em: 03 abr.2010.

⁸²⁶ UMA rede global com elementos locais. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/tecnologia,uma-rede-global-com-elementos-locais,2861,0.shtm>> Acesso em: 3 mar.2010.

que se possa saber exatamente qual deles é o verdadeiro, se é que existe algum.

Por outro lado, no *Facebook* já se encontram alguns perfis (verdadeiros!) de políticos de influência internacional.⁸²⁷ Um dos casos de maior repercussão referente à utilização do *Facebook* provém dos Estados Unidos, que, nas suas últimas eleições presidenciais, apresentou uma forte utilização desses recursos por seus candidatos. Barack Obama, por exemplo, soube se aproveitar muito bem das redes sociais.⁸²⁸ Foi por meio delas que conseguiu gerar 122 milhões de dólares em donativos, enquanto que o seu concorrente, John McCain, angariou apenas 27,7 milhões. A explicação para esse sucesso residiu em “[...] aproveitar as características de redes sociais em crescimento e motivá-las ao máximo, para que a coisa começasse a funcionar por si só”.⁸²⁹

O interessante, todavia, para o presente estudo não é analisar os perfis de certos atores dessas redes sociais, mas sim, a possibilidade de criação ou participação em comunidades junto ao *Orkut* e ao *Facebook*. O termo comunidade, segundo a concepção do *Orkut*, se refere a um grupo de pessoas ligadas por algum interesse em comum representada justamente pelo pertencimento a essa rede de interesses. Dentro dessas comunidades podem ser propostos tópicos de discussão onde cada usuário pode expressar sua opinião e todos os demais podem se manifestar a respeito do que foi escrito. A grande maioria das comunidades existentes no *Orkut* é do tipo aberta, ou seja, não exigem autorização para participação, mas há, contudo, algumas em que a participação fica condicionada a aceitação do usuário responsável pela criação daquela comunidade.

Ao se analisar a forma como ocorrem as interações dentro das comunidades, percebe-se que em muitas delas não existe uma discussão efetiva. Poucos são os tópicos criados e o nível de debate é bastante superficial. Mesmo em comunidades com um grande número de integrantes há uma inexpressiva participação, levando a concluir que para a maioria dos usuários o que mais importa é o sentimento de pertencimento a uma comunidade

⁸²⁷ O presidente francês Nicolas Sarkozy é um exemplo de perfil verdadeiro junto ao Facebook (<http://www.facebook.com/nicolassarkozy>). O próprio presidente já confirmou a sua autenticidade em diversas ocasiões, tanto que insere fotos de suas incursões políticas. Cf. SARKOZY põe foto no Facebook e diz que ajudou a derrubar Muro. **Folha Online**. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/bbc/ult272u649736.shtml>> Acesso em: 2 abr.2010.

⁸²⁸ Barack Obama, em seu perfil no Facebook (<http://www.facebook.com/barackobama>) conta com atualmente 8.020.784 fãs, ou seja, pessoas que o adicionaram como amigo e, com isso, recebem as informações, notícias e demais alterações que forem realizadas em seu perfil. O interessante é que o volume de fãs cresce diariamente. Uma observação realizada entre os dias 7 e 8 de abril de 2010 mostrou um crescimento de mais de 8 mil novos fãs.

⁸²⁹ CANÁRIO, Duarte. **E se as Primárias Americanas se decidissem na Web 2.0?** Disponível em: <<http://www.marketingtecnologico.com/marketingtecnologico/artigos/default.asp?id=47>> Acesso em: 3 abr.2010

e não a sua real participação e interação por meio de debate.

Alan Mocellim, que efetuou um estudo sobre o *Orkut*, chega a afirmar que mesmo em comunidades de filosofia, sociologia ou literatura, as quais se poderia pensar que, em tese, seriam destinadas a uma maior discussão, são bastante inativas. Tanto que “a maioria dos tópicos não tem sequer uma dezena de comentários, e somente os tópicos mais polêmicos conseguem ultrapassar cem comentários”.⁸³⁰

Segundo dados do próprio *Orkut*, já são mais de 46 milhões de comunidades, sendo que 40 milhões são configuradas para o idioma português (provavelmente feita por brasileiros). O número representa mais de dez vezes o inglês, que ocupa o segundo lugar no número de comunidades com quase quatro milhões.⁸³¹ Os números expressivos, contudo, não significam muito, conforme já referido. Uma prova disso é que a comunidade com mais membros do *Orkut*, criada em 17 de julho de 2004, e que possui atualmente 5.431.838 membros chama-se “Eu amo minha MÃE!”.⁸³² Ao se analisar como possivelmente ocorreriam as interações nessa que é a maior comunidade do *Orkut*, percebe-se que não há uma expressividade nas discussões e as que existem fogem totalmente ao foco da comunidade.

Em grande parte das comunidades *Orkutianas*, apesar de evocarem o compartilhamento de visões de mundo e interesses comuns, não há significativas responsabilidades mútuas. Além disso, não há significativa troca de idéias dentro das comunidades. A interação é bastante reduzida entre seus membros. Pode-se assim pensar que elas, ao invés de locais de discussão e de reunião em torno de objetivos e responsabilidades comuns, são formas de demonstrar os interesses dos usuários que delas participam. Os usuários confirmam essa idéia, admitindo realmente que não buscam participar de discussões, e que elas servem apenas como confirmação de seus gostos, hábitos, desejos.⁸³³

Essa postura dos usuários do *Orkut* lembra o que Bauman denomina de “vínculos sem conseqüências”, ou seja, laços breves que não vinculam verdadeiramente.⁸³⁴ O autor ainda sustenta que na modernidade líquida existe uma tendência de surgimento de novos tipos de comunidade em substituição àquelas de conteúdo ético, sendo, portanto, denominadas por

⁸³⁰ MOCELLIM, Alan. Internet e Identidade: um estudo sobre o website Orkut. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**. v. 3, n. 2, jan./jul., 2007. Disponível em: <http://www.emtese.ufsc.br/vol3_2art1.pdf> Acesso em: 5 abr.2010. p. 110.

⁸³¹ SPERTUS, Ellen. **A Comunidade Global**. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/03/comunidade-global.html>> Acesso em: 4 abr.2010.

⁸³² Cf. <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=176183>

⁸³³ MOCELLIM, Alan. Internet e Identidade... *Op. cit.* p.111.

⁸³⁴ BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003. p.67-68

ele de comunidades estéticas, por serem voláteis, passageiras, formadas em torno de eventos ou espetáculos que muito raramente se fundirão em interesse de um grupo verdadeiro, pois servem apenas para demonstrar um interesse individual a respeito de alguma coisa.⁸³⁵

Segundo Raquel Recuero, a expressão comunidade utilizada no *Orkut* "é usada sem a acepção teórica de comunidade virtual". A autora justifica que não acredita que "essas estejam presentes no *Orkut*. Trata-se, unicamente, de usar o termo através do qual o próprio sistema identifica esses grupos".⁸³⁶

Para se tentar demonstrar essas afirmações, ainda que não de uma forma profunda, se procurou identificar junto às comunidades com maior número de membros de algumas áreas relativas ao interesse da presente tese, alguma manifestação de interação ou pertencimento efetivo nessas comunidades do *Orkut*.⁸³⁷

As figuras abaixo apontam dados sobre essa análise, sendo que se percebe a confirmação do que os autores anteriormente referidos já sustentaram, ou seja, de que existe uma fragilidade das interações estabelecidas junto a essas comunidades, mesmo naqueles assuntos mais polêmicos e atuais como os ambientais.

Figura 16 – Meio Ambiente | Environment – comunidade virtual no Orkut



Meio Ambiente | Environment
<http://www.Orkut.com.br/Main#Community?cmm=50433>

- Criada em: 30 de abril de 2004
- Membros: 226.787
- Comentários no fórum de debates: diversas propostas de discussões, mas quase todas com postagens reduzidas (máximo de 293 comentários no caso da discussão “A água do planeta Terra vai fugir para Marte?”).
- Qualidade dos comentários: Discussões interessantes e, razoavelmente polêmicas sobre temas atuais, tais como aquecimento global, poluição, energia nuclear, havendo uma interação significativa entre os usuários perante os temas com mais comentários.

⁸³⁵ *Ibidem*.

⁸³⁶ RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. p.167.

⁸³⁷ Os dados relativos ao número de membros foram atualizados pela última vez em 30 de maio de 2010. Em algumas comunidades com a “Meio Ambiente | Environment” o acréscimo de usuários a cada dia é bastante significativo (cerca de 150 novas inscrições diárias), em outras, o ritmo é mais modesto, sendo observado, inclusive, um decréscimo no número de membros como caso da comunidade “Relações Internacionais”.

Figura 17 – Direito Ambiental – comunidade virtual no Orkut

The screenshot shows the Orkut community page for 'Direito Ambiental'. The page header includes navigation links like 'Inicio', 'Comunidades', 'Negócios', and 'Comunidades'. The main content area features a description of the community, its purpose, and a list of forum topics. The forum table shows the following data:

Tópico	postagens	última postagem
CORRESPONDENTES - NOVO POINT	2	07/04/10
Curso Delegado Federal Completo e Atualizado - LFG	1	07/04/10
CURSO ECOSISTEMA DE COSTÃO RICHOSO - Ilha Grande	2	07/04/10
Apliação de legislação em área urbana	12	07/04/10
Tema atual para TCC.	8	07/04/10

Additional information includes: 43.296 members, created on 22 de maio de 2004, and a list of related communities.

Direito Ambiental

<http://www.Orkut.com.br/Main#Community?cmm=67556>

- Criada em: 22 de maio de 2004
- Membros: 44.017
- Comentários no fórum de debates: há uma pluralidade de comentários sobre as mais diversas do direito ambiental, contudo, a maior discussão existente é sobre possíveis temas para monografia (68 comentários)
- Qualidade dos comentários: os comentários são bem fundamentados e é possível identificar uma interação entre os usuários, principalmente quando discutem temas para desenvolvimento de monografia.

Figura 18 – Relações Internacionais – comunidade virtual no Orkut

The screenshot shows the Orkut community page for 'Relações Internacionais'. The main content area features a description of the community and a list of forum topics. The forum table shows the following data:

Tópico	postagens	última postagem
"o melhor chaneler do mundo"	50	08/04/10
Cárcere e R.I.	2	08/04/10
UFF ou UFRJ?	28	07/04/10
Em quais países é obrigatório ficar nu na sauna?	2	07/04/10
RI e perda de tempo pra quem COMEX	14	07/04/10

Additional information includes: 4.344 members, created on 20 de julho de 2004, and a list of related communities.

Relações Internacionais

<http://www.Orkut.com.br/Main#Community?cmm=221252>

- Criada em: 28 de julho de 2004
- Membros: 5.130
- Comentários no fórum de debates: diversos pontos envolvendo atualidades das relações internacionais são debatidos, porém, a discussão com maior participação (61 comentários) é voltada a dúvidas sobre os cursos da área (título do tópico: "Começando as Relações Internacionais").
- Qualidade dos comentários: em geral a interação é baixa, mas há uma mudança de postura com relação aos comentários para o tópico "Começando as Relações Internacionais" onde é possível identificar uma preocupação dos estudantes de RI em valorizar esse campo de atuação, ressaltando suas virtudes e apontando os desafios.

Figura 19 – International Relations – comunidade virtual no Orkut

The screenshot shows the Orkut community page for 'International Relations'. The main content area features a description of the community and a list of forum topics. The forum table shows the following data:

Tópico	postagens	última postagem
"o melhor chaneler do mundo"	50	08/04/10
Cárcere e R.I.	2	08/04/10
UFF ou UFRJ?	28	07/04/10
Em quais países é obrigatório ficar nu na sauna?	2	07/04/10
RI e perda de tempo pra quem COMEX	14	07/04/10

Additional information includes: 17.755 members, created on 18 de fevereiro de 2004, and a list of related communities.

International Relations

<http://www.Orkut.com.br/Main#Community?cmm=18389>

- Idioma de criação: inglês (EUA)
- Criada em: 18 de fevereiro de 2004
- Membros: 18.066
- Comentários no fórum de debates: muitíssimas propostas de discussão são apresentadas nessa comunidade com foco para questões de atualidades nas relações internacionais, em especial, tópicos específicos acerca do terrorismo (1531 comentários)
- Qualidade dos comentários: a participação dos usuários em tópicos polêmicos é bastante ativa, havendo, ainda, uma pluralidade de nacionalidades dos usuários que enriquece ainda mais as discussões em face das divergências políticas e culturais inerentes a cada um dos participantes.

No *Facebook*, por sua vez, aquilo que no *Orkut* é chamado de comunidade recebe o nome de grupo, porém, continua a apresentar a mesma lógica de funcionamento e limitações. Ou seja, a interação dentro dos grupos também não se mostra muito efetiva e, além disso, nota-se que muitas das temáticas que originaram a criação de comunidades no *Orkut* se encontram ausentes no *Facebook*.

Comparando-se com a análise feita anteriormente de certas comunidades do *Orkut*, não foi possível encontrar, até o momento, nenhum grupo que tenha por nome meio ambiente, *environment* ou relações internacionais. O único grupo encontrado foi o denominado *International Relations* que possui 4388 membros e apresenta poucas discussões classificadas em 15 tópicos temáticos acerca de assuntos atuais das relações internacionais com uma interação relativa entre os seus usuários.

Figura 20 – International Relations - grupo virtual no *Facebook*

The image is a screenshot of a Facebook group page titled "International Relations". At the top, there is a search bar and navigation links for "Home", "Profile", "Find Friends", and "Account". Below the group name, there is a "Become a Fan" button and tabs for "Wall", "Info", "Photos", and "Discussions". The main content area shows a series of posts from users, including links to articles from bilgesam.com about "Merkel's Visit in Ankara" and "Greek Crisis Highlights Turkey's Strength". The left sidebar contains a "Suggest to Friends" section, a description of the group as representing the study of foreign affairs, and a "Fans" section with 6 of 4,388 members. The right sidebar features advertisements for "Zoo World" and "Mafia Wars".

Fonte: <http://www.Facebook.com/album.php?profile=1&id=127213105680>

Por fim, outros aspectos peculiares decorrentes da interação propiciada pelos

computadores em face das redes sociais presentes na *Internet* podem ser apontados. Um deles é a capacidade de migração, tendo em vista que há uma forte tendência de que as interações entre os atores sociais se espalhem “entre as diversas plataformas de comunicação, como, por exemplo, em uma rede de *blogs* e mesmo entre ferramentas como, por exemplo, entre *Orkut* e *blogs*”.⁸³⁸ A outra peculiaridade é a presença de conflito e de cooperação nas redes mediadas pela *Internet*, sendo que não raro, organizações terroristas e movimentos reacionários se utilizam desses mesmos meios para suas práticas.⁸³⁹

No próximo tópico parte-se para a análise de outra rede social chamada *Twitter*, que vem causando uma grande repercussão em questões políticas e de alcance internacional.

b) *Twitter* e a política em 140 caracteres

Uma das novas formas de interação e manifestação política que emergiu nos últimos anos junto à *Internet* é o *Twitter*. Com a pergunta inicial “O que está acontecendo?” (*What’s happening?*), as mensagens publicadas no *Twitter* são geralmente respostas curtas às questões de outros usuários ou *links* para os textos opinativos dos *blogs* pessoais.⁸⁴⁰

O *Twitter* é considerado como um *microblog*, tendo em vista que as mensagens não podem ultrapassar 140 caracteres. Apesar dessa limitação, ele vem sendo adotado como uma nova forma de interação na rede por “grandes grupos de comunicação como BBC, *Los Angeles Times*, *The New York Times*, IG, CNN, *The Guardian* e por uma infinidade de internautas”.⁸⁴¹ Uma das justificativas a essa ampla aceitação do *Twitter* é que ele permite o envio de textos através do celular ou de programas de mensagens instantâneas.

⁸³⁸ RECUERO, Raquel. *Op. cit.* p. 36

⁸³⁹ A autora lembra que, “do surgimento do Movimento Zapatista até a explosão da Batalha de Seattle, as comunidades virtuais têm se afirmado como forma típica de organização da cibercultura. Elas surgiram na *Internet* baseadas em uma multiplicação do conhecimento produzido e apropriado como um bem comum. Fundadas na lógica de que o participante agrega a informação ou conhecimento que possui para o debate, tendo como contrapartida todas as informações e conhecimentos dos demais membros; as comunidades virtuais produziram inumeráveis serviços de comunicação onde o conhecimento que se faz através das demandas e das ofertas dos usuários se traduz em valores e confiança”. RECUERO, Raquel. *Op. cit.* p. 82-83.

⁸⁴⁰ Quando o *Twitter* foi criado em 2006 a pergunta inicial era “O que você está fazendo” (“What’s happening?”), porém, desde o final de novembr de 2009, a pergunta foi alterada. A justificativa é a de que o *Twitter* passou a ser utilizado como meio de informação para divulgar produtos, marcas e notícias. “Diante desse novo cenário, o slogan anterior perdeu sentido. “O *Twitter* agora é um meio para que se saiba, em tempo real, o que está acontecendo.” MUDANÇA de slogan tem o objetivo de marcar novo momento do *Twitter*. Disponível em: < <http://www.logicadigital.com.br/noticia44.asp> > Acesso em: 23 nov. 2009.

⁸⁴¹ ESCOBAR, Juliana. Blogs como nova categoria de webjornalismo. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com**: estudos sobre blogs e Comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 269.

Figura 21 – Página de acesso ao Twitter

The image shows the Twitter homepage. At the top left is the Twitter logo. To its right is a search bar with the placeholder text "Search for a keyword or phrase..." and a "Search" button. Below the search bar is a navigation bar with links for "Junior", "Smolensk", "Twitter Acquires", "Super Junior SS2", "TRENDING TOPICS", "Messi", "Harry Potter", "SNL", and "justin bieber". On the right side, there is a "New to Twitter?" section with a "Get started now" button and a "Using Twitter for a business?" section with a "Check out Twitter 101" link. The main content area is divided into two columns. The left column is titled "See who's here" and features a grid of logos for various entities like RE, NIMH, meyle, and SEGA. The right column is titled "Top tweets" and displays a list of tweets from users like Bilal_Oliver, jaredleto, mousebudden, and mrchrisaddison.

Fonte: <<http://Twitter.com>>

Figura 22 – Visão geral de uma página do Twitter

The image shows a user's Twitter profile page. At the top is the Twitter logo and a navigation bar with links for "Home", "Profile", "Find People", "Settings", "Help", and "Sign out". The main content area is divided into two columns. The left column is titled "What's happening?" and features a text input field with a "Tweet" button. Below this is a "Home" section displaying a list of tweets from users like folhabrasil, Ana_Flor, folhaonline, and JC_RS. The right column is a sidebar containing user statistics for "advrso" (11 following, 3 followers, 0 listed), a "Twit-Vid" section, a "Home" section with a search bar, and a "Lists" section with a "New list" button. At the bottom of the sidebar is a "Trending" section for "Worldwide" with a "Change" button and a list of trending topics including #ZodiacFacts, #nowplaying, Kobe, Lakers, Justin Bieber, and #IDontKnowUBut.

Fonte: <<http://Twitter.com>>

Juliana Escobar, em trabalho que analisa os *blogs* como nova categoria de webjornalismo, refere que enquanto os atentados de 11 de setembro e a Guerra do Iraque “potencializaram os *blogs*”, as eleições americanas de 2008 fizeram “explodir a audiência dos *microblogs*”, razão pela qual vêm sendo tratados como uma importante ferramenta jornalística.⁸⁴² A autora explica, ainda, que devido à possibilidade de indicação de *links* e envio de mensagens curtas, o *Twitter* permite, e ao mesmo tempo exige, atualizações contínuas de forma a prender a atenção do internauta, especialmente para situações que requerem “reportagens de maior fôlego e contextualizadas que serão exploradas nas edições online ou impressas”.⁸⁴³ Por essa razão, a autora ainda explica que “essas pequenas ‘pílulas’ de notícias curtas vão construindo um nó de informações que pode desencadear na expectativa para a leitura das matérias jornalísticas mais aprofundadas sobre o tema em foco do dia”.⁸⁴⁴ Essa funcionalidade, provavelmente, é o que justifica a sua rápida adoção pelos principais jornais *online* do mundo, que “perceberam que surgia um novo fenômeno na *Internet* com características apropriadas para “chamadas” de suas notícias principais”.⁸⁴⁵

Segundo o jornalista Victor Barone, o *Twitter* “tem se configurado como uma importante ferramenta de interação e de manifestação política”.⁸⁴⁶ Uma demonstração disso já pôde ser vista em alguns fatos políticos nacionais e internacionais cuja influência desse novo mecanismo foi relevante. O jornalista refere ainda que é cada vez mais evidente a utilização crescente do *Twitter* pelos mais diversos grupos sociais como instrumento de divulgação de ideias e arena de debates.

No Irã, por exemplo, em junho de 2009, por meio do *Twitter* os opositores do presidente Mahmoud Ahmadinejad conseguiram driblar a censura em vigor no país e levar ao mundo inteiro as imagens da repressão. Porém, uma das imagens mais chocantes dessa situação política foi a morte da jovem Neda durante os protestos por uma nova eleição no Irã. Sua morte causou um impacto na opinião pública mundial, vindo a se transformar num ícone do movimento chamado de “revolução verde” em alusão à cor do candidato derrotado nas eleições. Sua morte foi acompanhada, quase que instantaneamente, por milhares de pessoas em todo o mundo, através das redes de relacionamento, como *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*,

⁸⁴² ESCOBAR, Juliana. Blogs como nova categoria de webjornalismo. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 269.

⁸⁴³ *Ibidem*.

⁸⁴⁴ *Ibidem*.

⁸⁴⁵ *Ibidem*.

⁸⁴⁶ BARONE, Victor. Twitter: política em 140 caracteres. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=559ENO001>> Acesso em: 12 out.2009.

blogs, entre outros.

O assunto ganhou destaque na mídia internacional e, no Brasil, foi objeto de diversas reportagens nos mais diversos meios. Uma dessas reportagens foi realizada pelo programa *Sem Fronteiras*, exibido pela rede de TV à cabo Globo News. Além de analisar os dilemas políticos no Irã o programa também questionou a capacidade que as novas tecnologias possuem, tendo em vista que conseguiram driblar a censura do governo iraniano fazendo, ainda, com que se reflita sobre o papel que as novas mídias possuem ao aumentar a consciência sobre certos acontecimentos.⁸⁴⁷

Um exemplo do papel das novas mídias aplicado a essa reportagem é que a mesma, após ter sido exibida na TV em 2009, foi disponibilizada na *Internet* num *site* chamado *Youtube*.⁸⁴⁸ Trata-se de um *site* que permite a criação de canais específicos sobre certos assuntos e que disponibiliza vídeos enviados por seus usuários. Muitos desses vídeos são de difícil acesso, como vídeos históricos (transmitidos há muitos anos, por exemplo) sendo muito comum encontrar vídeos que foram transformados do formato VHS para vídeo digital, o que, de certa forma, contribui para uma preservação da memória de certos acontecimentos. Outros vídeos são produções dos próprios usuários e não servem tão somente como entretenimento.

Contudo, para o caso específico das eleições do Irã e da forma como a Globo News abordou o assunto, constata-se que o *Youtube* surge como um instrumento muito importante na divulgação de informações e notícias na rede. Essa afirmação se deve ao fato de que o *Youtube* permite que seja dada visibilidade para certas notícias que foram veiculadas inicialmente na TV (nesse caso do programa *Sem Fronteiras* uma TV mediante assinatura) e, com isso, permite a sua perpetuidade na rede e um maior alcance do público que, na medida em que interessa por compreender mais profundamente um determinado assunto, poderá encontrá-lo no formato de vídeo. Deve-se frisar, ainda, que há interação muito grande entre *Twitter* e *Youtube*, pois muitas das mensagens que circulam pelo sistema do *Twitter* são indicações de *links* para vídeos armazenados no *Youtube*.

A prática política no Brasil também tem se utilizado dessa funcionalidade

⁸⁴⁷ O Youtube permite que sejam disponibilizados vídeos de até 10 minutos de duração. Por essa razão o programa *Sem Fronteiras* se encontra disponível em três endereços diferentes. Cf. Novas mídias - comunicação global (*Sem Fronteiras*) 1 de 3. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=LNP0oascfZM>>. Acesso em: 10 jul.2009. Novas mídias - comunicação global (*Sem Fronteiras*) 2 de 3. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=40OffjLHS5M>. Acesso em: 10 jul.2009. Novas mídias - comunicação global (*Sem Fronteiras*) 3 de 3. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=SU6x9ekDVak>>. Acesso em: 10 jul.2010.

⁸⁴⁸ Cf. <<http://www.youtube.com>>

propiciada por essa nova mídia. Segundo dados do IAB, o aumento da participação dos brasileiros nas redes sociais é um fato: 86% das pessoas que acessam *Internet* acessam redes sociais. O aumento de participação nos *microblogs*, como o *Twitter*, deve ser uma tendência nas eleições de 2010, a exemplo do que ocorreu na última eleição presidencial norte-americana, na qual o candidato democrata Barack Obama optou por reduzir sua estrutura administrativa para fazer campanha pela *Internet* e se utilizou das redes sociais para gerar envolvimento e contribuição financeira para sua campanha. Em face disso, Victor Barone afirma que no Brasil já são inúmeros os vereadores, deputados estaduais e federais, senadores e governadores que se utilizam do *Twitter* e confirma que essa será uma prática ainda maior na medida em que as eleições de 2010 se aproximarem.⁸⁴⁹ Em 11 de abril de 2010, a então pré-candidata do Partido dos Trabalhadores à Presidência da República, Dilma Rousseff, estreou sua página no *Twitter*, ferramenta com a qual os demais pré-candidatos à época – José Serra, Marina Silva e Plínio de Arruda Sampaio – já haviam se familiarizado, utilizando-a há muito mais tempo.

O problema da utilização das redes sociais na política brasileira, conforme destaca Barone, é que uma grande maioria dos políticos brasileiros ainda não entendeu exatamente “a vocação e o potencial das mídias sociais, mas os que compreenderem os seus meandros poderão obter vantagens ao estreitarem de forma transparente as suas relações com a população”.⁸⁵⁰ De acordo com Adriano Codato, cientista político e professor da UFPR, as mensagens triviais publicadas pelos políticos são maneiras de seguir o protocolo da rede. “Não dá pra usar o método de divulgação da rádio na televisão, assim como não se pode copiar o que passa na TV para a *Internet*”, explica.⁸⁵¹ A proximidade entre leitor e político

⁸⁴⁹ BARONE, Victor. Twitter: política em 140 caracteres. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=559ENO00>>1 Acesso em: 12 out.2009.

⁸⁵⁰ O autor cita como exemplo o caso do estado de São Paulo onde o governo se utiliza das redes sociais para interação entre os servidores e as secretarias de governo. O governo paulista possui um perfil principal @governosp que até 2009 já havia acumulado mais de 10 mil seguidores. Outro exemplo, também do estado de São Paulo está no perfil da secretaria de agricultura que também busca a interação com outras redes ao manter links para o seu perfil no *Flickr*, no qual são exibidas imagens de peixes com descrições científicas, e para o *Youtube* com vídeos e explicações práticas de como plantar mudas, por exemplo. Além disso, segundo Victor, desde janeiro de 2009 até a data do seu artigo (12/10/2009), 23 órgãos do governo paulista já haviam criado seus blogs demonstrando que “trata-se de uma mudança cultura que surge com estas novas ferramentas, novas formas de falar com a população e ouvi-la”. BARONE, Victor. Twitter: política em 140 caracteres. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=559ENO001>> Acesso em: 12 out.2009.

⁸⁵¹ “As redes sociais políticas tem muito apelo porque é simples ficar em casa clicando, é cômodo. Pode ser uma maneira de reforçar a passividade do público. Embora a procura por política tenha crescido na internet, de acordo com especialistas, o uso dessa ferramenta não possui o poder de decidir as eleições desse ano. Ao contrário do Orkut, o Twitter ainda não chegou às classes C e D, onde se concentra a maior parte da população”. POLÍTICOS buscam aproximação do eleitorado por meio da internet. Disponível em: <http://www.jornalcomunicacao.ufpr.br/note/7842> Acesso em: 31 mar.2010.

gera um grande número de mensagens, *retweets* (respostas ou repetições de informação) e infinitos focos de discussão, o que não é tão fácil de ser obtido fora da *web*.⁸⁵²

Em síntese, percebe-se que o *Twitter* permite uma renovação nas discussões já travadas anteriormente sobre o papel da mídia e da propaganda política, porém com um detalhe: as novas mídias exigem uma interação mais efetiva. Os usuários das redes sociais esperam que ocorram trocas de ideias e não somente a utilização como propaganda unilateral. Trata-se, portanto, de uma inegável “arma política” em que o tempo dirá para onde exatamente ela estará apontada. Muitos políticos certamente a apontarão aos seus próprios pés, por total incapacidade de se atualizar às exigências das novas mídias.

Em face dessas considerações, no próximo capítulo será realizada uma análise mais específica quanto ao poder que a mídia tradicional e as novas mídias exercem, especialmente a partir da adoção do conceito de *soft power* proposto por Joseph Nye. O foco dessa atenção será a forma como o poder da mídia pode ser encarado, como um catalisador de tomada de decisões políticas internacionais, de modo a corroborar a tese de que a mídia é um ator emergente nas Relações Internacionais e encontra nas questões ambientais um forte exemplo desse seu poder.

⁸⁵² *Ibidem.*

4 O *SOFT POWER* DA MÍDIA FRENTE AOS DESAFIOS DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS E O SURGIMENTO DE UM ATOR EMERGENTE

O cenário internacional contemporâneo, conforme já exposto anteriormente, passa por um momento de revisão no rol de seus atores envolvidos em questões de ordem global. As alterações no clima já demonstram que é necessário um envolvimento de todos os responsáveis por esse fenômeno e, conseqüentemente, medidas jurídicas e políticas precisam ser tomadas. A forma como os discursos políticos e as informações científicas envolvendo o problema do aquecimento global circulam num universo midiático cada vez mais complexo exige um repensar sobre o papel da mídia junto às relações internacionais.

Em face das análises sobre as teorias da comunicação, passando pela compreensão das novas mídias, já foi possível perceber a estreita relação que a mídia possui, desde os seus primórdios, com as questões políticas nacionais e internacionais. Porém, nesse ponto emerge uma questão essencial: como identificar o papel da mídia junto às relações internacionais diante dos fenômenos políticos globais que se apresentam à humanidade e dos dilemas ambientais que exigem diversas mudanças de comportamento?

Joseph Nye apresenta uma teoria que serve de base para uma identificação do papel que a mídia tradicional e as novas mídias podem desempenhar dentro desse contexto. O conceito de *soft power* aplicado ao estudo da mídia e sua influência nas questões ambientais mostra-se essencial para se identificar o real poder que esta possui na atualidade, sem potencializá-la demasiadamente, tal como faziam os primeiros teóricos da comunicação, mas também sem menosprezá-la.

Diante disso, os próximos tópicos do presente capítulo propõem uma compreensão acerca da teoria do poder proposta por Joseph Nye, aplicando-se à mídia no cenário internacional contemporâneo. Logo após, passa-se ao estudo da forma como a mídia começou a se interessar pelas questões ambientais globais a partir da realização de conferências internacionais organizadas pela ONU e, especialmente, a respeito das mudanças climáticas e do aquecimento global.

Em seguida, será realizada uma verificação sobre os efeitos que um maior grau de exposição às informações ambientais pode causar junto à opinião pública internacional, ocasião em que também será analisado o fenômeno do excesso de informações, por vezes contraditórias, e suas implicações para o deslinde político envolvendo o aquecimento global.

Na última parte, serão levantadas algumas manifestações midiáticas como forma de verificar o seu envolvimento no que diz respeito ao aquecimento global, bem como seu protagonismo mediante utilização dos conceitos teóricos do *soft power*, os quais conduziram os *mass media* de uma inércia até a espetacularização da notícia, tal como se vivencia contemporaneamente e, finalmente, retornando à questão central da presente tese: a mídia como um ator emergente nas Relações Internacionais.

4.1 *Mass media* e *soft power*: desvendando a teoria de Joseph Nye em face das novas relações de poder na era da informação global

Observa-se a atribuição de um grande poder àqueles que conseguem controlar adequadamente a produção e filtragem de novos fluxos de informação decorrentes de tecnologias como a internet. Nesse cenário, o papel dos meios de comunicação de massa ganha destaque muito importante, pois é por meio da mídia que muitas dessas informações presentes em rede chegarão até a sociedade em forma de notícias ou reportagens. Partindo desse pressuposto é que se pretende compreender a teoria proposta por Joseph Nye. Todavia, antes de se passar à análise específica desses conceitos, mostra-se necessário, para uma adequada compreensão das implicações da mídia nas relações internacionais, tecer alguns apontamentos, ainda que não exaustivamente, acerca dos conceitos gerais envolvendo o poder.

Isso porque, conforme destaca John Thompson, “a posição que um indivíduo ocupa dentro de um campo ou instituição é muito estreitamente ligada ao poder que ele ou ela possui”.⁸⁵³ Dessa forma, o poder deve ser visto como a “capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses”, razão pela qual, expressa “a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos e em suas conseqüências”⁸⁵⁴ mediante emprego de recursos que estejam disponíveis.

Nesse mesmo sentido, a definição de poder para Tomás Mestre Vives encontra-se atrelada à capacidade para “persuadir, premiar, amenizar ou castigar”.⁸⁵⁵ O autor apresenta o conceito de poder em três elementos analíticos distintos: “1) os atos para influenciar outros Estados; 2) as capacidades empregadas para alcançar êxito no exercício da influência; e 3) as

⁸⁵³ THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 21.

⁸⁵⁴ *Ibidem*.

⁸⁵⁵ VIVES, Tomás Mestre. *Op. cit.* p. 165.

respostas a esses atos”.⁸⁵⁶ Refere, ainda, que “o poder pode contemplar-se em vários aspectos”, ou seja, “é um meio, está baseado em capacidades, é uma relação e um processo, e pode ser medido”.⁸⁵⁷

Dessa forma, pode-se perceber, nas palavras de Raymond Aron, que “no campo das relações internacionais, poder é a capacidade de que tem uma unidade política de impor sua vontade às demais. Em poucas palavras, o poder político não é um valor absoluto, mas uma relação entre os homens”.⁸⁵⁸

Karl Deutsch, por sua vez, sustenta que “o peso do poder ou a influência de um ator sobre determinado processo é a capacidade com que esse ator pode alterar a probabilidade de seu desfecho [...]”.⁸⁵⁹ O autor observa que o “[...] poder é um símbolo da capacidade de modificar a distribuição de resultados, sobretudo os resultados do comportamento popular”.⁸⁶⁰

Em política internacional, o poder pode ser considerado como um meio e um fim em si próprio e, geralmente, é exercido de duas formas primordiais: por meio da força ou através da racionalidade (convencimento). Logo, a capacidade dos atores é definida pelos recursos de poder que detiverem no meio internacional.

Diversos autores procuram distinguir as diferentes formas de poder, divididas, geralmente, em quatro tipos principais: a) poder econômico; b) poder político; c) poder coercitivo; d) poder simbólico. Tais formas não precisam, necessariamente, ocorrer de maneira isolada.⁸⁶¹

O quadro a seguir sintetiza as diversas formas de poder, com seus recursos e instituições.

⁸⁵⁶ *Ibidem.*

⁸⁵⁷ *Ibidem.*

⁸⁵⁸ ARON, Raymond. **Paz e Guerra entre as Nações**. Tradução de Sérgio Bath. 2. ed. Brasília: UNB, 1986. p.99.

⁸⁵⁹ DEUTSCH, Karl Wolfgang. **Análise das relações internacionais**. Tradução de Maria Rosinda Ramos da Silva. 2. ed. Brasília: UnB, 1982. p. 38.

⁸⁶⁰ *Ibidem.* p. 57

⁸⁶¹ Quanto ao poder econômico, é aquele oriundo da atividade produtiva enquanto que o poder político “deriva da atividade de coordenação dos indivíduos e da regulamentação dos padrões de sua interação”. O poder coercitivo, por sua vez, implica no uso ou ameaça de uso da força física para subjugar ou conquistar um oponente. “Historicamente as instituições mais importantes acumuladoras de recursos deste tipo são as instituições militares, e a forma mais importante de poder coercitivo é o poder militar”. Por fim, o poder cultural ou simbólico: “nasce na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas, sendo que Thompson utiliza o termo poder simbólico para se referir a “capacidade de interferir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas”. THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 22-24.

Quadro 12 – Formas de poder segundo John Thompson

Formas de poder	Recursos	Instituições paradigmáticas
Poder econômico	Materiais e financiamentos	Instituições econômicas (p. ex. empresas comerciais)
Poder político	Autoridade	Instituições políticas (por exemplo: Estados)
Poder coercitivo (especialmente poder militar)	Força física e armada	Instituições coercitivas (especialmente militares, mas também a polícia, instituições carcerárias, etc.)
Poder simbólico	Meios de informação e comunicação	Instituições culturais (p. ex. a Igreja, escolas e universidades, as indústrias de mídia, etc.)

Fonte: THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. 5 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p. 25.

Além das formas de poder apresentadas anteriormente, Adriano Moreira lembra uma situação bastante peculiar sobre seu exercício na atualidade. Segundo o autor, existem diversas situações políticas onde o poder se encontra disperso entre os vários atores, muitos sequer identificáveis claramente, o que gera uma necessidade de revisão também sob o ponto de vista do “normativismo jurídico e dos *guiding principles* políticos” os quais desenvolvem importante fenômeno de uma “*política internacional sem poder*”.⁸⁶²

O autor exemplifica que a ação dos ecologistas é um exemplo desse tipo de política internacional sem poder, em suas palavras, “do poder dos que não têm poder, e que introduzem factores de condicionamento no processo internacional, a exigir teorização ainda em falta”.⁸⁶³

Discorda-se dessa observação de Adriano Moreira, pois é impossível deixar de reconhecer um poder ao movimento ambientalista, principalmente se for levada em consideração a sua crescente capacidade de influenciar os resultados de negociações políticas. Uma prova disso pode ser vista nos debates envolvendo mudanças climáticas, em que estão cada vez mais presentes diversos atores que não possuem o poder de decisão política, mas que geram interferência no sistema internacional por meio da pressão social, mobilizações e divulgação de informações em âmbito mundial.

Desse modo, a atuação desses grupos não pode mais ser considerada como

⁸⁶² MOREIRA, Adriano. **Teoria das Relações Internacionais**. Coimbra: Almedina, 1996. p. 10.

⁸⁶³ *Ibidem*, p. 11.

desprovida de poder, tal como afirma Adriano Moreira. É justamente para esse processo de atuação cada vez mais plural e diversificado nas relações internacionais, que se justifica a análise do *soft power*, ao se mostrar pertinente para uma compreensão atualizada dos desafios ambientais contemporâneos.

4.1.1 A construção conceitual do *soft power* e suas implicações no sistema midiático global

Joseph Nye, ao descrever o poder, o compara ao amor. Para ele, o poder “[...] é mais facilmente sentido do que definido ou medido”.⁸⁶⁴ Por essa razão, o autor o visualiza como sendo “a capacidade de atingirmos os nossos objetivos ou fins”.⁸⁶⁵ Lembra, ainda, que as fontes de poder estão em constante mudança, pelo fato de não serem estáticas. Observa que diante de economias “baseadas na informação e na interdependência transnacional, o poder está a tornar-se menos transferível, menos tangível e menos coercivo”.⁸⁶⁶ Dessa forma, o autor destaca que as transformações do poder ainda não terminaram, tendo em vista que o presente século assistirá a uma expansão no papel desempenhado pelo domínio da informação enquanto fonte de poder.

A contribuição teórica mais importante dada por Nye a essa pesquisa, reside na aplicação de sua definição de poder. As suas obras são fundamentais para entender o atual estágio da política internacional contemporânea e, além disso, é a partir dessa sua concepção teórica, especialmente aquela ligada ao *soft power*, que se torna possível identificar as formas de exercício desse tipo de poder pela mídia junto às Relações Internacionais.

Soft power é uma expressão criada por Joseph Nye, com o intuito de descrever a habilidade política, não somente por parte dos Estados, em influenciar indiretamente o comportamento e o interesse dos demais atores das relações internacionais. Para Nye, o conceito básico de *soft power* relaciona-se com a habilidade de influenciar os outros a fazer aquilo que se deseja, sem necessidade de emprego da força bruta (*hard power*), tendo em vista que essa sempre foi a medida realista de poder predominante.⁸⁶⁷

O autor observa que na política mundial contemporânea é possível, e cada vez

⁸⁶⁴ NYE JR, Joseph S. **Compreender os conflitos internacionais:** uma introdução à Teoria e à História. Tradução de Tiago Araújo. Lisboa, Portugal: Gradiva, 2002. p. 70.

⁸⁶⁵ *Ibidem.*

⁸⁶⁶ *Ibidem.* p. 74.

⁸⁶⁷ O *hard power*, portanto, é aquele poder duro, relativo aos poderes tradicionais e cujos efeitos são percebidos mais facilmente, pois estão associados à forma mais concreta de poder (bélico e econômico, por exemplo. NYE Jr., Joseph.. **Soft Power:** The Means to Success in World Politics: New York: Public Affairs, 2004. p. 5.

mais provável, que um “país obtenha os resultados que quer porque os outros desejam acompanhá-lo, admirando os seus valores, imitando-lhe o exemplo, aspirando ao seu nível de prosperidade e liberdade”.⁸⁶⁸ O *soft power*, ou poder brando, dessa forma, coopta as pessoas ao invés de coagi-las.⁸⁶⁹ Em face disso, o conceito formulado por Nye, apesar de ser um conceito recente junto às Relações Internacionais, já se encontra presente em diversos discursos políticos contemporâneos.

O autor observa, ainda, que o *soft power* “[...] está a tornar-se mais importante em relação ao poder duro do que acontecia no passado, à medida que a credibilidade se transforma num recurso crucial de poder, tanto para os governos como para as ONGs”.⁸⁷⁰ O autor afirma ainda que o *soft power* pode ser considerado como uma “segunda face do poder”, e que isso se deve à proposta de se estabelecer uma agenda política mundial e atrair a posição de outros países no sistema internacional.⁸⁷¹

Para Joseph Nye, o *soft power* depende grandemente da reputação e credibilidade do ator na comunidade internacional, e também do fluxo de informações entre atores, sendo que esta forma de poder é geralmente associada à ascensão da globalização e à doutrina neoliberal nas Relações Internacionais. Além disso, o autor identifica na cultura popular e na mídia fontes de *soft power* muito influentes, tendo em vista que se trata de um tipo de poder que, em tese, pode ser compartilhado entre diversos atores.⁸⁷² Um aspecto interessante que o autor reforça é o de que o *soft power* deve ser visto como a habilidade de se moldar à preferência dos outros para aquilo que se deseja. Com isso, sustenta que as políticas adotadas com base nesse tipo de poder acabam sendo vistas como legítimas, com autoridade moral, inclusive. “O país que consegue legitimar seu poder aos olhos dos demais encontra menor resistência para obter o que deseja. [...] Se conseguir estabelecer regras internacionais compatíveis com a sua sociedade, é menos provável que tenha de mudar”.⁸⁷³

De qualquer forma, Nye afirma que não se pode considerar o *soft power* apenas como sendo um poder de influência. Embora seja uma fonte de influência, o *soft power*

⁸⁶⁸ NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano**: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002.p. 36.

⁸⁶⁹ NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano**: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002.p. 36.

⁸⁷⁰ NYE JR, Joseph S. **Compreender...** *Op. cit.* p. 257.

⁸⁷¹ NYE Jr., Joseph. **Soft Power: The Means to Success in World Politics**: New York: Public Affairs, 2004. p. 5.

⁸⁷² *Ibidem.*

⁸⁷³ NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo...** *Op.cit.*, p.39

também deve ser considerado como poder de atração.⁸⁷⁴ O autor justifica esse raciocínio observando que é possível exercer influência por meio de ameaças ou estabelecendo recompensas. Contudo, o *soft power* é mais que influência ou persuasão, ou ainda, a simples capacidade de movimentar as pessoas em face da argumentação.⁸⁷⁵ O *soft power* expressa a “capacidade de seduzir e atrair. E, a atração geralmente leva à aquiescência e à imitação”.⁸⁷⁶ Nesse sentido, o *soft power* incentiva a cooperação, usando uma “moeda diversa da constrição e do dinheiro” ao se fundar sobre o senso de atração.⁸⁷⁷ O autor sugere que se identifique esse poder de atração por meio de realização de pesquisas de opinião, visando a identificar qual a agenda de negociação será estabelecida, no intuito de restringir a preferência do outro lado, tornando os desejos mais extravagantes irrealizáveis.⁸⁷⁸

Outro raciocínio interessante que o autor apresenta diz respeito à necessidade de “conversão do poder”. Para ele, é necessário que o poder potencial seja convertido em poder real. A mídia, em geral, consegue fazer essa conversão com grande eficácia, tendo em vista que, diante da abundância de informação, são os meios de comunicação de massa que primeiro filtram os fatos relevantes e os transformam em notícias levando-os ao conhecimento público.⁸⁷⁹ Com isso, o seu poder de agir potencialmente, em certas circunstâncias, se transforma em poder real na medida em que com rapidez e eficiência obtém certas informações e as divulgam como um produto vendável de interesse global.

Joseph Nye sustenta que a capacidade de obtenção de informações e de ação a

⁸⁷⁴ NYE Jr., Joseph S. **Soft Power...** *Op. cit.*, p. 6

⁸⁷⁵ Nesse ponto cumpre destacar que a análise proposta na presente tese poderia ter sido elaborada sob as mais diversas bases teóricas, dentre elas, poder-se-ia ter adotado o conceito de hegemonia de Antonio Gramsci ou a análise da mídia sob a perspectiva da indústria cultural e a influência da Escola de Frankfurt. Porém, a escolha do *soft power* mostrou-se a mais adequada ao permitir uma compreensão atualizada acerca dos fenômenos midiáticos nos termos propostos no presente estudo, em especial, no momento em que se analisa o papel e o poder dos selecionadores de informações (*gatewatchers*) em face do paradoxo do excesso de informações propiciado pelo advento das novas tecnologias da informação e comunicação.

⁸⁷⁶ *Ibidem*, p. 37.

⁸⁷⁷ “Il soft power incentiva la cooperazione usando una moneta diversa dalla costrizione e dal denaro: può fondarsi sul senso di attrazione, amore o dovere in una relazione, e fare appello a principi quali la ragionevolezza del contribuire a tali finalità e valori condivisi”. NYE Jr., Joseph S. **Leadership e potere: Hard, soft, smart power**. Roma: Laterza, 2009. p.37.

⁸⁷⁸ NYE Jr., Joseph. **Soft Power...** *Op. cit.* p. 7.

⁸⁷⁹ Aqui, todavia, é preciso fazer uma ressalva pois atualmente existe uma crise de credibilidade da mídia tradicional por justamente ocultar certos fatos relevantes. Então, quando se fala em meio de comunicação de massa divulgando informações de interesse do público deve-se pensar nas novas formas de comunicação livre que existem por meio da internet. Isso se justifica cada vez mais tendo em vista que muitos grupos de comunicação global (as grandes corporações de mídia) para atenderem interesses políticos ocultam certos fatos e distorcem outros tantos. A verdade, por vezes, somente surge por meios alternativos e esse fenômeno também demonstra a disputa de poder dentro do próprio sistema de mídia, ou seja, a mídia tradicional versus novas mídias conforme analisado no capítulo 3 e cuja crise de credibilidade será desenvolvida no próximo tópico do presente capítulo.

partir delas não é algo que todos os atores das Relações Internacionais consigam fazer em tempo hábil. Ou seja, em sua concepção, a informação se torna poder na medida em que ela ainda se encontra concentrada em quem a descobriu e, com isso, poderá decidir o momento de espalhá-la ou não. No caso da mídia, todavia, esse processo é mais veloz,⁸⁸⁰ pois os novos meios de comunicação procuram sempre agir da forma mais rápida possível para comercializar essa nova informação atendendo a tendências do mercado.⁸⁸¹

Com isso, a partir da análise da alteração do comportamento dos outros, tem-se como identificar qual a capacidade de um ator realizar essa conversão do poder potencial em real. Joseph Nye destaca que é preciso “reconhecer tanto a habilidade de um país na conversão de poder como a sua posse de recursos de poder”.⁸⁸² As formas de conversão do poder e os meios para tanto sofrem uma influência muito forte dos atuais fluxos de informação global. “O poder na era da informação global está se tornando menos tangível e menos coercitivo, particularmente nos países avançados; todavia a maior parcela do mundo não é constituída de sociedades pós-industriais, e isso limita a transformação do poder”.⁸⁸³

Ao analisar a realidade da política externa norte-americana, Nye afirma que a revolução no campo da informação está alterando radicalmente o campo político e, conseqüentemente, criando dificuldades para uma atuação política plena e controlada tão somente pelos diplomatas. Ao lembrar as palavras do filósofo Francis Bacon, de que informação é poder, Nye relembra que no século 21 cada vez mais a população terá acesso a esse tipo de poder.⁸⁸⁴ O que favorece essas alterações são os avanços tecnológicos na área da informática e das comunicações que, ao terem seus custos reduzidos, oferecem maiores possibilidades de processamento e transmissão da informação pelo mundo. Essa mudança nas tecnologias configura-se como uma “terceira revolução industrial” e permite, inclusive, modificações na natureza “dos governos e da soberania, aumentando o papel dos agentes não

⁸⁸⁰ “A chamada revolução da informação contemporânea faz de todos os habitantes do planeta candidatos a mais uma versão da modernização. O mundo é distribuído entre lentos e rápidos. A rapidez se torna argumento de autoridade que funda um mundo sem lei, onde a coisa política está abolida”. MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. Tradução de Nicolás Nyimi Campanário. São Paulo: Loyola, 2002. p. 173.

⁸⁸¹ De acordo com Nye: “Information is becoming more and more plentiful, but the flexibility to act first on new information is rare. Information becomes power, especially before it spreads. [...] Today, however, the new means of communication convey immediate information on market trends to buyers and sellers worldwide”. NYE Jr., Joseph S. **Power in the global information age: from realism to globalization**. New York: Routledge, 2004. p. 75

⁸⁸² NYE JR, Joseph S. **Compreender os conflitos internacionais: uma introdução à Teoria e à História**. Tradução de Tiago Araújo. Lisboa, Portugal: Gradiva, 2002. p. 71

⁸⁸³ NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada**. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002. p. 41.

⁸⁸⁴ *Ibidem*, p. 83-85

estatais e fazendo crescer a importância do poder brando na política externa”.⁸⁸⁵ Por tais razões, as perspectivas futuras indicam que

[...] todos os tipos de governo perceberão que o controle lhes escapa à medida que a tecnologia da informação se espalha gradualmente na parte minoritária do mundo que ainda carece de telefones, computadores e eletricidade. [...] Atualmente, muitos governos controlam o acesso dos cidadãos à *Internet* vigiando o serviço dos provedores. Embora seja custoso, os indivíduos mais habilidosos conseguem driblar tais restrições, e o controle não precisa ser total para ser eficaz quanto aos propósitos políticos. Mas, à proporção que se desenvolvem, as sociedades enfrentam dilemas ao tentar proteger o controle soberano sobre a informação.⁸⁸⁶

No início do ano de 2008, Joseph Nye publicou outra obra – *The Powers to Lead* – na qual analisa as qualidades necessárias para que um líder alcance o sucesso tendo como cenário a era da informação e suas incessantes revoluções. Para isso, o autor parte dos conceitos de *soft e hard power*, trabalhados anteriormente em outras obras, cunhando o conceito híbrido chamado de *smart power*, o que poderia ser traduzido como poder esperto ou inteligente. O autor observa que “a habilidade para combinar *hard power e soft power* numa estratégia eficaz se configura num *smart power*”.⁸⁸⁷ Nye sustenta que, a partir de agora, uma grande habilidade passará a ser exigida dos maiores líderes mundiais: saber conciliar o *hard e o soft power*. Justifica que o *soft power* não é algo bom, por si próprio, e que nem sempre ele é melhor que o *hard power*, pois isso dependerá do caso em análise. Saber identificar qual é a melhor estratégia faz surgir um verdadeiro líder, com poder de comando efetivo no cenário internacional.⁸⁸⁸

Todas essas perspectivas decorrentes da visão de Nye se aproximam das análises feitas por outro teórico do poder global, Alvin Toffler. Para ele, grande parte das teorias e hipóteses sobre o poder dá a entender que “poder é uma questão de quantidade”, enquanto que, no seu entendimento, o fator mais importante é a “qualidade do poder”.⁸⁸⁹ Por isso, entende que “a principal fraqueza da força bruta ou da violência, no entanto, é a sua total inflexibilidade”, o que demonstra ser um poder de “baixa qualidade”.⁸⁹⁰

Seguindo com esse raciocínio, o autor explica que a riqueza é um exemplo de

⁸⁸⁵ *Ibidem*, p. 86.

⁸⁸⁶ *Ibidem*, p. 93.

⁸⁸⁷ Tradução livre do original em inglês: “The ability to combine hard and soft law into an effective strategy is *smart power*” NYE Jr., Joseph S. **The Powers to lead**. New York: Oxford, 2008. p.43.

⁸⁸⁸ *Ibidem*. p. 43-44

⁸⁸⁹ TOFFLER, Alvin. **Powershift**: as mudanças do poder. Tradução de Luiz Carlos do Nascimento Silva. 6 ed. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 39.

⁸⁹⁰ *Ibidem*.

poder de qualidade média, já que pode ser usada de modo positivo ou negativo, sendo, portanto, muito mais flexível do que a força bruta. O poder considerado como sendo de “mais alta qualidade”, é aquele proveniente da “aplicação do conhecimento”.⁸⁹¹ Além disso, conclui que

[...] o poder de alta qualidade não é apenas influência. Não é apenas a capacidade de se conseguir o que se quer, de fazer com que os outros façam o que você quer, embora prefiram dizer o contrário. A alta qualidade significa mais. Ela implica eficiência – usar o menor número de fontes de poder para atingir um objetivo. O conhecimento pode ser usado, com frequência, para fazer com que o outro lado goste do seu plano de ação. Pode até, convencer uma pessoa de que ela é que teve a idéia.⁸⁹²

Essa reflexão feita por Toffler se aproxima de certos pontos abordados por Nye, e demonstra que a conjugação dessas duas concepções pode ser encontrada na atuação das diversas manifestações midiáticas, nas quais a filtragem de informações relevantes e sua transformação em notícia evidencia-se um forte exemplo de poder com qualidade, cujo domínio muitos dos demais atores das relações internacionais almejam. O grande desafio ao se admitir tal poder é também reconhecer que se vive uma grande batalha em andamento pelo controle da mídia. Segundo Ignácio Ramonet, as grandes multinacionais da informação já compreenderam que a informação não é apenas um instrumento de propaganda e que o seu controle pode trazer muitos lucros. Por essa razão, o autor sustenta que “estamos caminhando para uma situação em que um único grupo econômico controlará o conjunto da informação e decidirá sobre o que os 6 bilhões de indivíduos do nosso planeta deverão ver, e de que maneira”.⁸⁹³ É em face dessa constatação que Ramonet afirma que o poder passou da esfera política concentrada, especialmente nos Estados nacionais, para um controle de mercado financeiro, grupos planetários de mídia, as infovias da comunicação, as indústrias de informática e as tecnologias genéticas.⁸⁹⁴

Em face disso, deve-se perceber que o mundo contemporâneo tem características muito peculiares. Primeiramente, com o processo de globalização potencializado pela evolução das tecnologias de informação, passa-se a ter inúmeras possibilidades de visões,

⁸⁹¹ *Ibidem*, p. 40.

⁸⁹² *Ibidem*.

⁸⁹³ RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999. p. 55.

⁸⁹⁴ Para o autor, os principais atores são: a) associações de Estados (exemplo: União Europeia, MERCOSUL, dentre outras); b) as empresas globais e os grandes grupos de mídia ou de finanças; e c) as organizações não-governamentais. RAMONET, Ignácio. **Guerras do Século XXI: Novos Temores e Novas Ameaças**. Petrópolis: Vozes, 2003.

havendo a capacidade de transmissão de informação em tempo real de um lado ao outro do globo. Em segundo lugar, o que os críticos da globalização definem como a ideologia neoliberal toma conta de vários países, onde o mercado financeiro e o capital volátil passam a ter o controle de todos os atos da vida política e econômica dos países, sob pena de recessão. O sentido da palavra globalização, que antes poderia ser tida com uma conotação universalista, passa a ser percebido como o veículo para a transmissão de uma ideologia. Aqui, os críticos desse fenômeno passam a designar tal discurso hegemônico por globalismo.⁸⁹⁵ Com isso, as novas condições técnicas da informação deveriam, em tese, servir para a ampliação do conhecimento no planeta. Entretanto, apesar de as informações encontrarem-se globalmente difundidas com maior facilidade, a sua produção e difusão, ainda, são utilizadas de uma forma manipulada, que ao invés de esclarecer apenas confunde. Milton Santos, quando analisa esse ponto, refere que essa é uma situação muito grave, pois

[...] nas condições atuais da vida econômica e social, a informação constitui um dado essencial e imprescindível. Mas, na medida em que o que chega às pessoas, como também às empresas e instituições hegemônicas, é, já, o resultado de uma manipulação, tal informação se apresenta como ideologia. [...] Estamos diante de um novo 'encantamento do mundo', no qual o discurso e a retórica são o princípio e o fim. Esse imperativo e essa onipresença da informação são insidiosos, já que a informação atual tem dois rostos, um pelo qual ela busca instruir, e um outro, pelo qual ela busca convencer.⁸⁹⁶

Nesse contexto, insere-se a comunicação como mercadoria, no sentido de que se passa a perceber os grandes lucros que esta indústria pode conferir a seus proprietários. Tal valorização dá início à busca por maiores mercados por parte das empresas do ramo, levando a uma monopolização. Com isso, “a indústria da mídia não apenas se submeteu de forma cada vez mais intensa aos interesses do mercado mundial, no sentido estritamente econômico, como também aos jogos de poder que regulamentam esse próprio mercado”.⁸⁹⁷

Dessa forma, é possível considerá-la como sendo “parte dos eventos que noticia, também é parte do império oligopolizado da informação”.⁸⁹⁸ A chamada grande mídia fabrica o consenso sobre a superioridade das economias abertas, insistindo que não há alternativa a não ser a adoção dos pressupostos neoliberais. O eixo ideológico consiste em enquadrar o consumo como valor universal, capaz de converter necessidades, desejos e fantasias em bens

⁸⁹⁵ Cf. IANNI, Octavio. **A era do globalismo**. 9. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

⁸⁹⁶ SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006. p. 39.

⁸⁹⁷ ARBEX JUNIOR, José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001. p. 99.

⁸⁹⁸ *Ibidem*.

integrados à ordem da produção. O “pensamento único” oculta, intencionalmente, a carga atômica de desigualdades e exclusões que viceja nos espaços e subespaços socioeconômicos planetários.⁸⁹⁹ Com a relativização dos conceitos regionais e o acatamento de um sentido universalista das coisas, gera-se uma sensação de consenso, presumidamente válido para todas as sociedades organizadas pelo capital. Porém, esse “pensamento único” cria a necessidade de mercantilização de quase tudo, desde os objetos, às pessoas e à informação.

Como toda essa ideologia, o neoliberalismo, com o auxílio fundamental dos meios de comunicação, passa a ser visto como algo natural e fruto da evolução da sociedade, legitimando-se. José Arbex Jr ressalta que para as “megacorporações da mídia, a defesa da ordem econômica globalizada ultrapassa a questão ideológica”.⁹⁰⁰ O autor destaca, ainda, que isso se tornou “uma medida de sobrevivência, já que apenas um sistema internacional que permitiu a desregulamentação e a privatização dos veículos de comunicação na maior parte dos países poderá garantir a própria existência das grandes corporações transnacionais”.⁹⁰¹

Em face de tudo isso, é importante notar, que “a forma como se dá a apropriação dos meios e tecnologias de informação pelas grandes empresas e megaconglomerados conduz a um caminho de reiteração da vida capitalista, de forma a que se mantenha o universo simbólico”.⁹⁰² Portanto, conforme refere Margareth Steinberger, tendo em vista que a mídia “floresceu no capitalismo” fica difícil exigir a sua desvinculação a esses interesses, principalmente quando seu poder se potencializa em face dos impulsos que as novas tecnologias conferiram à informação.⁹⁰³

Com isso, “o estatuto mercadológico da notícia não é um fator desprezível no dimensionamento de seu papel na formação de um imaginário geopolítico social”.⁹⁰⁴ Isso porque, é dentro desse contexto capitalista que a informação jornalística ganha ainda mais valor diante da credibilidade de suas fontes e, portanto, a inserção da notícia no cenário internacional faz com que o jornalismo atinja uma “dimensão pragmática de ferramenta geopolítica”.⁹⁰⁵

⁸⁹⁹ MORAES, Denis de. O capital da mídia na lógica da globalização. In: MORAES, Denis de. O capital da mídia na lógica da globalização. In: MORAES, Denis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 188.

⁹⁰⁰ ARBEX JUNIOR, José. *Op. cit.* p. 100.

⁹⁰¹ *Ibidem.*

⁹⁰² BUDÓ, Marília Denardin Budó. As novas tecnologias de informação frente à ditadura do pensamento único: o mercado. In: **Anais do IV FoMerco**, 2003, Maringá - PR, 2003.

⁹⁰³ STEINBERGER, Margareth Born. **Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional**. São Paulo: Cortez, 2005. p.28.

⁹⁰⁴ *Ibidem.*

⁹⁰⁵ *Ibidem.*

Dessa forma, o poder de “formação da opinião pública internacional e de um imaginário geopolítico social passa a fazer parte de uma barganha da mídia com os Estados, organismos multilaterais, e com uma emergente sociedade civil internacional”.⁹⁰⁶

Diante dessas considerações, portanto, percebe-se que a teoria de Nye reconhece que o poder bruto tem resultados relativamente rápidos, em relação ao poder brando, que tem resultado e efeito em longo prazo. Contudo, isso não deve servir como impedimento para que essa espécie de poder seja cada vez mais empregada.⁹⁰⁷

Essa informação também vem ao encontro daquilo que foi analisado anteriormente sobre as teorias da comunicação. Ou seja, a mídia exerce um poder junto à vida social e política internacional, mas seus efeitos somente podem ser medidos cientificamente quando são analisados os seus efeitos em longo prazo. Por essa razão, também não se deve subestimar o poder potencial que as novas mídias poderão exercer no tratamento de questões internacionais complexas, nem mesmo ignorar os movimentos de contestação ao atual padrão da mídia tradicional e seus vínculos com interesses pessoais em detrimento da informação verdadeira.⁹⁰⁸

Ainda que inexista uma teorização junto às Relações Internacionais que identifique precisamente os seus impactos, pequenas demonstrações, como as que já foram referidas anteriormente, são forte indício de que a mídia é um ator político cada vez mais essencial na compreensão da vida contemporânea. Outra demonstração dessa relevante contribuição que a mídia confere às relações internacionais será analisada no próximo tópico, ao se identificar as dificuldades de se lidar com o excesso de informações facilitadas pelas novas tecnologias da informação global.

4.1.2 *Soft Power e mídia: como lidar com os fluxos da informação em face do paradoxo da abundância?*

⁹⁰⁶ *Ibidem.*

⁹⁰⁷ NYE Jr., Joseph.. **Soft Power...** *Op. cit*, p. 99

⁹⁰⁸ “Alternativa, comunitária, oposicionista, contra-hegemônica, de resistência, engajada, independente, livre, radical. Qualquer iniciativa que se valha de meios de comunicação sem objetivos comerciais recebe essa sorte de adjetivos. Mas a despeito desta ou daquela designação, todas se referem ao universo de pessoas que compartilham uma visão negativa da mídia padrão, convencional, comercial, corporativa (e por aí também proliferam modos de nomeação) e uma esperança no efeito transformador dessa mídia por elas comandada. O que se nota é uma sobrevalorização do poder dessa mídia “menor” e uma idealização dos seus executores quanto ao seu papel na sociedade.” PRUDENCIO, Kelly Cristina de Souza. **Mídia ativista: a comunicação dos movimentos por justiça global na internet.** Florianópolis: UFSC, 2006. 207 p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Sociologia Política, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. p.128.

Novas tecnologias como a *Internet* permitem que a comunicação e as informações fluam com muito mais facilidade. Para Joseph Nye, a *Internet* cria um sistema em que o poder da informação se distribui muito mais largamente.⁹⁰⁹ As informações presentes na rede podem ser acessadas em qualquer momento ou lugar e por praticamente qualquer pessoa.⁹¹⁰ Esse fenômeno causa, todavia, aceleração no ritmo em que as informações são disponibilizadas e buscadas junto ao ciberespaço. Para o jornalismo, em especial, isso causou um barateamento nos custos de produção das notícias que, por outro lado, disponibilizou um estoque excessivo de informação com possibilidade (e necessidade) de atualização contínua. Segundo Margareth Born Steinberger, isso se configura como uma vantagem relativa, tendo em vista que a “informação jornalística é um produto altamente perecível em razão do seu comprometimento com o novo”.⁹¹¹ Em face disso, cada vez mais, há uma necessidade de se manter informado e, para acompanhar todas as transformações da vida contemporânea, é a *Internet*, com seus inúmeros sites, *blogs*, *microblogs*, etc., que age como uma fonte inesgotável de informações nos mais variados sentidos.⁹¹²

⁹⁰⁹ “Para entender a relação entre informação e poder na política mundial, é útil distinguir três dimensões da informação que às vezes se confundem. A primeira são os fluxos de dados como as notícias ou as estatísticas. Tem havido um tremendo e mensurável aumento da quantidade de informação que atravessa as fronteiras internacionais. O custo médio dessa informação vem caindo, e boa parte dela é gratuita. O declínio do custo e o acréscimo dos pontos de acesso ajudam os Estados pequenos e os agentes não estatais. Por outro lado, a vasta escala de fluxos livres aumenta o valor da capacidade dos editores e integradores de sistema, o que beneficia os grandes e poderosos. A segunda dimensão é da informação utilizada para obter vantagem nas situações competitivas. [...] Aqui o mais importante é ser o primeiro, e isto normalmente favorece o mais poderoso. A terceira dimensão é a da informação-estratégica – o conhecimento do plano de jogo do concorrente.” NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano**: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002. p. 120

⁹¹⁰ Nesse ponto é preciso fazer uma ressalva quanto ao acesso às informações na internet. Apesar da crescente facilidade em obter informação junto a esse meio, ainda existe um déficit no acesso à tecnologia em muitos países que afastam uma parcela significativa da população mundial desse tipo de mecanismo. Felizmente, a situação tende a mudar e há um grande esforço mundial em universalizar o acesso à internet mediante barateamento nos equipamentos e em toda a tecnologia necessária para o ingresso na internet. Todavia, o maior problema do acesso à informação reside em locais onde paira uma censura sobre o conteúdo disponibilizado na rede. Um caso recente de censura na China envolveu a empresa Google que desde a sua instalação no país em 2006 censurava certos sites a pedido do governo chinês. Contudo, em março de 2010, a empresa deixou de censurar certos sites ao transferir seus servidores de dados para Hong Kong. Com isso, a partir de agora, as buscas realizadas no Google da China (www.google.cn) passarão a ser redirecionadas para o serviço de busca hospedado em Hong Kong (www.google.hk). Dessa forma, abre-se a possibilidade de os chineses acessar a páginas, até então proibidas, como *Facebook*, *Twitter*, *Youtube*, *Google Docs* e *Blogger*. Cf. GOOGLE acaba com a censura na China. Disponível em: <<http://pt.euronews.net/2010/03/22/google-acaba-com-a-censura-na-china>> Acesso em: 22 mar.2010.

⁹¹¹ A autora questiona que tipo de novo é esse, “renovável de hora em hora em alucinante velocidade? A desconfiância do novo é um primeiro passo para romper a circularidade epistemológica da mídia. A conquista da liberdade começa pelo desprezo da hierarquização arbitrária que despeja os “principais fatos do dia”. STEINBERGER, Margareth Born. **Discursos geopolíticos da mídia**: jornalismo e imaginário internacional. São Paulo: Cortez, 2005. p. 204.

⁹¹² Nye observa, ainda, que em comparação com o rádio, a televisão e os jornais, “controlados pelos proprietários e editores, a internet cria uma comunicação ilimitada entre um indivíduo e outro (via mensagem eletrônica), entre um e muitos indivíduos (via home Page pessoal ou conferência eletrônica), entre muitos indivíduos e um só

Essa revolução, na forma como se estabelecem as conexões planetárias, cria comunidades e redes virtuais que transpõem as fronteiras nacionais, fazendo com que “conglomerados transnacionais e os agentes não governamentais (inclusive terroristas)” tenham um papel e um alcance bem mais importante do que possuíam há alguns anos.⁹¹³ Para Joseph Nye, isso traz uma implicação significativa para a política externa, pois a mesma deixa de ser campo exclusivo dos governos e abre espaço à participação dos indivíduos e das organizações particulares que, graças a *Internet*, “terão a possibilidade de participar diretamente da política mundial”.⁹¹⁴ Além disso, o autor entende que “a disseminação da informação levará a uma distribuição mais ampla do poder, e as redes informais, [...] destruirão o monopólio da burocracia tradicional”.⁹¹⁵

Outro fator a ser considerado quando se analisa esse contexto, é a velocidade com que as informações circulam na *Internet*, pois isso pode significar que todos os governos no mundo “[...] terão menos controle sobre suas agendas. Os líderes políticos desfrutarão de menor grau de liberdade ao reagir aos fatos e terão que dividir o palco com outros atores”.⁹¹⁶ Em face disso, também será necessária a adoção de um sistema de planejamento midiático, algo que não é novo na prática política internacional. Todavia, anteriormente essa era uma preocupação chamada tão somente de propaganda política, tendo em vista que o “alvo dos governos era a população interna, sobretudo o eleitorado”.⁹¹⁷

A situação atual mudou essa relação e em face da globalização da informação as

(via imprensa eletrônica) e, o que talvez seja o mais importante, entre muitos indivíduos ao mesmo tempo (as salas de bate-papo online)”. NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano**: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002. p.101. Wilson Dizard Jr., por sua vez, complementa essa informação referindo que “há cinquenta anos, os jornais eram a principal fonte de notícias, opinião e entretenimento leve para a maioria dos americanos. Mais importante, eram a instituição preeminente para estabelecer o debate político e social da nação. O único veículo de massa competitivo era o rádio, cuja influência noticiosa era irregular. Muitos lares recebiam um jornal matutino e um vespertino. A penetração do mercado de jornais em 1945 era de 135%, o que significa que mais jornais eram vendidos todos os dias do que o número de lares existentes. [...] Em 1970, a circulação dos jornais havia caído abaixo do número total de lares. [...] A indústria dos jornais está encontrando uma dificuldade cada vez maior para atrair jovens leitores. Em parte, isso se deve à recente proliferação de novas fontes noticiosas, particularmente os canais de notícias a cabo e as páginas de Internet.” DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. Tradução de Edmond Jorge. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000. p. 228-229

⁹¹³ Joseph Nye chega a ressaltar que “muitas dessas organizações exercerão o seu próprio poder brando à medida que forem atraindo os nossos cidadãos a coalizões alheias às fronteiras nacionais.” NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano**: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002. p. 17.

⁹¹⁴ NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano**: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002. p. 101.

⁹¹⁵ *Ibidem*.

⁹¹⁶ *Ibidem*.

⁹¹⁷ STEINBERGER, Margareth Born. **Discursos geopolíticos da mídia**: jornalismo e imaginário internacional. São Paulo: Cortez, 2005. p. 172.

principais potências precisaram alargar o seu alvo de ação, visando a atingir a comunidade internacional e, com isso, “atingir a opinião pública de outros países, até mesmo como forma de influenciar seus governantes”.⁹¹⁸ Um exemplo de que essa utilização dos recursos midiáticos está em expansão e transformação pode ser vista na importância que o *marketing* político assumiu na prática política mundial. O governo norte-americano, por exemplo, planeja criar, desde a época do governo George W. Bush, um “Escritório de Influência Estratégica” que seria gerido por suas Forças armadas. “O maior impacto desse projeto, no entanto, é a confirmação da mídia, mais do que como instrumento de propaganda, como ator geopolítico de peso no cenário internacional”.⁹¹⁹

As novas tecnologias da informação confirmam as previsões de McLuhan, tendo em vista que novos espaços foram criados e transformaram o mundo em uma aldeia global, ainda que, para muitos, somente sob o ponto de vista virtual.⁹²⁰ A *Internet* apresenta-se, portanto, cada vez mais, não como uma simples ferramenta, mas como uma extensão dos sentidos humanos e uma significativa fonte de *soft power*. Da apuração da informação até sua transformação em notícia, houve uma redução considerável no tempo necessário para a concretização desse processo, que se completa quando atinge o seu público consumidor. Por outro lado, produz-se cada vez mais informação e ao mesmo tempo isso gera mais desatenção. O volume excessivo de dados, fatos, e todo o tipo de informação que são disponibilizados para quem o deseja, causa uma espécie de bloqueio, tendo em vista que praticamente ninguém, por mais atualizado que seja, consegue manter-se atualizado em tudo o que de relevante acontece no mundo.

Diante desse excesso de informação⁹²¹ é que talvez se justifique o rápido sucesso de novas mídias como o *Twitter*, pois, ao limitar a mensagem a 140 caracteres, acaba por exigir uma síntese nem sempre encontrada em outros meios. Porém, até mesmo essa nova mídia sofre do excesso de informação, que perde, com isso, a sua eficácia, pois não chega

⁹¹⁸ *Ibidem*.

⁹¹⁹ *Ibidem*.

⁹²⁰ Cf. McLuhan, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1999.

⁹²¹ Segundo Paulo Vaz, o excesso de informação é “[...] particularmente transparente na internet. Duas metáforas freqüentemente usadas para descrevê-lo sinalizam que o indivíduo é a medida de toda a informação, que o excesso é relativo a cada um de nós em uma dada configuração de nossos interesses. Fala-se de dilúvio ou inundação; se navegar é o termo usado para descrever a passagem de um documento a outro, o excesso nos ameaça de naufrágio no mundo virtual. Fala-se também de sobrecarga (*overload*) de informações. A dúvida sobre a possibilidade de o imaterial pesar é rapidamente transposta pela lembrança de que a informação pressiona por agir sobre o pensamento e que o corpo deve estar presente na interface para estimular nosso senso de realidade no mundo virtual. Ironia maior: o excesso é fomentado por seu questionamento. Em 1998, havia mais de 20.000 sites na internet dedicados ao excesso de informação”. VAZ, Paulo. Esperança e excesso. In: PARENTE, André (Org). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 190.

com a mesma força até o seu receptor.

Joseph Nye refere que o “paradoxo da abundância” é um dos aspectos mais interessantes do poder, em face desse constante e crescente fluxo de informação que, ao mesmo tempo, gera uma escassez de atenção. “Quando confrontados com um volume excessivo de informação, é difícil saber no que devemos nos concentrar. A atenção, não a informação, passa a ser o recurso escasso, e quem adquire poder são os mais capazes de distinguir os sinais valiosos em meio à celeuma”.⁹²² É por essa razão que Nye justifica o aumento na procura por pessoas que consigam filtrar essa informação. Para ele, a busca por editores capazes de filtrar as informações é uma “fonte de poder para os que têm condições de nos dizer em que concentrar a atenção”.⁹²³ Além disso, o autor observa que o poder “não converge necessariamente para aqueles que podem produzir ou reter a informação”.⁹²⁴ Ao contrário da interdependência assimétrica no comércio, no qual o poder é dos que conseguem obstar ou romper os vínculos comerciais, no fluxo da informação, o poder é de quem tem capacidade de editar e validar com autoridade a informação, selecionando tanto o que é correto como o que é importante”.⁹²⁵

A alternativa, portanto, para se lidar num mundo carregado excessivamente de mensagens, é acreditar em quem consegue filtrar essas informações e mostrar tão somente aquilo que merece a devida atenção do público. O problema, todavia, é em quem confiar e como confiar. Isso porque o poder depositado nesse selecionador das informações confirmará a evidência de que o *soft power* da informação será exercido por meio do controle da agenda dos debates públicos, tendo em vista que os responsáveis por essa filtragem são os que irão decidir quais “questões terão acesso à arena internacional de debates”.⁹²⁶ Essa observação acaba por justificar mais uma vez a necessidade de compreensão da teoria do *agenda setting* e do *gatekeeper*, conforme já analisado anteriormente.

A aplicação da teoria do *gatekeeper*, sob esse contexto do *soft power* proposto por Nye, mostra-se fundamental na análise quanto à credibilidade conferida a esses selecionadores. Isso porque a função exercida por eles acabará, cada vez mais, sendo uma fonte de poder e um requisito essencial para se destacar nesse novo cenário. Conseguir se

⁹²² NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano**: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002. p. 121.

⁹²³ *Ibidem*.

⁹²⁴ *Ibidem*.

⁹²⁵ *Ibidem*.

⁹²⁶ STEINBERGER, Margareth Born. **Discursos geopolíticos da mídia**: jornalismo e imaginário internacional. São Paulo: Cortez, 2005. p. 175.

inserir no rol de selecionadores credíveis será um exercício interessante e necessário, porém, não é algo realizável para todos que o desejarem, ao menos não pelos meios tradicionais.

A mídia, contudo, é um dos atores que possui uma tendência natural a gozar da credibilidade social. Há, portanto, uma tendência de se conferir credibilidade aos tradicionais meios de comunicação que sempre tiveram destaque em suas práticas jornalísticas. A *Internet*, por outro lado, obriga que se pense como essa credibilidade poderá vir a se transferir para esse novo meio. “Nos meios de comunicação de massa tradicionais a credibilidade antecede ou acompanha o evento informativo ou de entretenimento com o qual o usuário contata. Quando alguém pensa na RTP, na TVI, na CNN, na BBC ou RAI confere-lhes um determinado grau de credibilidade. No caso da *Internet* o processo tende a ser diferente”.⁹²⁷ Gustavo Cardoso sustenta que a credibilidade na rede e o aceitar dessa nova fonte de informação precisam ser “construídos pelo usuário à medida em que interage com a informação”.⁹²⁸ A análise do *soft power* potencial da *Internet* mostra-se, portanto, como algo de fundamental importância de ser compreendido, pois na *Internet* emergem, cada vez mais, outros possíveis focos de poder decorrentes de uma credibilidade que pode vir a ser construída pelas novas mídias, tal como estudado no capítulo anterior.

Essa é uma mudança que se mostra necessária, pois, apesar de existirem diversas razões que a justifiquem, a mais importante é que

[...] a televisão e os demais veículos clássicos de comunicação estão sendo desafiados pela *Internet* e por outras tecnologias que oferecem opções mais amplas de serviços de informação e entretenimento. A fragmentação da sólida audiência da televisão é apenas um exemplo dessa tendência. Outras mídias também estão sendo afetadas. Por exemplo, nos últimos anos da década de 90, a leitura de jornais diários por adultos diminuiu de cerca de 78% (índice do final da década de 40) para menos de 60%.⁹²⁹

Em face disso, a busca por credibilidade é uma preocupação que atinge diversos setores, desde os políticos até a mídia. Grandes redes de comunicação de massa, como a CNN, por exemplo, sentem-se ameaçadas pela mudança de foco de seus telespectadores e, com isso, com uma possível queda em sua credibilidade junto ao público e tal circunstância, segundo a teoria de Nye, seria uma perda de *soft power* indesejada.

Para responder às novas exigências da sociedade em rede, a CNN foi a emissora

⁹²⁷ CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV, 2007. p. 302

⁹²⁸ *Ibidem*.

⁹²⁹ DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. Tradução de Edmond Jorge. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2000. p. 19-20.

de televisão pioneira em agregar junto a sua prática jornalística os valores comuns na *Internet* de conciliar a informação por meio da multimídia em voz, vídeo e texto. Além disso, a CNN passou a agir fortemente junto à *Internet* para resgatar sua audiência e firmar-se com um meio credível também junto à rede.⁹³⁰ Essas modificações, associadas a uma prática mais interativa, são consideradas como “[...] a grande esperança dos setores de mídia e de telecomunicações na sua própria reestruturação para competir no novo contexto das comunicações de massa”.⁹³¹ Por outro lado, também é “[...] um conceito vago, envolvendo mais promessa que desempenho” e, dessa forma, até o momento o “objetivo final da mídia interativa – aceitação em grande escala pelos consumidores – ainda está para ser concretizado”.⁹³²

Joseph Nye, ao analisar a questão da credibilidade dos selecionadores da informação (analisados anteriormente com o nome de *gatekeepers*), refere que ela é uma fonte importante de *soft power*. O autor sustenta, ainda, que a credibilidade somente se alcança quando se possui uma boa reputação no cenário midiático. Esse fator, apesar de importante no passado, mostra-se ainda mais relevante no presente pois “as lutas políticas se dão em torno à criação e à destruição da credibilidade”, tal como ocorre hoje com as questões sobre o aquecimento global.⁹³³

As comunidades tendem a se agrupar ao redor de selecionadores de informação fidedignos e, por outro lado, a credibilidade percebida tende a reforçar as comunidades. Os usuários da *Internet* preferem visitar os sítios cuja informação lhes parece ao mesmo tempo interessante e merecedora de crédito. Os governos disputam a credibilidade não só perante os outros órgãos, mas perante uma longa série de alternativas, incluindo a mídia, as empresas, as organizações não governamentais, as intergovernamentais, as intragovernamentais e as redes de comunicação científicas. [...] a política se converte numa disputa de credibilidade competitiva. Os governos concorrem entre si com outras organizações a fim de aumentar a própria credibilidade e debilitar a dos adversários [...] O prestígio sempre foi importante na política mundial, mas a credibilidade tornou-se um recurso de poder com papel ainda mais importante, em virtude do dilúvio de informação gratuita e do ‘paradoxo da abundância’ na era da informação.⁹³⁴

O maior problema é que se vive uma fase de transição, em que os grandes meios de comunicação já não possuem a mesma credibilidade que possuíam. Por isso, Juan Varela, ao analisar o fenômeno das novas mídias, entende que são esses novos meios que “ensinam à comunicação de massa” que ela necessita de uma maior transparência, bem como, ser mais aberta, de forma a “exalar confiança por meio de uma conduta visível, onde tudo seja

⁹³⁰ *Ibidem*, p.72.

⁹³¹ *Ibidem*, p. 37.

⁹³² *Ibidem*.

⁹³³ NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano**: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002. p. 121.

⁹³⁴ *Ibidem*, p. 122-123.

comprovado por todos”.⁹³⁵ O autor ressalta que deve haver um predomínio do poder suave do fato verdadeiro em detrimento à “sacralização do acesso ao secreto, ao reservado a alguns poucos”.⁹³⁶ Em outras palavras, enquanto as novas mídias se fundam em bases mais participativas com a sociedade, pois não dependem de manter relações políticas ou econômicas para difundir suas informações, a grande mídia tradicional, estabelecida com o intuito de obtenção de lucro, por vezes, peca ao se omitir em sua vocação intrínseca de informação verdadeira.

O problema, todavia, não se encontra resolvido, pois na *Internet* a confiabilidade também não emergiu com total segurança, e, portanto, ainda é um obstáculo para se afirmar que as novas mídias gozam de uma credibilidade mais efetiva em comparação à mídia tradicional. Diante da facilidade de se introduzir novas informações na *Internet* não se pode identificar em muitos casos se o que está na rede é verdadeiro ou não.

Nilson Lage destaca que, *a priori*, não é possível identificar se uma informação impactante, por exemplo, “resulta de um trabalho sério” ou se é uma “mera especulação ou fantasia”.⁹³⁷ Por tal razão, o autor enfatiza a importância de se identificar a que tipo de categoria o *site* com a informação encontrada na *Internet* pertence.⁹³⁸ Identificando-se a qual categoria pertence, ainda assim, antes de realizar qualquer juízo de valor ou tomar alguma decisão de transformar uma informação em notícia, o autor sugere que se localize a instituição provedora para que se informe sua credibilidade.

Ao analisar essas dificuldades pelas quais passa o jornalismo contemporâneo, Margareth Steinberger sustenta que a “nova ordem geopolítica” é indiscutivelmente midiática e fundamentada na opinião pública, razão pela qual se “utiliza de ferramentas bem pouco convencionais para estruturar o imaginário social no campo geopolítico neste começo de século XXI”.⁹³⁹ Uma dessas ferramentas apontadas pela autora é a “auto-reflexividade”, que permite “ao jornalismo inserir-se como ator no espaço público simbólico, disputando poder com outros atores e configurando, assim, uma espécie nova de discurso no campo: o

⁹³⁵ VARELA, Juan. *Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0*. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 89.

⁹³⁶ *Ibidem*.

⁹³⁷ LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001. p. 157.

⁹³⁸ LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001. p. 157.

⁹³⁹ STEINBERGER, Margareth Born. **Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional**. São Paulo: Cortez, 2005.p. 175.

metajornalístico”.⁹⁴⁰ A autora explica que a característica essencial desse novo tipo de discurso jornalístico, portanto, reside na explicação para o público das “dificuldades e limites dos profissionais no que se refere às fontes de informação”, sendo que essa “explicação se dá no próprio corpo do noticiário e constitui, ela também, informação”.⁹⁴¹ Apesar de essa receita parecer auxiliar no processo de coleta de informações, na produção das notícias e na relação do jornalista com o seu público, ainda existem outros problemas que afligem a prática jornalística.

Um desses desafios a serem superados é saber lidar com a necessidade da velocidade na produção da notícia.⁹⁴² A conferência da informação diante desse fetiche da velocidade⁹⁴³, em alguns casos, pode ser demorada e, com isso, exigirá uma escolha entre perder a possibilidade de informar ao público, ainda sem uma checagem adequada da fonte,⁹⁴⁴ ou perder o ineditismo da notícia para um concorrente, e, em muitas situações há uma escolha por se arriscar em confiar numa fonte não checada.⁹⁴⁵ As fontes, portanto, também exercem um poder importante na forma como serão produzidas as notícias e, com isso, tornam a atividade do jornalista muito perigosa quando o mesmo se reserva ao direito de não revelar qual foi a sua fonte na intenção de protegê-la.

Felipe Pena explica que essa prática, todavia, pode ajudar a desvendar casos importantes como o Watergate, porém, “também pode produzir grandes distorções, como o

⁹⁴⁰ *Ibidem.*

⁹⁴¹ *Ibidem.*

⁹⁴² "A velocidade nos leva de volta à imobilidade. As máquinas destinadas a ver por nós produzem uma visão sintética, que automatiza a percepção. Uma percepção condicionada pela abordagem superficial da velocidade, cuja estética vale-se de uma equivocada primazia da imagem sobre o texto e de um processo de simplificação da linguagem audiovisual". PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.p. 87

⁹⁴³ “[...] A velocidade é consumida como fetiche, pois ‘chegar na frente’ torna-se mais importante do que ‘dizer a verdade’: a estrutura industrial da empresa jornalística está montada para atender a essa lógica. MORETZSOHN, Sílvia. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002. p. 120.

⁹⁴⁴ "A fonte de qualquer informação nada mais é do que a subjetiva interpretação de um fato. Sua visão sobre determinado acontecimento está mediada pelos "óculos" de sua cultura, sua linguagem, seus preconceitos. E, dependendo do grau de miopia, a lente de aumento pode ser direcionada para seus próprios interesses. [...] É claro que existem pessoas desinteressadas e dispostas a fornecer informações corretas. Entretanto, basta a proximidade do profissional mediador, o jornalista, para interferir fundamentalmente na mensagem relatada". PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005. p.57-58.

⁹⁴⁵ Segundo Manuel Chaparro, “os jornalistas das redações escrevem cada vez mais sobre fatos que não observaram e sobre assuntos de que não entendem – precisam de bons informantes e intérpretes da realidade; as fontes empresariais e institucionais, geradoras de fatos e atos de relevância social, e detentoras da capacidade de explicá-los, não sobrevivem sem a comunicação com os ambientes externos – precisam dos meios. O problema é que, nesse ajustamento de conveniências, o jornalismo frequentemente se reduz a algumas técnicas usadas como ferramentas de propaganda, para servir a interesses particulares – às vezes, dos próprios jornais e jornalistas”. CHAPARRO, Manuel. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**: São Paulo: Summus, 1994. p. 94.

caso das falsas reportagens feitas por Jayson Blair para o *The New York Times*, em 2003”.⁹⁴⁶ O autor explica que foi o próprio jornal quem “[...] desmascarou o repórter acusando-o de inventar testemunhas e falsificar declarações, mas quantos casos não desvendados terão existido antes deste?”.⁹⁴⁷ Foi para evitar esse tipo de situação que os jornais criaram procedimentos sobre como lidar com suas fontes. Isso também auxilia a evitar a perda da credibilidade que esses tipos de escândalos ocasionam.⁹⁴⁸ Isso porque, nesse jogo de poder pela informação, “as fontes também podem manipular o jornalista e agendar os meios de comunicação. [...] Uma fonte oficial pode divulgar determinada notícia para amenizar o impacto de outra, que deseja ocultar”.⁹⁴⁹

Dentro desse contexto, conforme vem sendo analisada, a informação noticiada também sofre outro efeito dos tempos modernos, ou seja, o excessivo fluxo de informação pode causar a sua efemeridade acentuada.⁹⁵⁰ As notícias e os acontecimentos relevantes somente permanecem com esse *status* enquanto conseguirem atrair a atenção de um público considerável. Na medida em que outras “novas” informações são publicizadas há um deslocamento na atenção para outro foco e o problema até então noticiado “deixa de existir” e é como se tivesse “desaparecido”.⁹⁵¹ Aqui se pode visualizar bem um exemplo do paradoxo

⁹⁴⁶ PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005. p.60. Segundo Marcello Rollemberg, “investigação do NYT encontrou um defeito alarmante: das 73 reportagens assinadas por Blair desde outubro de 2002, nada menos do que 36 tinham problemas sérios que feriram de morte todos os procedimentos do fazer jornalístico. O repórter de 27 anos – que se demitiu em 1º de maio – inventou entrevistas, criou personagens, plagiou ou deu como suas reportagens de outros veículos, mentiu quanto a viagens que supostamente havia feito sem nunca, na verdade, ter saído de Nova York e deturpou informações. Cf. ROLLEMBERG, Marcello. *Ética de papel*. **Revista USP**, São Paulo, n. 59, setembro/novembro, 2003. p. 260.

⁹⁴⁷ PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 60.

⁹⁴⁸ Alvin Toffler ao analisar a forma de funcionamento do “sistema global dos meios de comunicação” refere que há clara tendência de aumento nos custos para o convencimento da opinião mundial a ser construída utilizando-se os meios de comunicação. O autor refere, ainda, que “o que os estrangeiros disserem sobre um país terá mais peso interno nesse país do que nunca”. Por essa razão, Toffler sustenta que “os governos irão, sem dúvida, inventar mentiras mais sofisticadas para racionalizar seus atos em proveito próprio e manipular os crescentes meios de comunicação sistêmicos. Também irão aumentar as tentativas de melhorar sua imagem global. Mas se essas tentativas falharem, eles poderão sofrer importantes penalidades econômicas por um comportamento que não tenha agradado o resto do mundo”. TOFFLER, Alvin. **Powershift**: as mudanças do poder. Tradução de Luiz Carlos do Nascimento Silva. 6. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003. P. 366.

⁹⁴⁹ PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 61.

⁹⁵⁰ “A velha fórmula segundo a qual a informação é praticamente a única mercadoria que não vale mais nada ao fim de vinte e quatro horas merece portanto reflexão. No século XIX e no início do século XX, em pleno auge da imprensa, trata-se [...] menos de ‘produzir informação’ do que de antecipá-la, de alcançá-la em movimento, para finalmente vendê-la antes que seja literalmente ultrapassada. Os assinantes passam a comprar menos notícias cotidianas do que adquirir instantaneidade, ubiqüidade ou, em outras palavras, compram sua participação na contemporaneidade universal, no movimento da futura cidade planetária”. VIRILIO, Paul. **Velocidade e política**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996. p. 49.

⁹⁵¹ Marcondes Filho refere que “tudo deve ser exposto até se queimar. Como nas antigas películas de cinema ou nos projetores de slides sem sistema de refrigeração, a exposição excessiva de um diagrama queima o filme, fazendo-o desaparecer. No jornalismo, a exposição, depois a superexposição, de pessoas, fatos, acontecimentos, provoca um processo social de ‘queima’ do fato, na medida em que as notícias excessivamente veiculadas

da abundância, pois a própria *Internet* que gera esse ciclo avançado de “renovação” das notícias e de acontecimentos, também auxilia na preservação dessa informação para aqueles que tenham interesse em consultá-la futuramente junto à rede. Assim, apesar de certos fatos terem saído das manchetes dos jornais, poderão ser consultados sempre que necessário, ao contrário das notícias presentes em jornais tradicionais que após alguns dias já são descartadas totalmente da vida de seus leitores.

Esses aspectos da velocidade na produção e renovação das notícias tem sido uma constante em diversos episódios políticos, econômicos, internacionais e nacionais dos últimos tempos, afetando sensivelmente a forma como todo o processo produtivo das notícias é realizado. Por essa razão, a figura isolada do selecionador de informações acaba sendo desafiada constantemente, pois se dificulta cada vez mais o processo de decisão entre o que será ou não notícia e de que forma ela será apresentada. Como já dito anteriormente, a mídia nesse cenário em que a informação é poder, exerce um papel importante apesar de alguns de seus setores, como o jornalismo, encontrar dificuldades para lidar em meio a tantas informações. É nesse ponto que a figura do *gatekeeper* precisa ser retomada, pois ainda é uma figura importante, tendo em vista que para a mídia tradicional o excesso de informação gera uma necessidade de seleção obrigatória e não há espaço para tudo aquilo que aconteceu, somente o que for relevante e que, seguindo os valores-notícia, em tese, interessarão ao público que comprará essa informação com um produto-notícia.

Gustavo Cardoso confirma essa importância atribuída ao *gatekeeper*, referindo que “aquilo que os jornais, rádio e televisão oferecem é credibilidade ou, se preferirmos, a verdade”.⁹⁵² Porém, destaca o autor, para que essa credibilidade exista é necessário que alguém a assegure e verifique se a informação noticiada é correta. O autor entende que na “maioria dos casos o usuário não possui habilidade para isso na World Wide Web, necessita de alguém que valide a informação”.⁹⁵³ O papel da *Internet*, ainda para o autor, talvez torne mais difícil a identificação das informações verdadeiramente úteis e sobre as quais se deve, necessariamente, atribuir confiança e dedicar a atenção. Para Gustavo Cardoso, a *Internet* conduz a uma perda do

tornam-se inócuas, não provocam mais nenhum efeito, conduzem ao seu total esquecimento. *O excesso é a forma mais eficiente de extermínio da coisa e de seu total apagamento da memória*”. MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1986. p. 21. (grifou-se).

⁹⁵² CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV, 2007.p. 198.

⁹⁵³ *Ibidem*.

[...] filtro das instituições ou, pelo menos, obriga-nos a repensar a necessidade de construir novos filtros e também a desenvolver filtros individuais. Daí que a argumentação sobre o acesso à informação tem de levar em conta que, de fato, podem existir notícias demais e que a única forma de assegurar o acesso à informação útil é dizimá-las (isto é, aplicar critérios de filtragem positiva e negativa escolhendo uma opção entre cada 10). Só que essa filtragem implica igualmente o conhecimento dos mecanismos que produziram a informação, o que nos leva à discussão sobre as habilidades necessárias. [...] A existência de abundância de informação não constitui uma garantia de sua utilidade social, pois deve-se possuir os conhecimentos necessários para agir como filtro de informação, saber distinguir e selecionar, ou o acesso a toda essa informação será inútil.⁹⁵⁴

Esse raciocínio de Gustavo Cardoso conduz a uma análise sobre a forma como a informação é buscada e filtrada na *Internet*. Uma tendência existente junto à rede é partir em busca de informações a partir de algum *site* que faça essa busca. Os *sites* com mecanismos de busca, portanto, afiguram-se como os grandes portões da informação na *Internet* pois atuam como o primeiro elemento filtrante de tudo aquilo que consta na *Internet*.⁹⁵⁵ Esse é o caso do *site* Google, que se firmou como um maior *site* de buscas no mundo. Mas, como esse processo pode influenciar nos fluxos de informação e no estabelecimento de fluxos de poder junto ao cenário internacional? O Google mediante um complexo sistema de avaliação dos inúmeros *sites* existentes na *Internet* apresenta uma listagem que se baseia, principalmente, no reconhecimento que os *sites* possuem pelos próprios usuários e na credibilidade da fonte.⁹⁵⁶

Com isso, evidencia-se um fenômeno interessante, pois os primeiros resultados das buscas são, geralmente, os resultados que os usuários da rede se satisfazem. Ou seja, normalmente, quem procura algo no Google se atém tão somente aos 25 primeiros resultados e ignora os demais.⁹⁵⁷ Isso gera um fortalecimento naquelas fontes listadas em primeiro lugar e um afastamento daquelas que estão mais abaixo no grau de relevância, ou como refere

⁹⁵⁴ *Ibidem*, p. 120-121.

⁹⁵⁵ “De modo genérico, o intermediário na rede será aquele que permite a alguém encontrar o que deseja e atesta a credibilidade do encontrado. A rede pode ser vista como a Biblioteca de Babel” como sendo “aquela onde se encontra todos os livros que podem ser escritos, formados pela combinação dos caracteres existentes do número de caracteres por página e do número de páginas por livro. Estará nesta biblioteca um livro que conta a história de nossas vidas, desde quando nascemos até o momento fatal. Livro interessante; mas como encontrá-lo, se a biblioteca é maior do que a massa do universo e se há uma diferença mínima entre este que conta verdadeiramente a história da minha vida e um outro, ao lado na estante, que mudou apenas uma vírgula, aquela que, ao ler, me faz crer que morrerei mais tarde? Do mesmo modo, deverá existir na rede, para cada interesse individual, a informação que o atende; a dificuldade será encontrá-la e diferenciá-la das outras”. VAZ, Paulo. Esperança e excesso. In: PARENTE, André (Org.). **Tramas da rede**: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 207.

⁹⁵⁶ “Existe uma clara noção dos diferentes tipos de critérios objetivos que caracterizam o funcionamento dos mecanismos de busca. Normalmente o critério pode ser de três tipos: popularidade do link (presente, entre outros, no Google), características da página e análise de conteúdo. [...] Cada método tem a sua razão de ser e há mecanismos de busca que usam apenas um ou que combinam vários.” CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV, 2007.p. 297-298.

⁹⁵⁷ *Ibidem*, p. 296-297

Cardoso, a utilização de classificações de “*ranking* de popularidade para escolha de resultados, para apresentar em buscas, tende a tornar as páginas já populares mais populares e as menos populares cada vez menos visíveis”.⁹⁵⁸

Emerge, assim, a figura do *Internet gatekeeper* ou *gatekeeper digital*.⁹⁵⁹ Dessa forma, os mecanismos que efetuam as buscas na *Internet* acabam por desempenhar “a função de decidir a informação relevante para a entrada digitada pelo usuário”.⁹⁶⁰ O autor destaca, portanto, que estar disponível na *Internet* não pode ser considerado sinônimo de estar acessível ao usuário pois “mesmo que o leitor saiba o que pretende encontrar, fica dependente das escolhas dos produtores de informação, dos criadores dos mecanismos de busca e das equipes de marketing, dos próprios mecanismos, que especificam critérios de apresentação dos resultados”.⁹⁶¹

Apesar de essa postura mostrar-se coerente com a realidade, também se deve ponderar se não existe certo exagero em minimizar a capacidade interpretativa dos usuários da rede. Pierre Lévy sustenta que “nenhuma autoridade *central* garante o valor das informações disponíveis no *conjunto* da rede”.⁹⁶² Em face disso, o autor entende que a confiabilidade do material na rede pode em primeiro momento ser atribuído pela identificação dos seus responsáveis, pessoas ou instituições que “assinam suas contribuições e defendem sua validade frente à comunidade dos internautas. [...] As comunidades virtuais, fóruns eletrônicos ou newsgroups são freqüentemente *moderados* por responsáveis que filtram as contribuições de acordo com sua qualidade ou pertinência”.⁹⁶³ Porém, o fator que deve ser levado em consideração é que existe em funcionamento na *Internet* “uma espécie de *opinião pública*”.⁹⁶⁴ Ou seja, para o autor o controle sobre a qualidade da informação pode ser feita pelos próprios usuários e não tão somente pelos mecanismos de busca tal como sustentado por Cardoso. É claro que Pierre Lévy se questiona se o “caráter diluviano da informação e da comunicação no ciberespaço” não gera “um caos e colocam em desvantagem aquelas pessoas desprovidas de “fortes referências pessoais ou sociais”.⁹⁶⁵ O autor, por sua vez, mantém um

⁹⁵⁸ *Ibidem*, p. 299.

⁹⁵⁹ “O internet gatekeeping é assim o produto do surgimento dos portais e dos mecanismos de busca e do modo como nos apropriamos deles”. *Ibidem*, p.310.

⁹⁶⁰ *Ibidem*, p. 296

⁹⁶¹ CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias**. Rio de Janeiro: FGV, 2007. p. 300.

⁹⁶² LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999. p. 243. grifos no original.

⁹⁶³ *Ibidem*.

⁹⁶⁴ *Ibidem*.

⁹⁶⁵ *Ibidem*, p. 244.

forte otimismo de que, apesar do excessivo fluxo informacional desorganizado, isso não impede que as pessoas se orientem e se organizem por conta própria.⁹⁶⁶

Em face dessa divergência de concepções, que não são restritas aos dois autores em discussão, mostra-se necessário, portanto, questioná-las mediante análise conjunta de outra figura emergente no controle das informações presentes na rede: o *gatewatcher*. A inclusão desse novo intermediário do processo de divulgação das informações na rede, permite que se chegue a um meio termo entre a proposta de autonomia plena dos usuários da rede e o controle total do processo de seleção nas mãos dos *gatekeepers*. Ou seja, conforme análise feita no capítulo 3, existe uma tendência cada vez mais forte de que o próprio usuário da *Internet* também figure como um selecionador de informação, a exemplo do que ocorre com os *blogs*. Todavia, essa atuação não ocorre somente no sentido do que entra ou não no “portão” (lembrando aqui que os *gatekeepers* são considerados os guardiães do portão da informação), mas sim no sentido de organizar essa informação para os demais usuários da rede. Por essa razão, a figura do *gatewatcher* é tida como a de um bibliotecário que auxilia nesse processo, sem, contudo, definir qual a leitura que o usuário que o procura deverá realizar. Portanto, o papel que cada *blog* exerce na *Internet* faz com que se possa afirmar que cada *blogueiro* possui um *soft power* potencial muito grande.

De qualquer forma, é necessário também reconhecer que certos fatores, todavia, farão com que essa influência seja exercida com maior ou menor intensidade, sendo que um dos mais relevantes é o da credibilidade do agente. Por outro lado, o simples exercício descentralizado desse papel de *gatewatcher* já permite que se concorde com o otimismo de Lévy ao perceber que existe, ainda que em gestação, um aumento na preocupação junto a rede relativos a certos problemas sociais e que a *Internet* potencializa essa consciência. Porém, deve-se frisar novamente, que se está diante de uma nova roupagem para o *gatekeeper*, que não deixa de existir, tão somente passa a compartilhar com outros usuários da rede essa tarefa de filtragem.⁹⁶⁷ Além disso, há outro aspecto muito bem reconhecido por Lévy de que apesar

⁹⁶⁶ “Se trouxermos ao palco um indivíduo isolado, perdido na imensa e desordenada base de dados da internet, incapaz de encontrar o que procura ou que se contenta com os primeiros resultados propostos por um motor de busca, então teremos a sensação de que a crescente abundância das informações e a ausência de triagens prévias são mais uma perda do que um progresso. Em contrapartida, se chamarmos às tábuas um internauta não só capaz de utilizar toda a paleta de técnicas de pesquisa disponíveis, mas, sobretudo, que participe em comunidades virtuais em que se debatem os seus tópicos de interesse favoritos e se trocam informações sobre os melhores sítios, então sim, pode ser que a nova mediação, a das capilaridades relacionais, dos processos de inteligência colectiva distribuídos e da crescente familiaridade com os territórios em expansão do hiperdocumento planetário seja mais eficaz e pertinente do que a antiga” LÉVY, Pierre. **Ciberdemocracia**. Tradução de Alexandre Emílio. Lisboa: Piaget, 2002. p. 59-60.

⁹⁶⁷ Segundo Lévy “A principal vantagem da internet, relativamente aos meios de comunicação da democracia midiática da segunda metade do século XX (imprensa, rádio e televisão), é que *permite* que a todos os agentes

de existirem oportunidades de interação e reflexão individual sobre a informação presente da rede nem sempre ela é aproveitada adequadamente. De qualquer forma, as redes virtuais poderão mudar muitas das bases sob as quais estão estabelecidas as atuais relações de poder político. Basta relembrar a forma como as interações políticas durante certos acontecimentos excepcionais ou em situações como eleições se desenrolam por meio das mídias sociais e de fenômenos como *Twitter e Facebook*.

Independentemente de quem venha a exercer esse papel de guardião da informação (*gatekeeper*) ou organizador da “biblioteca” (*gatewatcher*), um problema que o excesso de informação também traz é o da necessidade de constante atualização, principalmente das notícias, para que o *soft power* dos responsáveis por esse processo não venha a ser reduzido.

Os padrões das notícias internacionais, em especial, exigem uma síntese adequada dos fatos e uma estética visual construtiva da informação que prendam a atenção do usuário. A busca pelo novo, o fetiche pela velocidade, faz com que, reconhecidamente certas questões políticas internacionais, por exemplo, nem sempre encontrem um grande espaço na atenção do público se não vier acompanhada desses atributos.⁹⁶⁸ Até mesmo as questões ambientais contemporâneas chamam mais a atenção por efeitos visuais que certos eventos da natureza proporcionam do que a discussão sobre questões futuras ainda não passíveis de serem capturadas pelas lentes da mídia. Esse talvez seja um dos grandes desafios que o exercício do *soft power* da mídia enfrentará para lidar com o aquecimento global. É o problema cuja identificação dos efeitos ainda depende de muita discussão política, pois se trata de um assunto pautado por relatórios científicos ainda não conclusivos, muitos deles controversos e questionados pela própria mídia o que faz emergir, até mesmo, uma dúvida sobre a sua concretude.

que o desejarem exprimirem-se sem terem de passar pelo poder do jornalista. Resultado: a esfera pública alarga-se, diversifica-se e complica-se particularmente. Esta mutação da esfera pública constitui um dos fundamentos da ciberdemocracia. [...] Com efeito, nos meios de comunicação de massas da democracia moderna, *quem* decidia, consoante os seus interesses ou necessidades, aquilo que iria transpor a fronteira entre o privado e o público? Não quem tinha a mensagem a transmitir, mas sim o jornalista que controlava o meio de comunicação ou aqueles que estavam por trás dele. Ora, o jornalista, mesmo que trabalhe num país livre e faça o seu trabalho de boa fé, exerce necessariamente uma censura, nem que seja por razões de espaço disponível”. LÉVY, Pierre. **Ciberdemocracia**. Tradução de Alexandre Emílio. Lisboa: Piaget, 2002. p. 55-57.

⁹⁶⁸ Por outro lado, convém destacar que, no momento em que esses elementos são atendidos e o público se vê atraído pela informação política veiculada na mídia o seu papel de ator internacional se agiganta. Conforme refere Margareth Steinberger, “a mídia configura-se, assim, como um campo preferencial na batalha das ideologias geopolíticas. Seu papel na formação de uma opinião pública internacional revela-se cada vez mais importante, como bem mostra a atual mobilização contra a guerra do Iraque através de passeatas e demonstrações populares em todo o mundo. Sem a mídia, tais movimentos não encontrariam tão rápida e eficazmente seu espaço de disseminação.” STEINBERGER, Margareth Born. **Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional**. São Paulo: Cortez, 2005. p. 27.

Há, portanto, uma dificuldade muito grande, conforme será visto posteriormente, de se estabelecerem conexões claras entre certos fenômenos climáticos identificáveis e os resultados apontados por esses estudos relativos às mudanças climáticas e aquecimento global. Sem essa visualização clara, que poderia muito bem ser feita de forma mais efetiva pela mídia (em todas as suas extensões) grande parte das possíveis discussões se esvaziam e, dessa forma, outros são os assuntos que entram na agenda política e midiática.

Joseph Nye reforça a tese de que o *soft Power* exercido pela mídia, ao captar a atenção das pessoas em prol de um determinado ideal, mostra-se essencial para enfrentar certos problemas de alcance global. Segundo o autor, para se lidar com “[...] as alterações climáticas globais, o poder militar é simplesmente incapaz de gerar sucesso e, às vezes, o seu emprego pode ser contraproducente”.⁹⁶⁹ Justamente por isso, é que as fontes de *soft power* precisam se potencializar e agir para focalizar a atenção da opinião pública para problemas complexos. Existem, porém, dúvidas sobre como atuar frente a essa situação. Nye se questiona justamente sobre como se deve agir “nesta época de poder e perigo sem paralelos”.⁹⁷⁰ O autor questiona como “conseguiremos aprender a usar os poderes duro e brando numa combinação produtiva [...] para enfrentar outros problemas da era da informação global?”.⁹⁷¹

As respostas a essas indagações requerem uma consciência de que o problema precisa ser discutido globalmente, tendo em vista que em face do “[...] crescimento das redes mundiais de interdependência – não cessa de acrescentar novos itens à nossa agenda nacional e internacional”.⁹⁷² Ou seja, é preciso saber utilizar as novas oportunidades que as tecnologias da informação associadas às atuais interações propiciadas pela mídia global oferecem.

Conforme refere Armand Mattelart, a “interdependência obriga a pensar o mundo como uma unidade interconectada. A força pura torna-se obsoleta diante dos problemas complexos das sociedades contemporâneas. A ‘diplomacia das redes’ substitui a ‘diplomacia dos canhões’. Do diagnóstico sobre o estado das relações internacionais à prova da mudança técnica, o geopolítico infere a necessidade um global *political planning*”.⁹⁷³ Diante desse contexto, é que no próximo tópico se iniciará uma análise mais específica sobre o papel da

⁹⁶⁹ NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano**: por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002. p. 19.

⁹⁷⁰ *Ibidem*, p. 21.

⁹⁷¹ *Ibidem*.

⁹⁷² *Ibidem*.p. 17.

⁹⁷³ MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. Tradução de Nicolás Nyimi campanário. São Paulo: Loyola, 2002. p. 102.

mídia no debate climático mundial passando por uma compreensão relativa à sua inércia inicial com a presente temática até se chegar a uma espetacularização contemporânea do assunto.

4.2 Rompendo o silêncio: o despertar da opinião pública mundial e da mídia para as mudanças climáticas e o aquecimento global

Por muito tempo a humanidade acreditou que os recursos naturais estariam sempre à sua disposição, por serem inesgotáveis e por pensar que a própria força da natureza neutralizaria os efeitos gerados pela atuação do homem. Essa lógica por algum tempo funcionou pois, efetivamente, os níveis de poluição nos séculos anteriores ao século 20 não se mostravam preocupantes e capazes de causar uma degradação ambiental significativa. Como destaca Guido Soares, nesse período, acreditava-se que as águas diluiriam os resíduos sólidos e que os ventos com suas “vassouras mágicas” neutralizariam toda a poluição lançada na atmosfera da Terra.⁹⁷⁴

Foi diante dessa crença, de que tudo seria resolvido pelo próprio equilíbrio funcional da natureza que, por muito tempo, a preocupação normativa com o ambiente foi totalmente desnecessária. A descoberta de que a relação humana com o meio ambiente necessitava de um repensar, emergiu tão somente a partir da segunda metade do século 20 após a ocorrência de grandes desastres ecológicos e diversas manifestações dramáticas de má utilização dos recursos naturais. Essa alteração de perspectiva,⁹⁷⁵ todavia, surgiu num momento em que a interação homem-natureza já apresentava sinais muito claros de um

⁹⁷⁴ SOARES, Guido Fernando Silva. **A proteção internacional do meio ambiente**. Barueri: Manole, 2003. p. 15.

⁹⁷⁵ Quanto a essa necessária mudança de atitude pela sociedade internacional, acredita-se que somente haverá uma resposta efetiva a esses problemas na medida em que houver uma maior educação ambiental que institua novos valores ambientalmente corretos na formação humana. Nesse sentido, Luis Alberto Warat quando se refere à educação ambiental sustenta que: “Os homens têm que aprender a aceitar as mudanças de mentalidade ecoambientais. As mudanças de mentalidade se aprendem, são frutos de uma atitude pedagógica diante da vida. Pessoalmente, não creio que nenhum tipo de militarização possa servir para impulsionar a mudança ecoparadigmática. Aqui se está falando de uma mudança que unicamente possa surgir centrada na educação política, quer dizer, dependente de um específico processo político-educacional. A educação ecológica, a educação da transmodernidade. [...] Nossa civilização está morrendo. Estamos esperando uma grande mudança. A seqüência interminável de mal-estares ecológicos, revelam a necessidade de um pensamento ecologizado para a organização global de nosso planeta. É o ambiente impondo seus limites ao nosso deambular antropomórfico.” WARAT, Luis Alberto. **Por quem cantam as sereias**. Tradução Julieta Rodrigues Sabóia Cordeiro. Porto Alegre: Síntese, 2000. p. 82-83.

excesso de utilização irracional dos recursos naturais. Foi a partir desse contexto, que emergiram as primeiras normas internacionais visando a regulamentar a utilização desses recursos, sem, contudo, haver uma noção de que os problemas ambientais exigiriam, futuramente, uma ação integrada em nível global. Muitos dos primeiros tratados ambientais focalizavam apenas a exploração da natureza enquanto recurso para o bem estar humano, sem considerar que os demais seres também interagem e necessitam de proteção.

Ao se analisar, portanto, a evolução da proteção internacional do meio ambiente, percebe-se que as primeiras regras tiveram como pretensão regulamentar tão somente a utilização e/ou exploração de certos recursos naturais. Por isso, sequer podem ser consideradas como normas verdadeiramente protetivas do meio ambiente. Sua função era muito mais utilitarista e antropocêntrica do que efetivamente preocupada com o meio ambiente. O caráter econômico dessas regras também era muito forte, pois grande parte das primeiras convenções internacionais buscavam regulamentar exclusivamente a utilização de espaços, períodos de caça, problemas transfronteiriços, pouco importando as demais interações naturais que não trouxessem interesse imediato ao homem.

Além disso, devido à forma como as normas internacionais ambientais foram criadas inicialmente, estas voltavam ao estabelecimento de obrigações com caráter obrigacional muito fraco, pois eram criadas mais no sentido de impor obrigações de “não fazer” (não matar certas espécies) do que de “fazer” (agir em prol da natureza). Além disso, eram normas que não impunham sanções significativas em caso de descumprimento e eram formuladas por meio de orientações para os Estados no sentido de que eles deveriam “considerar a possibilidade” de estabelecerem determinadas condutas.⁹⁷⁶

Diante dessa forma de agir perante o meio ambiente, muitos problemas surgiram e outras várias situações se agravaram conduzindo a uma necessidade inadiável de reflexão sobre a relação até então estabelecida entre homem e natureza. Essa “conscientização” ocorrida somente após a segunda metade do século passado, deixa claro que apenas quando “a sociedade em si própria encontra um problema, só quando ela sente a necessidade sistemática de lhe dar resposta pela regulação dos comportamentos dos actores sociais relevantes, é que

⁹⁷⁶ Nesse sentido, encontra-se o art. 2 da Convenção sobre a Poluição Atmosférica Transfronteiriça a Longa Distância, firmada em Genebra em 1979. O art. 2 refere-se, em síntese, que as Partes Contratantes encontram-se decididas a empregar os melhores esforços para a limitação e, “tanto quanto possível”, a uma redução gradual da poluição atmosférica. In: **Convenção sobre a Poluição Atmosférica Transfronteiriça a Longa Distância**. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31981D0462:PT:HTML>> Acesso em: 2 abr.2010

ela vai constituir um corpo homogêneo de regras dirigidas intencionalmente à sua solução”.⁹⁷⁷

O surgimento, portanto, de uma institucionalização normativa internacional para a proteção do meio ambiente é fruto de um processo evolutivo em que diversos fatores e atores estiverem presentes.

Dentre esses fatores significativos, encontra-se a emergência do movimento ambientalista que ao divulgar informações sobre os impactos ambientais da ação humana, passou a agir na busca por respostas políticas e jurídicas para enfrentar os dilemas que novas tecnologias e práticas produtivas capitalistas propunham sem sopesar os efeitos negativos ao meio ambiente. A publicação do livro *Silent Spring*, realizada em 1962, por Rachel Carson, é exemplo do efeito que a revelação de certas informações científicas sobre os impactos ambientais podem causar quando publicizados. Neste livro, a autora alertou para inúmeras ameaças ambientais, relatando em detalhes a má utilização dos herbicidas químicos junto à agricultura.⁹⁷⁸

A partir de manifestações como essa começou a crescer internacionalmente a necessidade de se discutir em âmbito mundial mecanismos de reação aos diversos desafios ambientais identificados até aquele momento. Por essa e outras razões, em 1968, por indicação do Conselho Econômico Social das Nações Unidas (ECOSOC – *Economic and Social Council*) surgiu a ideia de se organizar um encontro entre países para debater a proteção ao meio ambiente e, especificamente, discutir mecanismos de controle da chuva ácida e da poluição atmosférica, principais problemas que preocupavam os Estados naquele momento.

A identificação desses movimentos mostra-se essencial para a compreensão sobre como se deu o despertar da opinião pública mundial e dos meios de comunicação para os

⁹⁷⁷ CASTRO, Paulo Jorge Canelas de. Mutações e constâncias do Direito Internacional do Ambiente. In: **Revista Jurídica do Urbanismo e do Ambiente**, Lisboa: Instituto de Direito do Urbanismo e do Ambiente, n.2, p.146, dez, 1994.

⁹⁷⁸ “O acontecimento isolado mais freqüentemente apontado como significativo do começo da revolução ambiental foi a publicação, em 1962, de *Silent Spring*, de Rachel Carson. O livro detalhou os efeitos adversos da má utilização de pesticidas e inseticidas químicos sintéticos, gerou muita controvérsia e aumentou a consciência pública quanto às implicações da atividade humana sobre o meio ambiente e quanto a seu custo, por sua vez, para a sociedade humana. [...] o livro mostrou pela primeira vez que um relato meticulosamente pesquisado e lucidamente escrito sobre uma tecnologia imperfeita era capaz de despertar as pessoas para que exigissem um enfoque mais racional dos problemas do meio ambiente. [...] Durante o ano de 1963, foi publicado em 15 países, tendo sido imediatamente atacado pelo Departamento de Agricultura dos Estados Unidos e por várias companhias da indústria química, uma das quais tentou ostensivamente suspender sua publicação. [...] A inquietação difundida pelos efeitos da precipitação nuclear e pelas advertências de *Silent Spring* se combinou no período de 1966-1972 com uma série de desastres ambientais – acontecimentos que figuraram em manchetes de jornal e tiveram um efeito catalisador sobre os temores ambientais”. McCORMICK, John. **Rumo ao Paraíso: a história do movimento ambientalista**. Tradução de Marco Antonio Esteves da Rocha e Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Relumê-Dumerá, 1992. p. 69-71.

problemas ambientais. Nos próximos tópicos, portanto, será traçado um retrospecto histórico não exaustivo sobre o cenário internacional instaurado a partir da realização da Conferência de Estocolmo em 1972 até se chegar à Conferência realizada no Rio de Janeiro 1992, ocasião em que a temática das mudanças climáticas ganhou destaque e regulamentação específica.

4.2.1 O caminho de Estocolmo ao Rio de Janeiro na busca pela proteção internacional do meio ambiente

O encontro internacional proposto pelo ECOSOC foi efetivamente realizado no ano de 1972. Assim, a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente Humano ocorreu de 5 a 16 de junho em Estocolmo, na Suécia. Essa conferência é considerada como a “primeira vez que os problemas políticos, sociais e econômicos do meio ambiente global foram discutidos num fórum intergovernamental com uma perspectiva de realmente empreender ações corretivas”.⁹⁷⁹ Porém, entre intenções e resultados efetivos, a Conferência trouxe muito mais significados simbólicos do que propriamente uma mudança de comportamento imediato e concreto. Dentre os seus principais resultados, estão a divulgação de uma Declaração de Princípios, o estabelecimento de um Plano de Ação para o Meio Ambiente e a criação do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA).

Apesar de modestos e de uma implementação gradual e futura, os resultados dessa Conferência serviram como um marco na proteção internacional do meio ambiente assinalando, definitivamente, o ingresso em outro momento na relação homem-natureza. A Conferência de Estocolmo, portanto, serviu como um catalisador para diversas iniciativas ambientais que sucederam o encontro. Da mesma forma, proporcionou a emergência de uma maior conscientização perante alguns Estados no que se refere aos problemas ambientais fazendo, também, que o meio ambiente adquirisse uma “visibilidade social a partir do momento em que grupos privados, e em seguida setores públicos, transformaram-no em objetivo fulcral de suas reivindicações e de suas intervenções”.⁹⁸⁰ Guido Soares, por sua vez, chega a afirmar que a Conferência em Estocolmo apresentou consequências diretas e gerou

⁹⁷⁹ *Ibidem*, p. 97.

⁹⁸⁰ MILANI, Carlos. O Meio Ambiente e a Regulação da Ordem Mundial. In: **Contexto Internacional**. jul./dez. v. 20 – n.2. PUC-Rio, 1998. p. 307.

frutos incalculáveis “tanto do ponto de vista das relações internacionais, quanto de seu reflexo direto nos ordenamentos internos dos Estados”.⁹⁸¹

Após Estocolmo, a ONU seguiu intermediando a realização de outros encontros para discutir a implementação das propostas de ação identificadas em 1972. Houve com isso um aumento nas negociações e produção de instrumentos jurídicos internacionais (tratados multilaterais, bilaterais e regionais) sobre diversos temas que não haviam sido regulados anteriormente.⁹⁸²

Dentre esses encontros, um que se destacou foi realizado em 1983, em Nairóbi, no Quênia. Nessa ocasião, foi criada a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, com a missão de examinar os problemas atinentes ao meio ambiente e desenvolvimento e apresentar propostas para solucioná-los. Após quatro anos de intensos trabalhos, a Comissão apresentou em 1987 suas conclusões, por meio de um relatório denominado de Relatório Brundtland que, dentre suas recomendações, sugeriu a realização de uma nova conferência mundial para tratar dos temas ali identificados. Uma das grandes contribuições do Relatório foi a de colocar em evidência a utilização da expressão “desenvolvimento sustentável” no sentido de que o desenvolvimento deve atender às necessidades das gerações atuais, sem, contudo, comprometer a capacidade das futuras gerações em também terem suas próprias necessidades atendidas.⁹⁸³

A nova conferência proposta pelo Relatório Brundtland ocorreu entre os dias 3 e 14 de junho de 1992, no Rio de Janeiro. A chamada Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, também conhecida por Eco-92 ou Rio-92, reuniu um público muito mais plural do que aquele presente em Estocolmo, tendo em vista que participaram desde diplomatas e cientistas até representantes de ONGs. Geraldo Eulálio do Nascimento e Silva, ao descrever a Conferência, atesta que não foi um mero Congresso, “nos moldes que frequentemente se realizam no Rio de Janeiro, nem foi mais uma Conferência

⁹⁸¹ SOARES, Guido Fernando Silva. **A proteção internacional do meio ambiente**. Barueri: Manole, 2003. p. 47.

⁹⁸² Dentre esses vários tratados, podem ser citados: a) o Tratado de Genebra sobre a Contaminação do ar transfronteiriço, de 13 de novembro de 1979, com três protocolos firmados em 1985, 1988 e 1991; b) o Tratado de Viena sobre a Proteção da Camada de Ozônio, de 22 de março de 1985, com seu Protocolo de Montreal de 16 de setembro de 1987; c) a Convenção sobre Direito do Mar, de 10 de dezembro de 1982. d) os Acordos da Organização Internacional de Energia Atômica, sobre informação e assistência em caso de acidentes nucleares, de 26 de setembro de 1986. e) a Convenção da Basileia sobre o controle de transporte transfronteiriço de matérias perigosas, adotada em 22 de março de 1989.

⁹⁸³ Cf. COMISSÃO Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso futuro comum**. [Relatório Brundtland]. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988. P. 46-71.

realizada sob os auspícios das Nações Unidas”.⁹⁸⁴ Para o autor, foi uma “Conferência de primeira grandeza (Conferência de Cúpula), dentro da escala hierárquica da organização mundial [...]”.⁹⁸⁵ O evento contou com uma ampla divulgação da mídia, o que contribuiu para uma maior democratização das atividades realizadas. Os 179 países presentes desenvolveram atividades conjuntas, a fim de reconciliar as interações entre desenvolvimento e meio ambiente. O enfoque do encontro residiu na procura dos meios de cooperação entre os mais diversos países no intuito de lidar com problemas ambientais de alcance global, tais como poluição, mudança climática, destruição da camada de ozônio, uso e gestão dos recursos marinhos e de água doce, desmatamento, desertificação e degradação do solo, resíduos perigosos e a perda da diversidade biológica.

A Conferência do Rio veio dar continuidade aos debates iniciados em Estocolmo e complementar a tomada de consciência surgida naquela ocasião. Acrescentou ao debate a noção de desenvolvimento sustentável⁹⁸⁶ como algo indissociável no tratamento de questões ambientais. Prova disso é que essa nova noção passa a fazer parte de praticamente todos os atos internacionais criados após 1992, até mesmo em campos de competência da OMC. A busca pelo desenvolvimento sustentável, presente inicialmente no *Relatório Brundtland*, base para a Conferência do Rio, foi o documento que deu “o tom considerando necessário à união entre o desenvolvimento e o meio ambiente”.⁹⁸⁷

Os principais resultados dessa Conferência foram a assinatura de duas Convenções multilaterais: a Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima e a Convenção sobre Diversidade Biológica. Outros documentos, tão importantes quanto esses, também foram firmados, todavia, com características normativas um pouco peculiares. Enquanto as Convenções são juridicamente obrigatórias e se constituem em instrumentos normativos cogentes e, por isso chamados de *hard law*, os três textos com maior expressividade dessa conferência foram concebidos sob uma roupagem jurídica do tipo *soft*

⁹⁸⁴ SILVA, Geraldo Eulálio do Nascimento e. **Direito ambiental internacional**. 2. ed. Rio de Janeiro: Thex, 2002. p. 36.

⁹⁸⁵ *Ibidem*.

⁹⁸⁶ Segundo Raimundo Batista dos Santos Jr. o conceito de desenvolvimento sustentável exprime dois conceitos diversos: de um lado o crescimento econômico, e de outro, a conservação dos recursos naturais incluindo nesse contexto a preservação dos interesses das gerações presentes e futuras. SANTOS JUNIOR, Raimundo Batista dos. *Relazioni internazionali e ambiente: contrasti e negoziati tra crescita economica e sviluppo sostenibile*. In: DEL VECCHIO, Angela; DAL RI JÚNIOR, Arno (Org.) **Il Diritto Internazionale dell'ambiente dopo il vertice di Johannesburg**. Napoli: Editoriale Scientifica, 2005. p. 64-65.

⁹⁸⁷ VARELLA, Marcelo Dias. **Direito internacional econômico ambiental**. Belo Horizonte: Del Rey, 2003. p. 33.

law.⁹⁸⁸ Ou seja, apesar de apresentarem um conteúdo bastante significativo são meras recomendações de condutas que não prevêm sanções para o seu descumprimento. Esse é o caso da Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Declaração de Princípios sobre as Florestas e a Agenda 21. Cada um desses instrumentos trouxe orientações excepcionais, mas desprovidos de uma exigibilidade jurídica. Todavia, nos anos seguintes, tal característica não se mostrou tão significativa, pois grande parte das exigências sociais e das criações normativas internas passaram a se pautar naquilo que esses instrumentos de *soft law* apontaram como orientações necessárias para uma proteção adequada do meio ambiente em nível global.

Em face disso, a Eco-92 representa papel fundamental na compreensão do movimento de proteção internacional do meio ambiente. Sua relevância é cada vez mais identificada na medida em que novas conferências sequer conseguem avançar com a temática iniciada no Rio de Janeiro. Uma prova dessa dificuldade em se alcançar avanços mais significativos, pôde ser vista durante a realização da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável (também conhecida como Rio+10), ocorrida em setembro de 2002 em Johannesburgo, na África do Sul, com o intuito de avaliar a mudança global. Dentre os seus objetivos estavam o fortalecimento dos compromissos firmados no Rio, especialmente em relação à Agenda 21 e a identificação de novas prioridades que emergiram desde 1992.

Dentre os seus resultados, foram firmados dois documentos principais: uma Declaração política expressando os compromissos e os rumos para uma prática com providências concretas quanto ao desenvolvimento sustentável, chamada de Declaração sobre o Desenvolvimento Sustentável e um Plano de Implementação que estabelece metas e ações a serem seguidas pelos Estados para consolidação dos compromissos anteriormente firmados desde a Conferência do Rio.⁹⁸⁹ Entretanto, conforme observa Sergio Marchisio, a Declaração de Johannesburgo sobre Desenvolvimento Sustentável se comparada à Declaração do Rio de 1992, mostra-se vaga e genérica e, principalmente, sem capacidade de se constituir numa base para a evolução de novos princípios ou promover a consolidação daqueles adotados no Rio.⁹⁹⁰

⁹⁸⁸ Sobre a importância dos textos de *soft law* firmados na ECO-92 conferir: OLIVEIRA, Rafael Santos de. **Direito Ambiental Internacional: o papel da *soft law* em sua efetivação.** Ijuí: UNIJUÍ, 2007.

⁹⁸⁹ Cf. SANTOS JUNIOR, Raimundo Batista dos. Relazioni internazionali e ambiente: contrasti e negoziati tra crescita econômica e sviluppo sostenibile. In: DEL VECCHIO, Angela; DAL RI JÚNIOR, Arno (Org.) **Il Diritto Internazionale dell'ambiente dopo il vertice di Johannesburg.** Napoli: Editoriale Scientifica, 2005. p.66.

⁹⁹⁰ MARCHISIO, Sergio. Il Diritto Internazionale Ambientale da Rio a Johannesburg. In: In: DEL VECCHIO, Angela; DAL RI JÚNIOR, Arno (Org.) **Il Diritto Internazionale dell'ambiente dopo il vertice di Johannesburg.** Napoli: Editoriale Scientifica, 2005. p.195.

No próximo tópico, serão analisados os desafios e alternativas propostas a partir da Eco-92 para o enfrentamento das mudanças climáticas e todas as discussões que se travaram a partir de então, com o surgimento de novos textos normativos (Protocolo de Quioto) e estudos científicos que dão mais clareza ao fenômeno e ao mesmo tempo ampliam o debate sobre as ações a serem tomadas em âmbito global (Relatórios do IPCC).

4.2.2 A (re) construção do cenário político ambiental diante das preocupações com o aquecimento global

Após a Realização da Eco-92 dá-se o início a um longo período de novas discussões, em face dos temas que foram discutidos durante a conferência e que passaram a fazer parte da agenda internacional de preocupações globais. As pesquisas indicando que o clima mundial passa por transformações e que os fenômenos como efeito estufa e aquecimento global precisam ser controlados, colocaram diversos desafios no debate político internacional a serem enfrentados a partir de então.

Um dos primeiros passos foi dado em 1992, com a celebração da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (CQNUMC). Todavia, por se tratar de um texto normativo do tipo “quadro”, seu conteúdo, apesar de importante, desde o início se mostrou carecedor de complementação futura. Foi diante dessa necessidade de ampliação do primeiro compromisso firmado em matéria climática global, que os anos seguintes foram de intensos debates e encontros entre os membros signatários da Convenção. As Conferências das Partes (COP) passaram a representar o esforço político internacional para se avançar na formulação de conteúdo mais preciso para a Convenção, apesar de que em muitos desses encontros poucos foram os avanços, tendo emergido muito mais retórica do que propriamente atitudes concretas.

É diante desse contexto, que nos próximos itens serão analisados alguns aspectos da Convenção-Quadro sobre Mudanças Climáticas até se chegar ao Protocolo de Quioto e, da mesma forma, serão analisados os principais pontos de discussão travados durante as quinze Conferências das Partes signatárias a essa convenção, já realizadas até o momento, conferindo, ainda, uma especial atenção à última Conferência (COP-15) e aos relatórios científicos emitidos pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC).

a) Da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas ao Protocolo de Quioto

A Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (*United Nations Framework Convention on Climate Change*) foi criada com o objetivo de definir estratégias de estabilização das concentrações de gases de efeito estufa na atmosfera visando, portanto, a impedir que a sua presença não interfira no sistema climático de forma tão danosa.⁹⁹¹ “Ao longo das negociações, as primeiras dificuldades giraram em torno da adoção de obrigações precisas da parte dos países industrializados no tocante aos limites nas emissões de gases que provocam o efeito estufa [...]”⁹⁹²

Dessa forma, visando à ampliação do conteúdo da Convenção e dos níveis obrigacionais necessários para o seu cumprimento, é que a mesma previu a realização de Conferências periódicas para tratar de sua implementação. Desde então, já foram realizadas quinze reuniões dos signatários do texto – as chamadas Conferências das Partes (COP). Cada uma dessas Conferências apresentou uma pauta específica e trouxe alguma contribuição para os avanços nas negociações (ver no próximo tópico um quadro-resumo sobre isso).

Uma das Conferências mais significativas foi realizada em 1997, no Japão. Foi durante a COP-3 que foi instituído o Protocolo de Quioto, o qual estabelece metas de redução de emissão de gases de efeito estufa para os países desenvolvidos.⁹⁹³ O Protocolo exige que os países desenvolvidos reduzam suas emissões em 5,2% em relação aos níveis de poluição de 1990.⁹⁹⁴ Essas metas deverão ser atingidas no primeiro período de compromisso do Protocolo, entre 2008 e 2012. Em face dessa sistemática de obrigações específicas para os países desenvolvidos, listados no Anexo I do Protocolo, houve o reconhecimento expresso tanto na Convenção do Clima quanto no Protocolo de Quioto do princípio da “responsabilidade comum mas diferenciada” o qual impõe “maiores sacrifícios aos países industrializados, inclusive obrigando-os a transferir tecnologias ‘limpas’ aos países em desenvolvimento para

⁹⁹¹ Cf. art. 3º da Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas.

⁹⁹² SILVA, Geraldo Eulálio do Nascimento e. **Direito ambiental internacional**. 2. ed. Rio de Janeiro: Thex, 2002. p. 61.

⁹⁹³ Conforme previsto no Anexo A do Protocolo de Quioto, as metas cobrem as emissões dos seis principais gases de efeito estufa: dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄), óxido nitroso (N₂O), hidrofluorcarbonos (HFCs), perfluorcarbonos (PFCs), hexafluoreto de enxofre (SF₆).

⁹⁹⁴ Estes gases são emitidos maciçamente por todas as atividades humanas nas quais se usam combustíveis fósseis – como o carvão, o petróleo e o gás – e suas emissões aumentam inevitavelmente com o crescimento econômico, mesmo quando se faz o que é possível para reduzir esta relação.

evitar que estes se transformem no futuro, em grandes emissores”.⁹⁹⁵

Diante de toda essa estrutura normativa, o Protocolo passou por um período de inatividade, em razão da ausência de ratificação por importantes signatários. Isso fez com que sua entrada em vigência ocorresse somente no dia 16 de fevereiro de 2005, exatamente 90 dias após a sua ratificação por parte da Rússia.⁹⁹⁶ Apesar das dificuldades encontradas para a sua entrada em vigor, o Protocolo é considerado um dos mais promissores acordos firmados sobre o meio ambiente no seio da ONU. Contudo, apresenta uma eficácia limitada, já que os Estados Unidos, notoriamente um dos maiores emissores de gases causadores do efeito estufa no mundo, recusam-se a ratificá-lo e, conseqüentemente, a cumprir com suas determinações.⁹⁹⁷

O Protocolo também trouxe mecanismos de flexibilização para serem utilizados no cumprimento dessas metas, sendo eles: a) implementação conjunta; b) comércio de emissões; c) mecanismo de desenvolvimento limpo. Ou seja, por meio desses mecanismos, aqueles países que não conseguirem atingir suas metas de redução, poderão se valer de alternativas listadas no próprio Protocolo. Um desses mecanismos é o chamado Mercado de Créditos de Carbono decorrente da adoção de algum Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL).

Nesse aspecto, cumpre ressaltar que o Brasil foi o país que desde 2005 já teve aprovado o primeiro projeto⁹⁹⁸ oficialmente reconhecido de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo nos termos previstos no Protocolo,⁹⁹⁹ além de, atualmente, desenvolver projetos para produção em escala mundial de biocombustível.¹⁰⁰⁰ Através desse tipo de mecanismo, é

⁹⁹⁵ GOLDEMBERG, José. Energia. In: TRIGUEIRO, André (Org.). **Meio ambiente no século 21: 21** especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p. 177.

⁹⁹⁶ Para a sua entrada em vigor havia a exigência de que pelo menos 55 países representando pelo menos 55% das emissões dos gases causadores do efeito estufa o ratificassem.

⁹⁹⁷ Eduardo Viola considera que “de fato, para além do voluntarismo retórico, nenhum regime internacional ambiental (nem de segurança ou econômico) é viável sem a presença dos EUA. Para além disto fica o problema de que, mesmo com a presença dos EUA, o Protocolo de Quioto tem um impacto muito limitado no crescimento das emissões de carbono”. VIOLA, Eduardo. Relações Internacionais. In: TRIGUEIRO, André (ORG.). *Op. cit.* p. 197.

⁹⁹⁸ Projeto Nova Gerar, do município de Nova Iguaçu (RJ).

⁹⁹⁹ Cf. art. 12 do Protocolo de Quioto.

¹⁰⁰⁰ Segundo o Quarto Relatório de Avaliação do IPCC, publicado em 2007, “os biocombustíveis podem desempenhar um papel importante no tratamento das emissões de gases de efeito estufa no setor de transporte, dependendo da sua via de produção. Projeta-se que os biocombustíveis usados como aditivos/substitutos à gasolina e ao diesel aumentem para 3% sua participação na demanda total de energia para o transporte na linha de base em 2030. Isso poderia aumentar para cerca de 5 a 10%, dependendo dos futuros preços do petróleo e do carbono, das melhorias na eficiência dos veículos e do êxito das tecnologias no uso de biomassa da celulose”. IPCC. **Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima**. Quarto Relatório de Avaliação do IPCC, Grupo de Trabalho III. Mitigação da Mudança do Clima. Disponível em: <http://www.mct.gov.br/upd_blob/0024/24520.pdf> Acesso em: 20 abr.2008.

permitido aos países desenvolvidos alcançarem suas metas de reduções de gases causadores do efeito estufa adquirindo dos países em desenvolvimento, créditos de carbono oriundos de projetos limpos.¹⁰⁰¹

Em vista disso, há quem afirme que o Brasil poderá lucrar de imediato com o MDL, bastando para isso agir sem burocracia, caso contrário, outros países poderão se apropriar desse mercado promissor que, apesar de não resolver definitivamente o problema do aquecimento global, já contribui para a redução das emissões de gás carbônico na atmosfera.

Um aspecto que precisa ser refletido é quanto à constatação de que os impactos decorrentes da mudança climática extrapolam os efeitos puramente ambientais, pois causam um efeito muito mais complexo do que inicialmente se pode imaginar, especialmente na esfera econômica internacional. Os lucros até então contabilizados pela utilização de matérias primas poluentes (carvão, petróleo, energias não-renováveis em geral), transformam-se gradativamente em prejuízos futuros. O problema desse tipo de acontecimento é que os efeitos sempre pareceram tão longínquos e incertos, que tudo sempre justificava a manutenção do *status quo*. Entretanto, novos estudos vêm mostrando que a humanidade chegou a uma situação limite, em que somente uma mudança de postura imediata poderá frear a caminhada rumo ao caos.

Um argumento que começa a ganhar destaque nessa batalha é justamente o de evitar custos futuros.¹⁰⁰² Segundo o Painel Intergovernamental sobre Mudança Climática da

¹⁰⁰¹ “O MDL é um dos quatro mecanismos para redução das emissões que foram adotadas no Protocolo de Quioto. Os outros três, que só podem ser utilizados entre os países industrializados, são a implementação conjunta (artigo 6º), o comércio de emissões (artigo 17) e o uso de ‘bolhas’ de emissões”. GOLDEMBERG, José. O caminho até Joanesburgo. In: TRIGUEIRO, André (Org.). **Meio ambiente no século 21**: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p. 177.

¹⁰⁰² “No contexto atual de incertezas, o problema coloca-se, igualmente, a partir do momento em que a produção ou a conservação de um bem comum implica custos – sejam estes um esforço de cooperação, uma limitação de poder, uma desvantagem comercial, um custo monetário. (p. 116) [...] há modalidades de regulação cujos benefícios são difusos e os custos mais concentrados. Por exemplo, os benefícios ao ar puro, da proteção da biodiversidade e da conservação da água potável são atribuídos a várias pessoas em escala temporal bastante variável. Os custos, entretanto, são bastante concentrados em termos de participantes e também na escala temporal (porquanto exigem prazos mais curtos). Essa situação coloca-nos diante de um problema clássico de ação coletiva, no qual os benefícios (difusos e a longo prazo) são subestimados em relação aos custos (concentrados e de curto prazo). Na ausência de compensação, os atores sentem-se ameaçados pela regulação e tentam organizar-se a fim de modificá-la ou mesmo opor-se a ela. Um caso típico é a proteção da atmosfera contra as emissões de gás carbônico: os custos da regulação são concentrados em pequeno número de atores e os benefícios são muito difusos. [...] Por seguinte, pode surgir a figura do ‘carona’ (*free rider*), ou seja, o ator nada tem a ganhar ao participar do esforço coletivo. No caso das mudanças climáticas, se as emissões poluentes são controladas e a atmosfera é protegida enquanto bem comum, o carona (que se recusou a participar dos esforços de redução das emissões de CO₂) se beneficiará das vantagens da redução dos gases que colaboram para o recrudescimento do efeito estufa. Pode parecer-lhe, então, racionalmente, mais vantajoso simplesmente não participar do esforço conjunto e deixar que os outros participantes se responsabilizem pelos custos”. MILANI, Carlos R. S. Governança global e meio ambiente: como compatibilizar economia, política e ecologia. In:

ONU (IPCC) estima-se que os custos da promoção de medidas de mitigação dos efeitos da mudança climática e os recursos necessários para substituição da matriz energética por fontes renováveis, podem custar cinco vezes menos do que os gastos com a reconstrução (se possível) dos danos decorrentes do aquecimento global.¹⁰⁰³

Ainda assim, nota-se que a situação permanece inalterada, apesar dos sinais cada vez mais claros emitidos pela natureza de que algo precisa ser feito rapidamente para evitar que o aquecimento do planeta traga prejuízos irreparáveis à vida sobre a Terra. Em 17 de abril de 2007, pela primeira vez em sua história, o Conselho de Segurança das Nações Unidas se reuniu para tratar de assuntos oriundos das desordens ambientais da atualidade. Infelizmente, o encontro ainda não representou uma verdadeira tomada de consciência das responsabilidades ambientais dos mais diversos países, mas de qualquer forma, já aponta para o surgimento de uma consciência de que as mudanças climáticas poderão acarretar conflitos e guerras e, diante disso, é um assunto que merece ser tratado como questão de segurança internacional, apesar da onda retórica política que cerca a adoção de medidas efetivas nessa área.

Além dessas constatações, relativas aos eventuais prejuízos econômicos do aquecimento global, caso sejam confirmadas todas as circunstâncias catastróficas advindas com o aumento do nível dos oceanos, ocorrerão prejuízos especialmente aos mais pobres, e obrigarão os governantes a buscar novos lugares para abrigar uma nova espécie de refugiados: os refugiados ambientais¹⁰⁰⁴ – uma nova categoria que os governantes terão que lidar. Fluxos migratórios se estabelecerão, e esse movimento encontrará resistência, pois o acesso aos recursos ambientais (terra, alimentos, etc.) virá acompanhado de epidemias causadas pelo aquecimento da temperatura. Em um quadro como esse não há economia que se sustente, e os riscos de conflitos bélicos serão inevitáveis.

Algumas alternativas já vêm sendo postas em prática por diversos países, e o Brasil ganha destaque por suas pesquisas com o biocombustível¹⁰⁰⁵ e, especialmente, na

Fundação Konrad Adenauer. (Org.). **Governança Global**: reorganização da política em todos os níveis de ação. São Paulo: Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung, 1999, v. 16. p. 116.

¹⁰⁰³ Cf. IPCC. **Intergovernmental Panel on Climate Change**. Disponível em: <<http://www.ipcc.ch>> Acesso em: 7 jun.2007.

¹⁰⁰⁴ Dentre os prejuízos, podem ser citados a perda de espécies animais e vegetais e o potencial aumento de conflitos por recursos hídricos.

¹⁰⁰⁵ José Luis Fiori analisa o que ele chama de “a nova geografia econômica mundial” e refere que o problema da segurança energética dessa “nova máquina de crescimento” apresenta-se como um “verdadeiro quebra-cabeça, do ponto de vista da reorganização e redistribuição – política e econômica – dos recursos disponíveis e escassos, nos vários pontos do mapa energético do mundo” (p. 185). O autor apresenta dados extremamente interessantes, e que serão analisados no desenvolvimento do presente projeto, a respeito da ausência de condições reais que

condução política das discussões internacionais, tal como visto nas duas últimas Conferências, em Bali e Copenhague. Esse pioneirismo na busca de soluções globais demonstra o surgimento de um novo tipo de poderio mundial. O poder que até o século 20 era medido e demonstrado apenas pela capacidade bélica, começa a se transformar. Em situações de crise, possui poder quem apresenta soluções para os problemas e convence os demais atores a agir desta forma.

Nesse aspecto, o poder e oportunidade que emergiu ao Brasil com a crise ambiental são singulares. Trata-se de um poder não militarizado ou impositivo, que justamente por isso conta com efeitos muito mais admiráveis e que conduzem um sentimento de co-participação popular na gestão dos recursos ambientais como atores envolvidos no processo de transformação da matriz energética do país e influenciando mudanças mundiais. Ainda que seja um poder brando (*soft power*), é uma espécie de poder que caminha para um reconhecimento internacional mais permanente e maduro. A humanidade já não tolera e tampouco admira demonstrações do poder autoritário – *hard power* – tal como os Estados Unidos demonstrou militarmente junto ao Iraque (ou em qualquer outro lugar do mundo). Pelo contrário, esse tipo de atitude serve cada vez mais como desprestígio a um governo que chega até mesmo a questionar a existência do aquecimento global afirmando ser uma invenção de cientistas.¹⁰⁰⁶

Existem momentos em que a humanidade precisa se unir e esquecer as diferenças. De que adiantará obter lucro, dinheiro, adquirir bens, etc., sem possuir condições de usufruir de isso tudo? A degradação ao meio ambiente e, em especial ao clima, já traz prejuízos que cada vez se tornarão piores. Novas catástrofes ambientais continuarão a dar sinais de que o homem abusou na utilização dos recursos naturais e que necessita repensar suas atitudes. Uma alternativa a essas catástrofes seria a

muitos países possuem de atenderem as suas necessidades internas de aumento da produção de petróleo ou gás. Com isso, observa que essa “necessidade urgente de antecipar-se e garantir o fornecimento futuro de energia” explica a aproximação de certos países junto aqueles que detém maiores reservas de petróleo (p. 186). Destaca, ainda, que se assiste “no mundo do petróleo e do gás natural” a uma “expansão veloz da demanda e um aumento na intensidade da competição entre os velhos e os novos grandes consumidores da energia disponível no mundo” (p. 187). Assevera, ainda que essa disputa é “produto de uma gigantesca mutação geoeconômica do capitalismo mundial, que está exigindo não apenas um aumento da produção de energia mas também uma redistribuição radical de suas fontes de produção” (p. 187). FIORI, José Luis. **O poder global e a nova geopolítica das nações**. São Paulo: Boitempo, 2007.

¹⁰⁰⁶ Quanto à manipulação de pesquisas científicas visando a afastar a existência do aquecimento global, interessante analisar a obra “Heat” de George Monbiot, na qual realiza profunda investigação de quais as possíveis alternativas para amenizar/solucionar o efeito estufa. Nessa obra, o autor apresenta dados estatísticos sobre os níveis de CO₂ e os principais emissores e desmascara pesquisas “pseudocientíficas” que manipulam e criam falsas informações para sustentar que o aquecimento global é um fenômeno normal e que está havendo um exagero na sua divulgação. Cf. MONBIOT, George. **Heat: How to Stop the Planet Burning**. London: Allen Lane, 2006.

[...] busca de uma democracia global que já está adotando muitas formas, desde o ativismo participativo de grupos transnacionais de cidadãos em todo o mundo a conferências globais celebradas sob os auspícios das Nações Unidas, que tem servido de cenário para o enfrentamento e a cooperação nas relações entre os povos e governos. As propostas de criação de uma Assembléia Geral dos Povos no âmbito do sistema das Nações Unidas é um elemento mais de interesse das forças democráticas transnacionais por potencializar seu próprio papel na estrutura global de poder [...] Esta concentração em alcançar a democracia global segue sendo quase em sua totalidade um projeto a se materializar no futuro. De fato seu surgimento ideológico e o ativismo evidente em vários âmbitos globais têm produzido um retrocesso estatal, uma renúncia a estender o consenso em apoio à democracia em nível global, incluindo o sistema das Nações Unidas. [...] Parece evidente que uma coalizão entre as forças globais do mercado e os agentes geopolíticos é capaz de resistir a todos os esforços de dotar de forma política coerente a luta da sociedade civil global. A perspectiva de alcançar a democracia global segue sendo o objetivo supremo de quem está comprometido com a implementação de uma governabilidade favorável aos povos do mundo.¹⁰⁰⁷

Infelizmente, o aquecimento global não é um fenômeno de fácil resolução, tampouco seu enfrentamento é algo que se possa realizar sozinho. As relações globais são interdependentes, e todos os Estados, de uma forma ou outra, influenciam e sofrem influência uns dos outros. Na esfera ambiental essa interdependência é maior, pois não basta que apenas um Estado ou um grupo de Estados passem a adotar medidas favoráveis à proteção ambiental. É preciso que haja participação plena de todos, ainda que isso signifique uma dose de renúncia em termos econômicos.¹⁰⁰⁸

O problema é que a noção de interdependência emerge nas relações internacionais contemporâneas na fase do discurso político ou para justificar ações de interesses econômicos. A cada encontro, onde se discutem os problemas ambientais globais, fica mais evidente que a noção de interdependência é mera retórica, pois a prática política ainda é bastante arraigada as noções do realismo político ao privilegiar os interesses nacionais e a soberania estatal, tal como visto nos atuais episódios sobre as mudanças climáticas.

Conforme destaca Eduardo Viola, num “contexto onde os atores colocam seus interesses nacionais acima de qualquer outra coisa”, impede que exista uma governabilidade

¹⁰⁰⁷ FALK, Richard. **La globalización depredadora: una crítica**. Buenos Aires: Siglo XXI, 2002. p. 263.

¹⁰⁰⁸ Ainda nesse sentido, Odete Maria de Oliveira destaca um importante aspecto referente à governabilidade sem governo no espaço econômico global. Para ela, a governança “encontra-se diretamente vinculada ao processo econômico e à soberania das unidades estatais, local em que a arbitragem comercial internacional veio a colocar-se como verdadeiro sistema de justiça formal – justiça privada -, enquanto que as agências de seguro de crédito e rateio são consideradas os *porteiros* do sistema. Tais agências emergem junto com outras instituições e com os mecanismos da governança, cuja autoridade e poder não as envolvem com o Estado. A *governança sem governo*, assim denominada por James N. Rosenau, junto com os novos regimes legais e a desregulamentação, contribuem para o declínio da soberania estatal, debilitando o próprio Estado, motivos decisivos de sua fragmentação”. OLIVEIRA, Odete Maria de. **Teorias Globais e suas revoluções: fragmentações do mundo**. v. 3. Ijuí: UNIJUÍ, 2005. p. 105.

ambiental global.¹⁰⁰⁹ Assim, quando se espera que vá ocorrer uma ruptura política rumo a uma nova ordem ambiental internacional mediante uma difusão efetiva de um sistema internacional interdependente, elementos políticos e econômicos se sobrepõem e impedem avanços significativos. Até mesmo reações de negação ao problema começam a ganhar força, de forma a enfraquecer os avanços de proteção ambiental alcançados até o momento, fato que será analisado sob a ótica do papel da mídia nos próximos tópicos.¹⁰¹⁰

É em face desse contexto, como destaca Carlos Gonçalves, que se percebe que toda a

[...] retórica discursiva ambiental em torno da mudança climática global fica seriamente comprometida quando se vê como agem as grandes corporações do mundo do petróleo, as instituições multilaterais que lhe dão apoio, como o Banco Mundial, e até mesmo grandes organizações não-governamentais. Pelo poder que essas instituições detêm, podemos dizer que, apesar do discurso, elas são responsáveis, na prática, por colocar todo o destino do planeta em risco, sobretudo quando vem à luz o que ocorre com as populações dos lugares e das regiões em que essas grandes corporações do petróleo mais diretamente exercem sua ação e sobre as quais deixam suas marcas concretas de derramamento de óleo de sangue.¹⁰¹¹

Em face desse cenário, além de criticar a ineficácia das medidas de proteção ao meio ambiente, o autor aponta algumas propostas mais radicais que, segundo seu entendimento, apresentam-se no horizonte político como uma alternativa possível. Dentre elas, o autor salienta a necessidade de deslocamento do debate da “dívida externa para o da *dívida ecológica*, que os países ricos têm para com os países pobres”.¹⁰¹² Apresenta ainda a necessidade de emergir um “movimento pela *justiça ambiental*”, voltado a questionar a forma como os rejeitos radioativos e as demais poluições são depositados em “lugares desvalorizados”, ou fazem com que “os lugares poluídos sejam desvalorizados” e, com isso sejam “habitados por pobres e por pessoas que dispõem de um capital político pequeno”, razão pela qual o “movimento pela justiça ambiental” deve procurar “reinventar outras relações sociais e com a natureza”.¹⁰¹³

Enquanto as medidas de proteção não avançam para um patamar idealizado nas concepções teóricas acima descritas, ou sequer, para aquilo que já existe em termos

¹⁰⁰⁹ VIOLA, Eduardo. As complexas negociações internacionais para atenuar as mudanças climáticas. In: TRIGUEIRO, André (Coord.). **Meio ambiente no século 21: especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p. 187

¹⁰¹⁰ Nesse sentido, conferir a análise de Luiz Carlos Molion, meteorologista da Universidade Federal de Alagoas, ao contestar os dados do IPCC. MOLION, Luiz Carlos. Aquecimento global: uma visão crítica. In: VEIGA, José Eli da (Org.). **Aquecimento global: frias contendas científicas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

¹⁰¹¹ GONÇALVES, Carlos Walter Porto. **O desafio ambiental**. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 137-138.

¹⁰¹² *Ibidem*, p. 164-165.

¹⁰¹³ *Ibidem*, p. 164-165.

normativos, mostra-se necessário compreender com mais detalhes como se deu a evolução da discussão climática a partir das Conferências das Partes e da análise técnica emitida pelo IPCC como respaldo científico para a tomada de decisões políticas futuras, o que será feito no próximo tópico.

b) A contribuição do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) diante das difíceis negociações durante as Conferências das Partes da CQNUMC

As dificuldades em quantificar e identificar exatamente as causas e efeitos das mudanças climáticas levaram o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) a criar em 1988, junto com a Organização Meteorológica Mundial (OMM), o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC - *Intergovernmental Panel on Climate Change*). A função primordial, portanto, sempre foi a de organizar uma base de dados com informações técnicas, científicas e socioeconômicas sobre as mudanças climáticas.

O IPCC é considerado um dos órgãos com maior autoridade científica internacional sobre o assunto, tendo em vista que, por meio de relatórios periódicos, aponta tendências e novos resultados de estudos sobre as mudanças climáticas. Os representantes dos países-membros da OMM, dessa forma, podem participar das sessões plenárias do IPCC, onde ocorrem discussões envolvendo o trabalho até então desenvolvido e no momento em que são apresentados os relatórios, os mesmos, se aceitos, são adotados e aprovados pelos membros. Todavia, o que confere reconhecimento ao IPCC é a participação de centenas de cientistas de todo o mundo que contribuem como autores, colaboradores e revisores dos relatórios.¹⁰¹⁴

Os relatórios do IPCC são divulgados em intervalos regulares e se tornam referência na adoção de medidas políticas sobre o problema. O primeiro relatório publicado pelo IPCC foi em 1990 e tinha por objetivo apresentar as causas do efeito estufa. Esse relatório foi decisivo para a regulamentação sobre mudanças climáticas realizados durante a Eco-92. Já o segundo relatório apresentado em 1995, serviu de base para as negociações do Protocolo de Quioto, realizado em 1997, enquanto que o terceiro relatório de avaliação, apresentado em 2001, foi essencial no processo de negociações envolvendo o Protocolo.

Para realizar esses estudos, o IPCC possui três grupos de trabalho com finalidades distintas. O Grupo de Trabalho I é responsável por avaliar os aspectos científicos do sistema

¹⁰¹⁴ Cf. IPCC. **Organization**. Disponível em: <http://www.ipcc.ch/organization/organization.htm> Acesso em 02 abr.2010

climático e de mudanças do clima. O Grupo de Trabalho II, por sua vez, realiza a avaliação referente à vulnerabilidade dos sistemas sócio-econômicos e naturais em face das mudanças climáticas, bem como, as possibilidades de adaptação a essas mudanças. Por fim, o Grupo de Trabalho III é responsável por avaliar as opções que permitiriam limitar as emissões dos gases causadores do efeito estufa.

Assim, quando são divulgados os relatórios de análise, os grupos apresentam suas conclusões sobre as mais novas descobertas científicas envolvendo as mudanças climáticas, quais os prováveis impactos ambientais e sócio-econômicos desse fenômeno e quais os tipos de estratégias que podem ser empregadas como medidas de mitigação e adaptação. Da mesma forma, são apresentadas sínteses de cada um dos relatórios técnicos. Essa versão resumida é conhecida por *Summary for Policymakers*, ou seja, resumo para elaboradores de política.

O quarto e último relatório elaborado pelo IPCC foi divulgado no início do ano de 2007. Intitulado *Climate Change 2007: The Physical Science Basis*, o relatório elaborado pelo Grupo de Trabalho I apresentou os aspectos científicos do sistema climático e das mudanças climáticas.¹⁰¹⁵ De acordo com esse relatório, é “muito provável que a maior parte do aumento observado nas temperaturas médias globais desde meados do século XX se deva ao aumento observado nas concentrações antrópicas de gases de efeito estufa”.¹⁰¹⁶ Da mesma forma, “é provável que a maior parte do aquecimento observado ao longo dos últimos 50 anos se deva ao aumento das concentrações de gases de efeito estufa” decorrente da queima de combustíveis fósseis e mudanças no uso da terra.¹⁰¹⁷

O *Summary for Policymakers*, relativo aos estudos realizados pelo Grupo I foi publicado em sua versão final no mês de março de 2007, apontando ainda que o aquecimento global é inequívoco e que o aquecimento antropogênico e o nível dos oceanos continuarão a aumentar devido aos processos climáticos, ainda que os gases do efeito estufa permaneçam estabilizadas.

Além disso, foi informado que a temperatura mundial poderá aumentar entre 1,8 °C e 4 °C até 2100 fazendo com que o nível do mar aumente entre 18 a 59 cm. Há, ainda, a possibilidade de que o aumento atinja 6,4 °C caso a população e a economia continuem

¹⁰¹⁵ IPCC. **Climate Change 2007: The Physical Science Basis**. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Disponível em: http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_ipcc_fourth_assessment_report_wg1_report_the_physical_science_basis.htm Acesso em: 2 abr.2010

¹⁰¹⁶ IPCC. **Mudança do Clima 2007: a Base das Ciências Físicas**. Sumário para os Formuladores de Políticas Quarto Relatório de Avaliação do GT1 do IPCC. Disponível em <http://www.natbrasil.org.br/Docs/ipcc_2007.pdf> Acesso em: 20 abr.2008. (versão em português do Relatório do Grupo I)

¹⁰¹⁷ *Ibidem*.

crescendo rapidamente e mantido o intenso consumo de combustíveis fósseis.¹⁰¹⁸

O Grupo de Trabalho II,¹⁰¹⁹ por sua vez, ao estudar as vulnerabilidades dos sistemas socioeconômicos e naturais às mudanças climáticas, consequências positivas e negativas dessas mudanças e opções de adaptação a elas, apresentou seus resultados em abril referindo que se mostra provável a extinção de 20% a 30% das espécies vegetais e animais avaliados caso a temperatura média global aumentar entre 1,5 °C e 2,5 °C. Se o aumento for ainda maior, ultrapassando os 2,5 °C, os cenários identificados pelo relatório sinalizam para grandes mudanças na estrutura e na função de ecossistemas, gerando consequências para a oferta de água e alimentos, dentre outras. Para a saúde, o relatório aponta que existe a possibilidade de milhões de pessoas serem afetadas pelas mudanças climáticas, principalmente as populações que residem em locais com baixa capacidade de adaptação.

Uma interessante contribuição dada pelo Grupo de Trabalho II relaciona-se ao apontamento de cenários de impactos a serem levados em consideração pelos governantes. As informações presentes no quarto relatório permitem indicar condições mais específicas para os continentes sobre a natureza dos futuros impactos que apesar de distintos, são igualmente preocupantes como demonstra o quadro abaixo.

Quadro 13 – Impactos ambientais futuros relacionados às mudanças climáticas em diferentes continentes.

Região	Impactos futuros
AFRICA	Projeção de que até 2020 entre 75 e 250 milhões de pessoas estarão expostas a maior escassez de água. O acesso aos alimentos será comprometido pelas mudanças climáticas e pela redução da área agrícola agravando, conseqüentemente, as condições de nutrição do continente. Prejuízos na oferta de alimentos em razão da redução da pesca nos grandes lagos africanos. Em síntese: a África é uma das partes mais vulneráveis do planeta às mudanças climáticas.
ASIA	O derretimento das geleiras do Himalaia aumentará as inundações e deslizamentos nas encostas de montanhas afetando os recursos hídricos da região nos próximos 20 ou 30 anos havendo, posteriormente, uma redução no fluxo dos rios na medida em que houver a redução das geleiras; As áreas costeiras, densamente povoadas, estarão expostas a riscos de inundações; Aumento na morbidade e mortalidade endêmicas principalmente agravadas pela diarreia.

¹⁰¹⁸ IPCC. **Summary for Policymakers**. In: Climate Change 2007: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report. <http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/wg1/ar4-wg1-spm.pdf> Acesso em: 20 abr.2008.

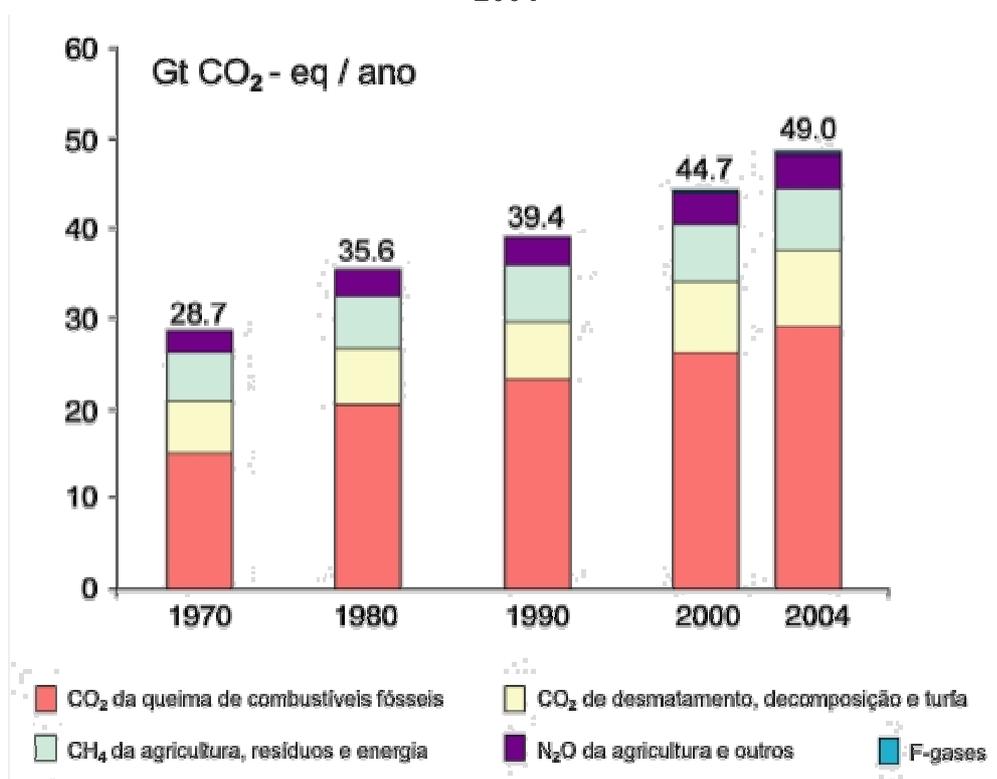
¹⁰¹⁹ Cf. IPCC. **Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability**. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change Disponível em: <http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_ipcc_fourth_assessment_report_wg2_report_impacts_adaptation_and_vulnerability.htm> Acesso em: 2 abr.2010

AUSTRÁLIA E NOVA ZELÂNDIA	Intensificação nos problemas com a água em algumas áreas; Perda da biodiversidade até 2020; Elevação do nível do mar e tempestades mais severas até 2050 e queda na produção agrícola até 2030. Em síntese: Apesar de serem países com melhores condições e recursos para adaptação, ainda assim, seus sistemas naturais terão pouca capacidade de se adaptar.
EUROPA	Retração das geleiras; épocas de cultivo mais longas; impactos na saúde decorrentes de ondas de calor; ampliação de diferenças regionais; riscos de inundações, inclusive no litoral; Grandes desafios econômicos podem ocorrer para muitos setores da economia europeia, dentre eles, o turismo de inverno. Para o norte da Europa, existem projeções de que a mudança do clima provocará efeitos mistos, inclusive alguns benefícios como uma diminuição das necessidades de aquecimento e o aumento de safras.
AMÉRICA DO NORTE	Aquecimento nas montanhas no Oeste e redução da camada de neve, com mais inundações no inverno; Maior competição por recursos hídricos já usados em excesso; Perturbações nas florestas advindas de pragas, doenças e incêndios; grande risco de incêndios e grande expansão nas áreas queimadas; ondas de calor mais intensas nas cidades que já convivem com o problema, e maiores riscos para a população idosa. Em síntese: o crescimento da população nas áreas costeiras e a caríssima infra-estrutura local aumentam a vulnerabilidade às variações climáticas. O preparo para um aumento de tempestades fortes ainda é pequeno.
AMÉRICA LATINA	Aumentos de temperatura e a correspondente redução da umidade do solo; Possibilidade de substituição gradual da floresta tropical por savana no leste da Amazônia e a substituição da vegetação semi-árida por vegetação de terras áridas; Risco de perda de biodiversidade causada pela extinção de espécies em áreas tropicais; nas terras mais secas, graves riscos de salinização e desertificação em áreas hoje agricultáveis; Diminuição na produtividade de algumas culturas e pecuária; em áreas temperadas, aumento da soja; risco de inundações pela elevação do nível do mar; menor disponibilidade de água para consumo humano, agricultura e geração de energia; mudanças na localização dos estoques pesqueiros no Pacífico. Em síntese, dentre as possibilidades de adaptação descritas para o continente estão: a conservação dos ecossistemas importantes, o desenvolvimento de sistemas rápidos de alerta, gerenciamento de riscos na agricultura, gestão nas áreas vulneráveis a inundações e secas. Também se destaca o aprimoramento dos sistemas de vigilância para doenças. Alguns aspectos são descritos como responsáveis por diminuir a eficácia das ações de adaptação, entre eles, a falta de informação básica, de sistemas de monitoramento, de capacitação e de estruturas políticas, associados à baixa renda da população e à existência de assentamentos humanos em áreas vulneráveis.
REGIÕES POLARES	Reduções na espessura e extensão das geleiras e alterações nos ecossistemas naturais, com impactos para inúmeros seres, como pássaros migratórios e grandes mamíferos. No Ártico são previstos impactos mistos para os agrupamentos humanos: por um lado, redução nos custos de aquecimento e aberturas de rotas navegáveis no Mar do Norte, e por outro, comprometimento da infra-estrutura e do modo de vida tradicional dos povos árticos tradicionais. Em síntese: serão necessários consideráveis investimentos para apoiar a adaptação das comunidades tradicionais ameaçadas, principalmente para realocar as estruturas físicas e as comunidades.
PEQUENAS ILHAS	Erosão das praias, branqueamento dos corais e consequente impacto nos criatórios de peixes, com diminuição da importância turística desses locais. Escassez dos recursos hídricos em regiões como o Caribe e o Pacífico. Elevação do nível do mar, aumento de inundações e de tempestades, erosão e outros riscos costeiros, causando ameaças à infra-estrutura vital e aos assentamentos humanos e as instalações que propiciam os meios de subsistência das comunidades das ilhas.

Fonte: adaptado de IPCC. **Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability**. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change Disponível em: <http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_ipcc_fourth_assessment_report_wg2_report_impacts_adaptation_and_vulnerability.htm> Acesso em: 2 abr.2010

Por fim, o Grupo de Trabalho III,¹⁰²⁰ ao analisar as opções de limite às emissões de gases que provocam o efeito estufa, teve seu relatório apresentado em maio de 2007¹⁰²¹. Esse relatório apresenta-se como uma farta revisão de literatura sobre a mitigação das mudanças climáticas publicada desde 2001. Segundo esses estudos, as emissões globais antrópicas dos gases causadores do efeito estufa aumentaram 70% entre 1970 e 2004, conforme demonstra a figura 23.

Figura 23 – Emissões antrópicas globais dos principais gases de efeito estufa entre 1970 e 2004



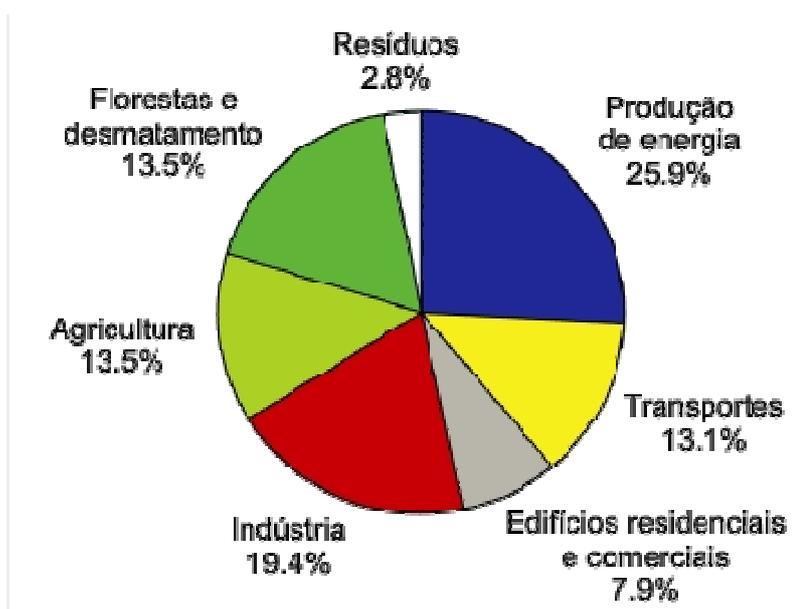
Fonte: adaptado de IPCC. **Climate Change 2007: Mitigation of Climate Change**. Contribution of Working Group III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, 2007. Disponível em: http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_ipcc_fourth_assessment_report_wg3_report_mitigation_of_climate_change.htm Acesso em: 2 abr.2010.

¹⁰²⁰ IPCC. **Climate Change 2007: Mitigation of Climate Change**. Contribution of Working Group III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, 2007. Disponível em: <http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_ipcc_fourth_assessment_report_wg3_report_mitigation_of_climate_change.htm> Acesso em: 2 abr.2010.

¹⁰²¹ Cf. o relatório de síntese das conclusões dos três grupos de trabalho: IPCC. **Climate Change 2007: Synthesis Report**. Contribution of Working Groups I, II and III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Disponível em: <http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/syr/ar4_syr.pdf> Acesso em: 2 abr.2010.

A análise quanto à origem das emissões antrópicas dos gases, segundo dados de 2004, por sua vez, demonstra que uma parcela considerável dessas emissões provem da produção de energia e indústria, dentre outras atividades conforme demonstra a figura abaixo:

Figura 24 – Origem das emissões antrópicas de gases de efeito estufa em 2004.



Fonte: adaptado de IPCC. **Climate Change 2007: Mitigation of Climate Change**. Contribution of Working Group III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, 2007. Disponível em: <http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_ipcc_fourth_assessment_report_wg3_report_mitigation_of_climate_change.htm> Acesso em: 2 abr.2010.

Além disso, segundo as conclusões do Grupo III, para que a temperatura do planeta pare de subir, seria necessário que as concentrações atmosféricas dos gases causadores do efeito estufa fossem estabilizadas. Por fim, o relatório apresenta, sinteticamente, os custos econômicos globais das medidas de mitigação em termos da alteração decorrente do PIB mundial de 2030 (curto e médio prazo) e 2050 (longo prazo), razão pela qual a conclusão apontada pela literatura constante no relatório, indica que devem ser adotadas políticas e medidas urgentes visando a induzir inovação tecnológica para enfrentar esses problemas.

Diante de todo esforço em traçar um quadro completo da situação envolvendo as mudanças climáticas, o trabalho do IPCC recebeu o Prêmio Nobel da Paz no ano de 2007. O

prêmio foi compartilhado com o ex-vice presidente norte-americano Al Gore que também se destacou nesse período por seu ativismo ambiental, evidenciado pela produção de um documentário em que apresenta dados alarmantes e “verdades inconvenientes” sobre o aquecimento global.

Outra grande contribuição dada pelos relatórios do IPCC pode ser observada durante a realização das Conferências das Partes signatárias da CQNUMC. Conforme já referido, até o momento já foram realizadas quinze Conferências em que ocorreram diversos debates no intuito de se avançar com a regulamentação jurídica internacional das obrigações para enfrentar as mudanças climáticas. Em algumas dessas Conferências, os resultados foram positivas, em outras nem tanto. De qualquer forma, apesar de a realização de tais Conferências servir em alguns momentos mais como exercício de discurso político, a sua realização contribui para que se possa identificar o comportamento da mídia antes, durante e após ocasiões excepcionais como essa. Visando a proporcionar uma perspectiva ampla e geral sobre as Conferências até o momento, realizadas, o quadro abaixo demonstra as principais discussões e conclusões a que se chegou por meio da realização das Conferências das Partes (COP).

Quadro 14 – Síntese das Conferências das Partes signatárias da Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (CQNUMC)

COP / ano e local	Principais resultados e acontecimentos
COP 1 - 1995 Berlim (Alemanha)	A primeira conferência iniciou o processo de negociação de metas e prazos específicos para a redução de emissões de gases de efeito estufa pelos países desenvolvidos. As nações em desenvolvimento não foram incluídas na discussão sobre metas, respeitando ao princípio da Convenção que fala sobre “Responsabilidade comuns, porém diferenciadas”. Foi então sugerida a criação de um protocolo a ser apresentado dois anos depois, em 1997, que viria ser o Protocolo de Quioto. Nessa primeira conferência também houve avanço nos debates sobre cooperação internacional entre nações ricas e países em desenvolvimento. Foram aprovadas as “Atividades implementadas Conjuntamente” com o objetivo de ampliar a implementação de projetos de suporte financeiro e transferência de tecnologia.
COP 2 - 1996 Genebra (Suíça)	As partes decidiram pela criação de obrigações legais de metas de redução por meio da Declaração de Genebra. Um importante passo foi dado referente ao apoio financeiro: foi decidido que os países em desenvolvimento poderiam solicitar à Conferência das Partes apoio financeiro para o desenvolvimento de programas de redução de emissões, com recursos do Fundo Global para o Meio Ambiente.

COP 3 - 1997 Quioto (Japão)	A terceira Conferência das Partes foi marcada pela adoção do Protocolo de Quioto, que estabelece metas de redução de gases de efeito estufa para os países desenvolvidos, chamados “Países do Anexo I”. De modo geral, as metas são de 5,2% das emissões de 1990, porém alguns países assumiram compromissos maiores: Japão 6%, União Europeia 8% e Estados Unidos que acabaram não ratificando o acordo, 7%.
COP 4 - 1998 Buenos Aires (Argentina)	A COP 4 centrou esforços para implementar o Protocolo de Quioto. Foi o chamado Plano de Ação de Buenos Aires, que levou para o debate internacional um programa de metas que levaram em consideração a análise de impactos da mudança do clima e alternativas de compensação, atividades implementadas conjuntamente, mecanismos financiadores e transferências de tecnologia.
COP 5 - 1999 Bonn (Alemanha)	O destaque da COP 5 foi a implementação do Plano de Ações de Buenos Aires, mas também o início das discussões sobre o Uso da Terra, Mudança de Uso da Terra e Florestas. A quinta conferência discutiu ainda a execução das Atividades Implementadas Conjuntamente em caráter experimental e do auxílio para capacitação de países em desenvolvimento.
COP 6 - 2000 Haia (Holanda)	Começam a surgir impasses mais acentuados entre as Partes e as negociações são suspensas pela falta de acordo entre, especificamente, a União Europeia e os Estados Unidos, em assuntos relacionados ao Mecanismo de Desenvolvimento Limpo, mercado de carbono e financiamento de países em desenvolvimento, além de discordância sobre o tema Mudanças no uso do solo.
COP 7 - 2001 Bonn (Alemanha) e Marrakesh, (Marrocos)	Uma segunda fase da COP-6 foi então estabelecida em Bonn, na Alemanha, em julho de 2001, após a saída dos Estados Unidos do Protocolo de Quioto sob a alegação de que os custos para a redução de emissões seriam muito elevados para a economia americana. Os EUA também contestaram a inexistência de metas para os países em desenvolvimento. Foi então aprovado o uso de sumidouros para cumprimento de metas de emissão, discutidos limites de emissão para países em desenvolvimento e a assistência financeira dos países desenvolvidos.
COP 8 - 2002 Nova Delhi (Índia)	O ano de 2002 também foi marcado pela Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio +10) encontro que influenciou a discussão durante a COP 8 sobre o estabelecimento de metas para o uso de fontes renováveis na matriz energética dos países. Essa COP também marca a adesão da iniciativa privada e de organizações não-governamentais ao Protocolo de Quioto e apresenta projetos para a criação de mercados de créditos de carbono.
COP 9 - 2003 Milão (Itália)	A COP 9 teve como centro dos debates a regulamentação de sumidouros de carbono no âmbito do Mecanismo de Desenvolvimento Limpo, estabelecendo regras para a condução de projetos de reflorestamento que se tornam condição para a obtenção de créditos de carbono.
COP 10 - 2004 Buenos Aires (Argentina)	As partes aprovaram as regras para a implementação do Protocolo de Quioto e discutiram a regulamentação de projetos de MDL de pequena escala de reflorestamento/florestamento, o período pós-Quioto e a necessidade de metas mais rigorosas. Outro destaque foi a divulgação de inventários de emissão de gases do efeito estufa por alguns países em desenvolvimento, entre eles o Brasil.

<p>COP 11 - 2005</p> <p>Montreal (Canadá)</p>	<p>Primeira conferência realizada após a entrada em vigor do Protocolo de Quioto. Pela primeira vez, a questão das emissões oriundas do desmatamento tropical e mudanças no uso da terra é aceita oficialmente nas discussões no âmbito da Convenção. Também foi na COP 11 que aconteceu a primeira conferência das partes do Protocolo de Quioto (COP/MOP1)¹⁰²². Na pauta, a discussão do segundo período do Protocolo, após 2012, para o qual instituições europeias defendem reduções de emissão na ordem de 20 a 30% até 2030 e entre 60 e 80% até 2050.</p>
<p>COP 12 - 2006</p> <p>Nairóbi (Quênia)</p>	<p>Financiamento de projetos de adaptação para países em desenvolvimento e a revisão do Protocolo de Quioto foram os destaques da COP 12. O governo brasileiro propôs oficialmente a criação de um mecanismo que promova efetivamente a redução de emissão de gases de efeito estufa oriundas do desmatamento em países em desenvolvimento, que mais tarde se tornaria a proposta de Redução de Emissões para o desmatamento e degradação.</p>
<p>COP 13 - 2007</p> <p>Bali (Indonésia)</p>	<p>Nessa reunião, foi criado o <i>Bali Action Plan</i> (Mapa do Caminho de Bali) no qual os países passam a ter prazo até dezembro de 2009 para elaborar os passos posteriores à expiração do primeiro período do Protocolo de Quioto (2012). A COP 13 estabeleceu compromissos mensuráveis, verificáveis e reportáveis para a redução de emissões causadas por desmatamento das florestas tropicais. Também foi aprovada a implementação efetiva do Fundo de Adaptação, para que países mais vulneráveis à mudança do clima possam enfrentar seus impactos. Diretrizes para financiamento e fornecimento de tecnologias limpas para países em desenvolvimento também entraram no texto final, mas não foram apontadas quais serão as fontes e o volume de recursos suficiente para essas e outras diretrizes destacadas pelo acordo, como o apoio para o combate ao desmatamento nos países em desenvolvimento e outras ações de mitigação.</p>
<p>COP 14 - 2008</p> <p>Poznan (Polônia)</p>	<p>O encontro de Poznan ficou conhecido como um meio termo político entre a COP 13 e a expectativa pela COP 15, tendo em vista o cenário político mundial, com a eleição do presidente americano Barack Obama. Um avanço em termos de compromisso partiu das nações em desenvolvimento, como Brasil, China, Índia, México e África do Sul que demonstraram abertura para assumir compromissos não obrigatórios para a redução das emissões de carbono.</p>
<p>COP 15 - 2009</p> <p>Copenhague (Dinamarca)</p>	<p>Pensada como sendo a Conferência em que seria alcançado um novo acordo sobre metas de redução de emissões de gases do efeito estufa, Copenhague deixou a desejar. Após diversas reuniões, denúncias contra as informações científicas produzidas pelo IPCC, o resultado de Copenhague se resumiu a uma “nota de acordo”. Por meio de uma reunião entre Estados Unidos, Brasil, China, Índia e África do Sul, ficou decidida a criação de um Fundo Emergencial de US\$ 30 bilhões, para ajudar os países pobres a combater causas e efeitos das mudanças climáticas, pelos próximos 3 anos. Também ficou acordado que seriam arrecadados US\$ 100 bilhões até 2020, para financiamentos de longo prazo.</p>

Fonte: adaptado de: **A história das conferências da ONU sobre mudanças climáticas**. Disponível em: <<http://blog.planalto.gov.br/a-historia-das-conferencias-da-onu-sobre-mudancas-climaticas>> Acesso em: 4 abr.2010.

¹⁰²² Reunião das Partes (Protocolo de Quioto) (MOP) Órgão supremo do Protocolo de Quioto. Apesar de acontecer simultaneamente à Conferência das Partes da CQNUMC (COP), somente os países signatários deste Protocolo têm direito a participar da MOP, bem como deliberar e tomar decisões relativas ao mesmo.

A partir dessa identificação dos principais acontecimentos ocorridos durante as COP, ainda resta analisar com mais atenção, qual a participação da mídia durante todo esse processo desde as primeiras discussões sobre as mudanças climáticas, até o momento atual.

4.3 A simbiose entre o movimento ambientalista global e a mídia

Todos os instrumentos políticos e normativos até então formulados para responder aos desafios das mudanças climáticas, além de servirem para uma discussão específica sobre a questão ecológica global e seus dilemas relacionados à adoção de medidas realmente efetivas, propiciam uma análise sobre a representação desses desafios pela mídia e como a sociedade internacional reage às informações presentes nas mais diversas e inovadoras mídias contemporâneas.

Nesse contexto, também se mostra interessante ressaltar que a própria mídia também passou a buscar compreender qual o seu papel em situações complexas como as mudanças climáticas, tal como será visto adiante. Contudo, até se atingir esse momento de auto-reflexão midiática, por muito tempo, a mídia e, em especial, as análises da mídia e sobre a mídia, estiveram pautadas tão somente em situações políticas cíclicas (eleições) ou em situações bélicas bem localizadas. Essa talvez seja a razão da existência de poucos estudos até então realizados quer por estudiosos da comunicação social, da comunicação política internacional ou das relações internacionais, focalizando-se os aspectos propostos na presente pesquisa. É um grande desafio identificar qual é o comportamento da(s) mídia(s) nas questões ambientais que emergiram numa escala global nas últimas décadas, e se essa atuação ocorre tão somente como mero instrumento ou se sua participação nesse cenário lhe confere um papel de protagonista.

A análise feita no presente estudo, até o momento, tem indicado que a mídia tradicional e as novas mídias, sempre desempenharam um papel muito plural de acordo com o tipo de acontecimento analisado. Assim, conforme visto no capítulo 3, a mídia pode assumir diversos papéis que lhe conferem características, que a torna muito mais um instrumento do que um ator. Porém, cada vez mais, não só a mídia tradicional, mas especialmente, as novas mídias vêm ampliando a sua atuação independente e causando profundos impactos nas relações políticas nacionais e internacionais. Em matéria ambiental, esses resultados também são sentidos e se fortalecem constantemente. Por essa razão, segundo os conceitos e limites teóricos de ator abordados no tópico 1.1, a mídia reúne condições de ser considerada com ator

emergente, ou pelo menos, um ator em acentuado processo de aquisição desse *status*, tal como observa Antonio Papisca.¹⁰²³

De qualquer forma, também é preciso reconhecer que esse cenário de comprometimento da mídia com as questões ambientais ainda é bastante recente e que se presencia uma fase de ampliação desse papel. Portanto, conforme já referido anteriormente, é preciso ter cautela em todas as afirmações que se fizer sobre o poder da mídia para não se superestimar o papel da mídia tradicional e também para não se subestimar o papel que em longo prazo as novas mídias exercerão com maior intensidade e complexidade no cenário internacional. Apesar dessas limitações, muito já pode ser dito sobre a configuração da mídia como um ator emergente nas Relações Internacionais, em especial, se o foco estiver em pontos como sua participação em coberturas de guerras, eleições e, mais recentemente, nos movimentos ambientais globais.

A proposta desse estudo, conforme já salientado, reside na tentativa de identificação desse papel da mídia na utilização do poder de influenciar comportamentos políticos e sociais por meio da divulgação de informações e de cenários políticos internacionais, surgidos a partir da constatação de que se passa por uma crise ambiental que requer medidas de cooperação global. Assim, apesar de a teoria de Joseph Nye ter sido criada no intuito de o *soft power* ser utilizado pelos Estados, em especial, para o seu próprio país (EUA), já é possível identificá-la em discursos e algumas práticas políticas internacionais com muito mais clareza.

A mídia, sem dúvida, sempre soube influenciar, muito bem, por meio de seus discursos e práticas sociais, as relações políticas nacionais. Contudo, com o avanço das novas tecnologias da informação, o exercício do seu *soft power* se expande além das fronteiras nacionais e ganha escala global. Nesse ponto, porém, é importante ter claro que o engajamento e o interesse político relativo às questões ambientais não ocorrem automaticamente em face da mera exposição a notícias veiculadas pela mídia e é quanto a esse ponto que se exige cautela ao estudá-la. As oportunidades que as mídias *online* alcançaram por meio da facilidade de difusão de informações por meio da *Internet*, “seja como complexo de conteúdos, seja como ambiente de conexão ou sistema de interações, devem ser vistas de modo associado às motivações dos próprios atores sociais e aos

¹⁰²³ PAPISCA, Antonio. **Introduzione allo Studio delle Relazioni Internazionali**. Torino: Giappichelli Editore, 1973. p.154.

procedimentos da comunicação estabelecida entre eles”.¹⁰²⁴

Aqui, portanto, é que talvez se evidencie um aspecto importante da mídia pois apesar de o interesse político não surgir automaticamente e nem sempre as oportunidades que a *Internet* oferece serem aproveitadas, há um crescente benefício por parte da sociedade civil ao poder se beneficiar de uma comunicação cada vez mais horizontal e interativa oferecida pelas novas tecnologias da informação o que permite conhecer mais adequadamente certos assuntos e suas questões específicas mas, principalmente, também poder participar ativamente do processo comunicativo como agente de informação identificado no caso dos *blogs* e redes sociais. De qualquer forma, esse fluxo comunicativo potencializado pelas novas mídias somente ganhará ênfase junto aos processos de tomada de decisão política, se as instâncias decisórias e institucionais do Estado se mostrarem “porosas” a tais fluxos, “dispondo-se a realizar cooperativamente negociações pragmáticas” decorrentes da incorporação dessa nova interação *online*.¹⁰²⁵

Com isso, pode-se afirmar, que a mídia, enquanto ator emergente nas Relações Internacionais atua como um protagonista na utilização do *soft power* para certas situações, ainda que essa mídia não seja mais aquela dos primeiros estudos dos teóricos da comunicação que acreditavam em seu poder supremo. O grau de influência dos meios tradicionais já não é o mesmo, porém, ao mesmo tempo em que isso ocorre, as novas mídias passam a desempenhar um papel cada vez maior no deslinde de questões políticas que também ultrapassam as fronteiras nacionais.

É diante dessas constatações teóricas identificadas desde o segundo capítulo, fortalecidas pela compreensão realizada no terceiro, que se propõe com o presente estudo uma necessidade de revisão do rol de atores das Relações Internacionais, de forma a se incluir a mídia como ator emergente e também reconhecer a crescente importância das novas mídias.

A escolha da análise do movimento ambientalista e suas preocupações com as mudanças climáticas, por sua vez, permite que se identifiquem com maior clareza as fases de reconhecimento midiático relativo a esse problema. Conforme refere Manuel Castells, uma parte considerável do êxito do movimento ambientalista decorre de sua capacidade de “adaptação às condições de comunicação e mobilização apresentadas pelo novo paradigma

¹⁰²⁴ MAIA, Rousiley C. M. **Redes cívicas e internet**: do ambiente informativo denso às condições de deliberação pública. In: EISENBERG, José; CEPIK, Marco (Orgs.). **Internet e política**: teoria e prática da democracia eletrônica. Belo Horizonte: UFMG, 2002. p.66.

¹⁰²⁵ MAIA, Rousiley C. M. **Redes cívicas e internet**: do ambiente informativo denso às condições de deliberação pública. In: EISENBERG, José; CEPIK, Marco (Orgs.). **Internet e política**: teoria e prática da democracia eletrônica. Belo Horizonte: UFMG, 2002. p.66.

tecnológico”.¹⁰²⁶ O autor destaca, ainda, que grande parte das ações desses movimentos se mostra muito apropriada para uma divulgação midiática e ao conseguir chamar a atenção da mídia, o movimento consegue passar sua mensagem a um público muito maior do que aquele que compõe a sua base de apoio. Um aspecto que a exposição constante na mídia confere ao movimento ambientalista é legitimar as suas causas com um grau muito maior do que o atribuído a outras, também noticiadas pela mídia. Isso se torna evidente na medida em que se percebe a constante ação desses movimentos voltados à mídia tal como o que ocorre na prática adotada pelo *Greenpeace*, “cuja lógica está totalmente orientada à criação de eventos que mobilizem a opinião pública em torno de questões específicas no intuito de exercer pressão sobre o poder instituído, seja ele qual for”.¹⁰²⁷

Diante disso, Manuel Castells refere que existe uma “relação de simbiose entre a mídia e o ambientalismo” cuja origem decorre de diversas fontes.¹⁰²⁸ O autor destaca que, em primeiro lugar,

[...] a tática de ação direta sem uso de violência que caracterizou o movimento desde a década de 70 forneceu bom material para reportagem, principalmente considerando-se que os noticiários sempre exigem imagens novas. [...] Em segundo lugar, a legitimidade das questões levantadas pelos ambientalistas, diretamente relacionadas a valores humanistas apreciados pela maioria das pessoas, e muitas vezes distantes da política partidária, abriu caminho para que a mídia assumisse o papel de voz do povo, contribuindo para que sua própria legitimidade se firmasse e fazendo com que os jornalistas se sentissem bem ao divulgar o assunto”.¹⁰²⁹

Essa simbiose fica mais evidente na medida em que os ambientalistas fornecem elementos preciosos para a mídia, principalmente imagens que “dizem bem mais do que uma enorme reportagem”.¹⁰³⁰ Porém, um fator decisivo nessa relação mútua está na adoção pelo movimento ambientalista de novos recursos de divulgação de informações via *Internet*. A mobilização em rede virtual tem sido uma forte aliada do movimento ambientalista e por essa razão não pode ficar esquecida quando se analisa a sua atenção.¹⁰³¹

¹⁰²⁶ CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006. p.161.

¹⁰²⁷ *Ibidem*.

¹⁰²⁸ *Ibidem*, p. 161-162.

¹⁰²⁹ *Ibidem*.

¹⁰³⁰ *Ibidem*, p. 162.

¹⁰³¹ O autor exemplifica essa atuação lembrando da “coalizão de grupos ambientais nos Estados Unidos, Canadá e Chile, formada a partir dos *Friends of the Earth*, *Sierra Club*, *Greenpeace*, *Defenders of Wildlife*, *The Canadian Environment Law Association* e muitos outros na mobilização contra a aprovação da Associação Norte-Americana de Livre Comércio (NAFTA) por causa da insuficiência de dispositivos legais de proteção ambiental no acordo. Eles usaram a Internet para coordenar ações e trocar informações, construindo uma rede permanente que passou a traçar as linhas de batalha da ação ambiental transnacional nas Américas na década de

Por outro lado, a dependência do movimento ambientalista em relação à cobertura midiática é bastante expressiva. Conforme refere Castells, “[...] em virtude dos efeitos convergentes da crise dos sistemas políticos tradicionais e do grau de penetrabilidade bem maior dos novos meios de comunicação, a comunicação e as informações políticas são capturadas essencialmente no espaço da mídia”.¹⁰³² Por essa razão, “tudo o que fica de fora do alcance da mídia assume a condição de marginalidade política”.¹⁰³³ Porém, também é necessário se ter consciência de que os acontecimentos ocorridos nesse espaço político de dominação midiática, não são dominados e determinados tão somente pela mídia, pois conforme sustenta Castells “trata-se de um processo social e político aberto” em que outros atores e interesses também interagem.

De qualquer forma, o que se pode afirmar com mais propriedade é que “a lógica e a organização da mídia eletrônica enquadram e estruturam a política”.¹⁰³⁴ Em outras palavras, significa dizer que sem uma presença ativa da mídia, muitas das propostas políticas não terão chance de obtenção de uma ampla base de apoio. Claro que “a política da mídia não se aplica a todas as formas de fazer política, mas todas as formas de política têm necessariamente de passar pela mídia para influenciar o processo decisório”. Eis, com base nessa afirmação, mais um elemento que confirma o forte poder da mídia nos rumos políticos e que reforçam a constatação de que a política está “essencialmente inserida, em termos de substância, organização, processo e liderança, na lógica inerente do sistema dos veículos de comunicação, especialmente na nova mídia eletrônica”.¹⁰³⁵

Portanto, nos próximos tópicos serão analisadas as primeiras manifestações da mídia envolvendo temas ambientais até se chegar aos dias atuais em que existe uma verdadeira overdose de informações divulgadas, e também manipuladas pelos mais diversos meios de comunicação, e que alteram significativamente a percepção social e política dos acontecimentos.

4.3.1 Da Eco-92 ao Protocolo de Quioto: o esverdeamento da mídia

90”. CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. 5. ed. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 2006. p. 162.

¹⁰³² *Ibidem*.p. 368.

¹⁰³³ *Ibidem*.

¹⁰³⁴ *Ibidem*.

¹⁰³⁵ *Ibidem*. p. 374.

A importância da realização da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD) se justifica por diversos motivos. Os mais lembrados são aqueles já referidos anteriormente e se relacionam com o aspecto político e normativo da proteção internacional do meio ambiente. Por outro lado, para a análise do comportamento da mídia, também este é um evento paradigmático. Em face da maior participação de governos e representantes da sociedade civil e de ONGs, esse foi o evento que proporcionou uma mudança na forma como os temas ambientais passaram a ser tratados na mídia. As coberturas até então eram restritas a divulgação de casos catastróficos ou sobre problemas transfronteiriços e/ou de poluição exagerada. Porém, não havia uma preocupação contínua e especializada pelos meios de comunicação. Assim, efetivamente, até a década de 90, não haveria como se conferir outra caracterização ao poder da mídia que não fosse relacionado a guerras e eleições, tal como aponta o referencial teórico apresentado no terceiro capítulo.

A emergência dessa preocupação, a partir da década de 90, é que permite, atualmente, identificar mais claramente essa evolução nas relações entre mídia e o meio ambiente, em face do contexto de interação recíproca estabelecido desde então. A realização da Eco-92 marca o período em que os jornais e revistas passaram a criar seções específicas para o tema ambiental. As reportagens e a cobertura do evento exigiram criatividade, pois até então, não haviam fontes bem definidas de informação para a elaboração de reportagens bem embasadas e tudo foi feito também dentro de um contexto informativo em que as tecnologias como a *Internet* ainda estavam sendo incorporadas às redações e enfrentavam limitações técnicas como baixa velocidade e acesso, em especial no Brasil.

Em face disso, a Eco-92 também representou outro marco pois serviu para agilizar a criação de uma infra-estrutura de acesso a *Internet* no Brasil tendo em vista a necessidade de “proporcionar uma alternativa aos milhares de jornalistas internacionais que cobriam o evento e que necessitavam se comunicar com suas redações de origem. Até meados daquele ano, apenas algumas instituições acadêmicas (USP, UFRGS, LNCC, PUC-Rio) tinham acesso à *Internet*”.¹⁰³⁶

¹⁰³⁶ Essas instituições utilizavam três conexões internacionais. “Duas partiam do Rio de Janeiro e uma de São Paulo e conectavam-se a instituições acadêmicas norte-americanas. Contudo, todas eram de baixa velocidade (uma de 9.600 bps e duas de 4.800 bps) e serviam, apenas, ao uso experimental e troca de mensagens (e-mail). Em junho, quando a ECO-92 foi aberta, inaugurou-se a utilização da Internet por um público não-acadêmico através dos serviços da Rede Rio e do Alternex (serviço de comunicação montado pelo Ibase - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas), que utilizavam um canal de transmissão de 64 Kbps.” Cf. 10 anos

O jornalista André Trigueiro¹⁰³⁷ descreve muito bem como se deu a participação da mídia durante a realização da Eco-92. Para o autor, a atuação da mídia foi imprescindível para dar maior divulgação e visibilidade aos debates realizados naquele período. Segundo Trigueiro, uma prova dessa importância resta clara quando se percebe que

[...] os veículos de comunicação do Brasil responderam rápido à demanda por notícias desse novo e intrigante filão; meio ambiente. Novos cadernos e suplementos foram criados, numa saudável competição para ver quem conseguia explicar melhor a complexa pauta do encontro. Na falta de jornalistas especializados para preencher todas as vagas abertas, recorreu-se ao auxílio luxuoso de técnicos de diversas áreas alçados à condição de colunistas e articulistas. Nunca, em nenhum outro período da História, se falou tanto de meio ambiente. Uma verdadeira operação de guerra mudou a rotina das redações, onde uma montanha de pautas até então solenemente desprezadas, mais por ignorância do que por má-fé, justificaram coberturas espetaculares. Num intervalo de poucos dias, expressões que só eram conhecidas no meio científico viraram tema de acalorados debates em mesas de botequim. [...] Passada a febre da Conferência [...] sobreveio um período de decantação, onde os assuntos de meio ambiente voltaram a ser cobertos predominantemente pelas editoriais de ciências.¹⁰³⁸

A partir desse momento, teve início intensa cobertura sobre a temática ambiental, que continua até hoje em plena expansão. Segundo um estudo elaborado por Luciana Miranda Costa, a realização da Eco-92 também fez com que houvesse uma ampla publicação de matérias envolvendo os problemas ambientais brasileiros, em especial na Amazônia, junto a periódicos estrangeiros (por exemplo: *The Economist*, *Los Angeles Times*, *The New York Times*). Essas publicações acabaram “provocando reações por parte dos órgãos públicos e repercutindo na própria imprensa nacional”.¹⁰³⁹

A autora também identifica que no período de 1975 a 2002 a questão ambiental ganhou notoriedade ímpar e que a década de 80 se posiciona como sendo o período em que aparecem as primeiras coberturas das questões ambientais. Ainda assim, considera que, efetivamente, foi a partir da década de 90 que o debate se tornou mais qualificado por meio da publicação de matérias elaboradas a partir de dados de instituições científicas e com uma

da Internet no país. **Rede Nacional de Ensino e Pesquisa**. Disponível em: <<http://www.rnp.br/noticias/2002/not-020607e.html>> Acesso em: 5 abr.2010.

¹⁰³⁷ O autor é jornalista com pós-graduação em Gestão Ambiental pela COPPE/UFRJ, foi repórter do jornal ÚltimaHora, da Rádio MEC, da Rádio Jornal do Brasil (AM) e da TV Globo, e desde 1996, vem atuando como repórter e apresentador do Jornal das Dez da *Globonews*, canal de TV a cabo, onde também produziu, roteirizou e apresentou diversos programas especiais ligados à temática socioambiental.

¹⁰³⁸ TRIGUEIRO, André. Meio Ambiente na Idade Mídia. In: TRIGUEIRO, André (COORD.). **Meio ambiente no século 21: especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p. 81-82.

¹⁰³⁹ COSTA, Luciana Miranda. O esverdeamento da imprensa. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. III, n. 2, 2o semestre de 2006. p. 49

melhor contextualização.¹⁰⁴⁰ Nos primeiros anos deste século, a autora também identificou a tendência que se estende até os dias atuais que é o de incorporar na agenda midiática temas de alcance global como as mudanças climáticas.¹⁰⁴¹

A partir dessa inclusão de temas ambientais globais, é que o papel da mídia como ator das Relações Internacionais ligadas ao meio ambiente começa a ganhar consistência. Isso ganha mais expressão e concretude na medida em que se percebe, que é através da mídia que as pessoas se informam sobre as questões ambientais e, principalmente, sobre questões complexas como as que envolvem as mudanças climáticas e o aquecimento global. Por outro lado, o despertar da mídia para os problemas ambientais também acabou se justificando pela emergência de um interesse do público em consumir informações sobre essa temática. Ao mesmo tempo em que a política agendou a mídia, a mídia também passou a agendar os interesses dos seus leitores e a selecionar assuntos que até então seriam rejeitados. A mudança, portanto, foi bastante significativa e, apesar de o evento ter sido realizado no Brasil, a revisão da prática e agenda midiática foi influenciada em todo mundo a partir desse evento.

A análise da cronologia das Conferências da Partes signatárias da CQNUMC e dos estudos científicos divulgados pelo IPCC também permitem entender que as constantes manifestações sobre as mudanças climáticas favoreceram a permanência desse assunto nas pautas midiáticas, apesar de que, em alguns momentos, tenha passado por um período de diminuição da intensidade. Contudo, o assunto jamais saiu da mídia conforme será visto nos próximos tópicos.

Um dos pontos que merece maior atenção para a comprovação das hipóteses desse trabalho, reside na análise mais pontual sobre o comportamento da mídia a partir de 2007, quando o IPCC divulgou o seu quarto relatório. Apesar de 2005 também ter sido um ano significativo com a entrada em vigor do Protocolo de Quioto, foi a partir das conclusões do IPCC, em 2007, aliadas à concessão do prêmio Nobel da Paz ao IPCC e ao ex-vice presidente dos Estados Unidos, Al Gore, que os constantes debates daí surgidos, fizeram com que o tema entrasse de vez na agenda política e midiática global.

As expectativas quanto ao cumprimento do Protocolo de Quioto e as discussões sobre o Pós-Quioto e todas as tratativas realizadas durante a COP14, em 2008 e, recentemente, a COP15 em 2009, mostram que o envolvimento da mídia e a forma como as informações circulam no universo midiático são capazes de gerar reações interessantes e que

¹⁰⁴⁰ *Ibidem*, p. 51.

¹⁰⁴¹ *Ibidem*, p. 53.

merecem ser melhor identificadas para se confirmar as hipóteses dessa pesquisa.

Assim, partindo de estudos já realizados junto a mídia brasileira, italiana e norte americana, bem como, mediante análise de alguns jornais *online* de grande circulação mundial, busca-se com o próximo tópico levantar informações mais precisas, ainda que tão somente ilustrativas (quantitativas, em especial), para demonstrar que a mídia vem exercendo o seu *soft power* com muito mais ênfase no enfrentamento dos dilemas ambientais causados pelas mudanças climáticas.

Isso, por sua vez, vem fazendo com que tanto a sociedade internacional, como os políticos e demais atores internacionais, se vejam compelidos a pelo menos dar explicações sobre suas ações ou omissões. Afinal, nada do que é feito ou deixado de fazer passa despercebida a partir do momento que a mídia se envolveu nessa causa que, além de relevante, confere-lhe também um retorno em termos de consumo das informações por ela produzidas.

4.3.2 A representação das mudanças climáticas na mídia: da inércia ao espetáculo

Uma das indagações que surgem, ao se buscar compreender o papel mídia junto às discussões sobre as mudanças climáticas, é saber exatamente qual a sua contribuição para a emergência de medidas no campo social, político e econômico para o seu enfrentamento. Como a mídia pode auxiliar nesse processo, se é que ela tem esse poder/dever de realizar tal atividade?

Em alguns países essas respostas já começam a ser buscadas por estudiosos da área e até mesmo pela própria mídia. Essa identificação se torna cada vez mais relevante na medida em que as informações sobre as questões ambientais são obtidas em sua grande maioria através da mídia tradicional e, mais recentemente, pelas novas mídias. O problema é que essa inserção da mídia por temas ambientais se manteve por muito tempo em um nível muito tímido e até mesmo após a realização da Eco-92, muitos dos temas não foram discutidos de forma satisfatória junto a mídia.

O interessante é que essa constatação decorre não apenas da observação da mídia brasileira. Trata-se de um fenômeno que atinge a mídia mundial e que, somente aos poucos, começou a perceber que a sua timidez em encarar os problemas ambientais globais causaria a perda da sua própria credibilidade. Segundo o jornalista Luciano Martins Costa, ao analisar o comportamento da mídia tradicional no momento em que o IPCC revelou o quarto relatório,

refere que a “grande imprensa” deixou de lado a realidade explicitada no relatório.¹⁰⁴² Apesar de conferir espaços generosos durante as revelações do IPCC, após o período de “calor das revelações” acabou esquecendo esse problema como se o mesmo tivesse sido superado.¹⁰⁴³

Luciano Costa, relata, que no dia 18 de abril de 2007, foi realizado um debate pelo Instituto Ethos em São Paulo, onde se discutiu os motivos de a mídia não tratar adequadamente da pauta da sustentabilidade. O que se viu, segundo Luciano, foram “declarações explícitas de desinteresse, dissimulado sob platitudes assombrosas”, chegando-se a constatação de que “o jornalista é generalista, e as redações não têm como formar especialistas no assunto”.¹⁰⁴⁴ O debate acabou por revelar que a mídia encontrava-se numa “zona de conforto” e que os jornais não cobriam adequadamente o tema “mais instigante e fundamental” da atualidade porque simplesmente “não se deu conta de que ele existe, é real e afeta a todos os seres humanos”.¹⁰⁴⁵

Na mesma semana em que esse debate foi realizado já se começou a perceber algumas iniciativas de reparar essa inércia e cobertura tímida e descontextualizada. A Editora Abril, por exemplo, colocou em funcionamento na *Internet* um portal chamado Planeta Sustentável (<http://www.planetasustentavel.com.br>) sob coordenação do jornalista Caco de Paula. A intenção era a de abrigar todo o tipo de colaboração que pudesse auxiliar na ampliação dos debates sobre sustentabilidade, ao mesmo tempo em que a empresa passou a recomendar a todos os seus núcleos editoriais que buscassem se aproximar do tema.

Alberto Dines, por sua vez, refere que a mídia também está no banco dos réus em face da sua omissão na cobertura das controvérsias em torno das mudanças climáticas. Segundo Dines, os alertas da mídia foram “débeis”, pois seus apelos e convocações “foram burocráticos e seu compromisso educativo vem sendo progressivamente pisoteado ao longo das duas últimas décadas”.¹⁰⁴⁶ Além disso, o autor refere que “na ânsia de aquecer o noticiário, nossa mídia deixou de lado o aquecimento global. Só acordou agora com a catástrofe anunciada. Preferiu a rotina, o chove-não-molha, abriu mão da sua capacidade de provocar questionamentos e insatisfações, perdeu o interesse pelas opções mais difíceis,

¹⁰⁴² COSTA, Luciano Martins. Mídia e sustentabilidade: o essencial está fora da pauta. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=430IMQ002> Acesso em: 28 dez.2009.

¹⁰⁴³ *Ibidem*.

¹⁰⁴⁴ *Ibidem*.

¹⁰⁴⁵ *Ibidem*.

¹⁰⁴⁶ DINES, Alberto. Aquecimento global, jornalismo desaquecido: todos são culpados, inclusive a mídia. **Observatório da imprensa**. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=419IMQ001> Acesso em: 28 dez.2009.

porém mais corretas”.¹⁰⁴⁷

Essas constatações revelam, por sua vez, que em certos casos, a mídia informa, mas não explica, diz, mas não convence. Agindo indiferentemente diante de uma realidade, que clama por uma maior reação política e social, como creditar um poder à mídia? Parece cada vez mais difícil de admitir isso. Essa postura tímida da mídia, na medida em que é identificada pelo grande público, corrobora o que já foi dito anteriormente sobre a crise de credibilidade pela qual passa o jornalismo e a mídia tradicional. Em face dessa ausência de atitude, que a grande mídia tradicional vem perdendo espaço para as novas mídias, que se mostram mais abertas a discutir e interagir com grandes questões.

Ao que tudo indica, foi em função dessa tardia percepção da gravidade dos acontecimentos e da inércia em enfrentar as questões ambientais, que se abriu mais rapidamente um espaço para novas alternativas de contestação social via *Internet*. Portanto, quando se fala em protagonismo da mídia no uso do *soft power*, deve-se perceber que é um protagonismo relativo, não absoluto, decorrente de um potencial exercício do *soft power* que ficou por algum tempo sub-representado na prática midiática. Recentemente a mídia tradicional se redescobriu e começou a perceber que a postura da indiferença ou do amadorismo com esses temas somente retiraria, ainda mais, a sua credibilidade colocando-a em outros meios.

Na medida em que essa consciência começou a emergir em caráter verdadeiro e de forma crescente junto à mídia, outros fatores começaram a ser identificados, tornando mais complexo esse diagnóstico sobre a atuação da mídia na cobertura sobre as mudanças climáticas. As atuais pesquisas que relacionam mudanças climáticas e os meios de comunicação, conforme será visto a seguir, constatarem que em especial o jornalismo ambiental, emergiu em bases sensacionalistas e superficiais. Ou seja, além das constatações anteriormente expostas, o comprometimento se dá num intuito muito mais comercial e sensacionalista do que efetivamente informativo e, quem sabe, educativo.

O início dessa transição, de uma mídia inerte para mídia mais comprometida com as questões ambientais, propiciou alguns conflitos internos dentro da própria mídia. É o que relata Sônia Aguiar, quando afirma que os jornalistas que “vestiram a camisa” para denunciar os graves problemas ambientais foram taxados de “ecochatos”, em especial pelos colegas da área da política e economia, “cujas esferas decisórias derivam boa parte dos problemas

¹⁰⁴⁷ *Ibidem*.

socioambientais”.¹⁰⁴⁸ Diante dessa dificuldade, a autora relata que muitos jornalistas levaram adiante suas convicções para o “campo da militância”, porém, outros, acabaram procurando abrir espaços na imprensa comercial ou em meios alternativos e alguns, simplesmente, acabaram abandonando a causa ambiental depois de “tentarem em vão ‘vender’ a seus chefes de reportagem pautas relevantes sobre impactos ambientais e desenvolvimento sustentável.
1049

Um dos problemas diagnosticados por Sonia Aguiar, é que não se pode fazer uma cobertura adequada das questões ambientais com o atual padrão de “jornalismo declaratório”, no qual os repórteres são “descartáveis pelo excesso de oferta” e com isso justificam sua “produtividade” e também a qualidade do seu trabalho tão somente pela quantidade de “aspas que inserem em cada matéria”.¹⁰⁵⁰ Em síntese, a autora conclui que não é possível informar a população sobre os riscos ambientais contemporâneos utilizando-se das mesmas práticas de alarmismo e banalização pela qual se caracteriza a produção de notícias sobre violência e corrupção.

Nesse sentido, Carlos Walter Porto Gonçalves também corrobora essas constatações e refere que “[...] o desafio ambiental é mais complexo do que vem sendo posto no debate midiático e, até mesmo, científico. Requer uma profunda reflexão de caráter filosófico para entender o sentido do nosso tempo, o sentido da vida [...]” Assim, entende o autor que se

[...] a política é a arte de definir os limites, como acreditavam os gregos, é essencialmente político o desafio ambiental de nosso tempo – afinal, o desafio ambiental se resume à idéia de que há limites para a relação da humanidade, por meio de cada sociedade, com o planeta! Tudo nos estimula a buscar uma outra relação da sociedade com a natureza, em que a justiça social e a sustentabilidade ecológica se façam por meio da liberdade, em que todos tenham direitos iguais para afirmarem a sua diferença! Que a diversidade biológica e cultural, na igualdade e na diferença, seja vista como o maior patrimônio da humanidade! O mundo está grávido disso, é só ficarmos atentos àqueles que lutam por uma outra globalização”
1051

Outras constatações que reforçam essa dificuldade em representar e analisar adequadamente os resultados científicos, envolvendo as mudanças climáticas, decorre da tendência em abordar a temática tão somente sob um viés catastrófico que, geralmente, vem acompanhado de uma cobertura irregular, superficial e com equívocos conceituais. O que

¹⁰⁴⁸ AGUIAR, Sonia. Mídia & Mudança climática: a responsabilidade dos jornalistas. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=419IMQ005> Acesso em: 30 dez. 2009.

¹⁰⁴⁹ *Ibidem*.

¹⁰⁵⁰ *Ibidem*.

¹⁰⁵¹ GONÇALVES, Carlos Walter Porto. **O desafio ambiental**. Rio de Janeiro: Record, 2004. p. 170-171.

justifica, talvez, essa postura seja a vinculação aos tradicionais elementos formadores dos valores-notícia, que prezam pelo inesperado e catastrófico em detrimento da informação que realmente agrega valor e traz alguma utilidade.

O receio que emerge com uma mudança de foco, é que o produto não chame a necessária atenção do público. Porém, isso também é um desafio que a própria mídia pode fazer a diferença e conduzir a uma mudança de concepção, mas para que isso realmente se mantenha após situações excepcionais, em que a cobertura foi intensificada é necessário uma qualificação da mídia. Essa qualificação se mostra necessária até mesmo para compreender as informações científicas que envolvem a temática. Durante uma conferência sobre mudanças climáticas realizada em Porto Alegre durante o 2º Congresso Brasileiro de Jornalismo ambiental no início do mês de outubro de 2007, essas inquietações vieram à tona. As constatações que os especialistas chegaram é que a cobertura da imprensa sobre o aquecimento global tem acontecido de forma cíclica, ou seja, ela acompanha especialmente a divulgação dos relatórios do IPCC e as Conferências das Partes.

Assim, foi sugerido que a imprensa mantivesse um fluxo contínuo de informações sobre o tema e que também procurasse evitar confundir termos distintos como aquecimento global, mudanças climáticas, efeito estufa e camada de ozônio. Outro aspecto identificado foi o de que a mídia deveria se esforçar para utilizar uma linguagem correta, porém mais clara e acessível, para transmitir as informações sobre a temática.

Além disso, emergiu outra preocupação, que é a de se lidar com o excesso de informação e a saturação de matérias sobre a temática que pode provocar a banalização do tema. Diante disso, se mostra necessária uma atitude mais ativa da mídia para buscar apresentar aspectos da problemática mais voltados à realidade local e também conferir espaços a pesquisas específicas e ainda não cobertas pela mídia. Isso, segundo as conclusões do evento, poderia ser alcançado na medida em que se melhorasse a comunicação entre cientistas e a mídia para evitar que o interesse pela questão ambiental continue a ser tratada de maneira esporádica e sensacionalista.¹⁰⁵²

Mais recentemente, outro encontro abordou essa mesma temática e trouxe conclusões interessantes. Realizado com o apoio da Embaixada Britânica no Brasil, o Encontro Jornalismo, Política e Clima foi realizado no dia 31 de março de 2009, em Brasília-DF. O evento teve por objetivo promover, junto a um seleto grupo de profissionais da

¹⁰⁵² PEREIRA, Murilo Alves. A mídia em tempos quentes. **Agência FAPESP**. Disponível em: <http://www.agencia.fapesp.br/materia/7894/especiais/a-midia-em-tempos-quentes.htm> acesso em 08 jan.2010.

imprensa, o debate sobre a cobertura do tema mudanças climáticas a partir da perspectiva política.¹⁰⁵³

Segundo um dos palestrantes, o professor da Universidade de Brasília, Eduardo Viola, as discussões atuais sobre as mudanças climáticas estão ainda muito atreladas ao questionamento do problema e de sua gravidade, vinculadas a identificação do nível do aquecimento global e suas consequências futuras.¹⁰⁵⁴ Contudo, o professor observa que pouco se tem discutido sobre alternativas e questões que efetivamente podem fazer a diferença. Ou seja, explica que dentre esses aspectos ainda não abordados pela mídia pode-se citar as discussões envolvendo formas de transição para uma economia de baixo carbono (*low-carbon economy*). O assunto somente entrou na mídia internacional nos últimos dois anos e, no Brasil, ainda é um assunto praticamente desconhecido.¹⁰⁵⁵

A tabela número 2 confirma essa afirmação de Eduardo Viola. Foram feitas pesquisas em diversos jornais *online* do mundo em busca da expressão “economia de baixo carbono”, para jornais brasileiros e “low-carbon economy”, para jornais norte-americanos e ingleses, sendo que os resultados demonstram o pouco envolvimento da mídia com essa temática, à exceção do que ocorre com o jornal *The Guardian*.

Tabela 2 – Resultados da pesquisa sobre economia de baixo carbono em alguns jornais do mundo.

Jornal	Número de ocorrências por ano		
	2008	2009	2010
Folha Online http://www.folha.uol.com.br/	0	9	5
Estado de S. Paulo http://www.estadao.com.br	0	0	0
Zero Hora http://zerohora.clicrbs.com.br/	0	0	0
The New York Times http://www.nytimes.com/	23	32	18
The Guardian http://www.guardian.co.uk/	229	471	124

Fonte: elaborado pelo autor por meio de pesquisa junto aos *sites* dos jornais

¹⁰⁵³ DEBATE jornalismo, política e clima. Disponível em: <<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/1019>> Acesso em: 15 abr.2010.

¹⁰⁵⁴ Uma síntese da palestra proferida por Viola pode ser conferida no seguinte endereço: <<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/1021>> e os vídeos com a íntegra do seminário podem ser conferidos no seguinte endereço: <<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/1019>>

¹⁰⁵⁵ VIOLA, Eduardo. **Debate jornalismo, política e clima**. Disponível em: <<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/1021>> Acesso em 10 abr.2010.

Isso demonstra, na visão de Eduardo Viola, que a mídia ainda se preocupa muito em relatar a gravidade do problema, mas sem analisar as possíveis soluções que, em sua opinião, passam pela adoção de políticas climáticas pautadas também em respostas econômicas, onde devem entrar questões envolvendo energias futuras. O futuro das discussões, resume Viola, passa por estabelecer estratégias entre energia e clima. Por essa razão, o ponto central das negociações para se efetivar uma transição para uma economia de baixo carbono não está nas COPs tendo em vista que, na sua concepção, elas são tão somente uma espécie de manifestação externa mais ostensiva.¹⁰⁵⁶

A solução, portanto, está na negociação entre os grandes emissores, por meio de discussões plurilaterais, especialmente, entre China, Estados Unidos, Índia, Rússia, Indonésia, Brasil, Japão, Canadá, Coreia do Sul, Austrália, África do Sul e México. Em síntese, para Viola, esses são os atores realmente relevantes pois suas economias efetivamente contam nas negociações. Na ONU as negociações não são eficientes pois há uma grande massa de jogadores e isso funciona para um negócio simbólico de baixa intensidade, para fazer um negócio realmente efetivo é necessário contar com poucos jogadores, mas jogadores importantes.¹⁰⁵⁷

Eduardo Viola também refere que a tradição da mídia é ouvir os dois lados, ocorre que no que tange ao aquecimento global os dois lados recebem, em certas notícias e reportagens, espaços semelhantes sem levar em consideração a proporção e representatividade dos entrevistados. Ou seja, o movimento de céticos do aquecimento global é infinitamente menor em expressão e demonstrações científicas do que o movimento que reconhece a sua existência e suas causas antropocêntricas. Porém, ao dar o mesmo espaço tem-se a impressão de que há um equilíbrio nos argumentos. Esse, portanto, é um problema da mídia de todo o mundo, mas que se concentra com maior intensidade junto a mídia americana que, conseqüentemente, acaba por também influenciar a mídia de outros países a também embarcar nessa ânsia de confrontar argumentos desproporcionais.¹⁰⁵⁸

A rede BBC de Londres, por exemplo, ao buscar uma cobertura imparcial para as mudanças climáticas elaborou um quadro comparativo bastante completo e interessante com os argumentos dos que acreditam e os que duvidam nas mudanças climáticas. Esse material passou a servir de fonte para outros espaços midiáticos, inclusive no Brasil. O quadro a

¹⁰⁵⁶ *Ibidem.*

¹⁰⁵⁷ *Ibidem.*

¹⁰⁵⁸ *Ibidem.*

seguir, permite identificar essa zona de conflito existente nos debates sobre as mudanças climáticas e a iniciativa da mídia em apresentar esses elementos contraditórios.

Quadro 15 – As principais oposições às mudanças climáticas e seus contrapontos

1. AS EVIDÊNCIAS DE QUE A TEMPERATURA DA TERRA ESTÁ AUMENTANDO SÃO INCERTAS.	
Visão dos céticos	Contrapontos
Os instrumentos mostram que a superfície da Terra está aquecendo desde 1979, mas o valor real está sujeito a vários erros. A maior parte dos dados de longo prazo vem de estações meteorológicas na superfície. Muitas delas ficam em centros urbanos que se expandiram tanto em tamanho quanto no uso de energia. Quando essas estações observam um aumento de temperatura, elas estão simplesmente medindo as “ilhas de calor de efeito urbano”. Além disso, a cobertura é irregular. Algumas regiões do mundo são quase desprovidas de instrumentos de avaliação meteorológica. Dados adicionais de um século ou dois são derivados de indicadores “ <i>proxy</i> ” – como os troncos de árvore e os estalactites – que mais uma vez estão sujeitos a grandes erros.	O aquecimento é inequívoco. Estações climáticas, medições dos oceanos, diminuições na cobertura de neve, reduções no gelo do oceano Ártico, longos períodos de crescimento, medições de balões e satélites: todos mostram resultados consistentes com um recorde de aquecimento da superfície. Os efeitos das ilhas de calor urbanas são reais, mas pequenos e tal efeito tem sido estudado e corrigido. Análises da NASA, por exemplo, usam apenas estações rurais para calcular tendências. Recentemente, um trabalho mostrou que se o aumento da temperatura global for analisado em longo prazo em dias de vento e em dias calmos, separadamente, não haverá diferenças no resultado. Se o efeito das ilhas de calor fosse significativo, seria esperada maior tendência nos dias calmos, quando a maior parte do calor permanece na cidade. Além disso, o padrão do aquecimento global não se assemelha ao padrão de urbanização, com o maior aquecimento acontecendo no Ártico e nas altas latitudes do norte. Globalmente, há uma tendência de aquecimento de 0,8°C desde 1900. Mais da metade ocorreu desde 1979.
2. SE A TEMPERATURA MÉDIA ESTAVA SUBINDO, AGORA PAROU.	
Visão dos céticos	Contrapontos
Desde 1998 – há uma década – os registros, como foi determinado por observações de satélites e balões de radiossondas, não mostram nenhum aquecimento.	1998 foi um ano excepcionalmente quente devido ao fenômeno <i>El Niño</i> . Uma variabilidade ano a ano é esperada, e a seleção de um ano especificamente quente é uma escolha dirigida. Se o período escolhido fosse 1997 ou 1999, seria possível verificar um crescimento mais agudo. Mesmo assim, a tendência linear desde 1998 continua positiva.
3. A TERRA JÁ FOI MAIS QUENTE EM UM PASSADO RECENTE.	
Visão dos céticos	Contrapontos
O começo do último milênio viu um “Quente Período Medieval” (MWP, na sigla em inglês), quando temperaturas, certamente na Europa, foram maiores do que são agora. Uvas cresceram no norte da Inglaterra. O Ártico se aqueceu nos anos 30 da mesma forma que hoje.	Houve muitos períodos na história da Terra que foram mais quentes do que hoje – se não o MWP, talvez o último período interglacial (há 125.000 anos) ou o pliocênico (três milhões de anos atrás). Se essas variações foram causadas por força solar, instabilidade da órbita da Terra ou as configurações continentais, nenhuma dessas causas se aplicam hoje. Evidências de um período de aquecimento medieval fora da Europa são desiguais, na melhor das hipóteses, e muitas vezes não são contemporâneas ao aquecimento do continente europeu. Como coloca a <i>National Oceanographic and Atmospheric Administration</i> (Noaa) dos EUA: “A idéia de um Período de Aquecimento Medieval global ou hemisférico mais quente do que a atualidade se tornou incorreta”. Além disso, embora o Ártico de fato estivesse mais quente na década de 30 do que nas décadas seguintes, agora o aquecimento é maior ainda.

4. MODELOS DE COMPUTADOR NÃO SÃO CONFIÁVEIS.	
Visão dos céticos	Contrapontos
<p>Os modelos de computador são a principal forma de previsão das mudanças climáticas. Porém, apesar de décadas de desenvolvimento, eles são incapazes de modelar todo o processo envolvido, como a influência das nuvens, a distribuição do vapor de água, o impacto da água quente dos oceanos em geleiras e a resposta das plantas às alterações no suprimento de água. Modelos climáticos seguem a velha máxima do “<i>garbage in, garbage out</i>” (se o que entra é lixo, o que sai é lixo – quando uma informação é manipulada de forma errada, o resultado também será errado).</p>	<p>Os modelos são simplesmente formas de quantificar a compreensão do clima. Eles nunca serão perfeitos nem capazes de prever o futuro com exatidão. Entretanto, são testados e validados contra todos os tipos de dados. Ao longo dos últimos 20 anos, eles se tornaram capazes de simular mais processos físicos, químicos e biológicos e de trabalhar em pequenas escalas espaciais. O relatório do IPCC de 2007 reproduziu projeções climáticas regionais em um nível de detalhamento impossível de ser feito em 2001. Além disso, todos os robustos resultados desses modelos têm suporte tanto teórico quanto empírico.</p>
5. A ATMOSFERA NÃO ESTÁ SE COMPORTANDO COMO OS MODELOS PREVIRAM.	
Visão dos céticos	Contrapontos
<p>Os modelos de computador previram que a camada mais baixa da atmosfera deveria se aquecer mais rápido do que a superfície da Terra. As medições mostram o oposto. Portanto, ou isso é uma falha dos modelos ou um conjunto de medições falhou ou, ainda, há lacunas em nosso entendimento da ciência.</p>	<p>Os níveis mais baixos da troposfera estão se aquecendo, mas medir taxa exata de tal aquecimento tem sido um processo incerto, particularmente na era do satélite (desde 1979). Leituras de satélites diferentes precisam ser interligadas, e cada um tem seus próprios problemas com as mudanças de órbita e flutuação em seus sensores. Duas análises realizadas separadamente mostram um aquecimento consistente, um mais rápido do que a superfície e o outro um pouco menos. Dentro das incertezas dos dados não há nenhuma discrepância que precise ser tratada. Informações oriundas de balões têm seus próprios problemas, mas o IPCC concluiu, neste ano, que “para o período desde 1958, o aquecimento troposférico global e tropical estimado pelas radiossondas excedeu ligeiramente o aquecimento da superfície”.</p>
6. O CLIMA É INFLUENCIADO PRINCIPALMENTE PELO SOL.	
Visão dos céticos	Contrapontos
<p>A história da Terra mostra que as alterações climáticas geralmente responderam às mudanças cíclicas na incidência da energia solar. Qualquer aquecimento perceptível pode ser atribuído principalmente às variações do campo magnético do sol e aos ventos solares.</p>	<p>Variações solares de fato afetam o clima, mas não são o único fator. Como houve tendência positiva no índice solar desde 1960 (possivelmente houve uma pequena tendência negativa), as forças solares não podem ser responsáveis pelos recentes aumentos de temperatura. As diferenças entre o mínimo solar e o máximo solar nos últimos 11 anos de ciclos solares são 10 vezes menores do que os impactos de gases de efeito estufa no mesmo intervalo de tempo.</p>

7. O AUMENTO DO DIÓXIDO DE CARBONO SEMPRE OCORREU APÓS UMA ELEVAÇÃO DA TEMPERATURA, NÃO ANTES DELA.	
Visão dos céticos	Contrapontos
<p>Testemunhos de gelo que remontam há quase um milhão de anos mostram um padrão de aumento de temperatura e de CO₂ a cada cem mil anos. Entretanto, o crescimento da concentração de CO₂ sempre veio depois do aumento de temperatura, não antes – presumidamente quando as temperaturas mais quentes liberaram o gás dos oceanos.</p>	<p>Isso é verdade, mas irrelevante. Antigos testemunhos de gelo realmente mostram que o CO₂ aumentou depois da elevação das temperaturas por cerca de algumas centenas de anos – uma escala de tempo associada à resposta dos oceanos às mudanças atmosféricas especialmente impulsionadas por irregularidades na órbita da Terra. Entretanto, a situação hoje é dramaticamente diferente. O CO₂ extra na atmosfera (aumento de 35% em relação aos níveis pré-industriais) tem origem nas emissões humanas. Os níveis são maiores do que os vêm sendo registrados em 650.000 anos de testemunhos de gelo e, possivelmente, são maiores do que em qualquer outra época desde três milhões de anos atrás.</p>
8. OS DADOS DE LONGO PRAZO SOBRE FURACÕES E GELO ÁRTICO SÃO DEMASIADO FRACOS PARA ESTABELEECER TENDÊNCIAS.	
Visão dos céticos	Contrapontos
<p>Antes do início da era da observação por satélite, na década de 1970, as medições do clima eram <i>ad hoc</i> e casuais. Os furacões eram relatados apenas se atingissem a terra ou embarcações. A extensão do gelo ártico somente era medida em expedições. Os registros desses fenômenos via satélite são demasiado curtos para justificar alegações de que furacões são cada vez mais fortes ou mais frequentes ou, ainda, de que há algo excepcional na aparente retração no gelo do Ártico.</p>	<p>O projeto <i>Arctic Climate Impact Assessment</i> (Avaliação dos Impactos Climáticos no Ártico) afirma que as coletas sistemáticas de dados em partes do Ártico começaram no final do século 18. O Centro Nacional de Furacões dos Estados Unidos notou que a verificação organizada de tempestades no Atlântico teve início em 1944. Dessa forma, mesmo que os dados históricos não sejam tão completos quanto deveriam, é possível tirar conclusões. E o IPCC não afirma que o aquecimento global vai tornar os furacões mais frequentes – o relatório de 2007 diz que eles poderão vir a se tornar menos frequentes, porém mais intensos.</p>
9. O VAPOR DE ÁGUA É O PRINCIPAL GÁS DE EFEITO ESTUFA. O CO₂ É RELATIVAMENTE POUCO IMPORTANTE.	
Visão dos céticos	Contrapontos
<p>O efeito estufa natural mantém a superfície da Terra em uma temperatura 33°C superior ao que seria sem tal fenômeno. O vapor de água é o gás de efeito estufa mais importante, contribuindo com cerca de 98% de todo o aquecimento. Portanto, mudanças na concentração do dióxido de carbono e do metano têm impactos relativamente pequenos. A concentração de vapor de água está aumentando, mas isso não aumenta necessariamente o aquecimento – isso depende de como é o vapor de água.</p>	<p>O vapor de água é essencial para o equilíbrio da temperatura do planeta numa escala anual ou pouco maior, enquanto que traços de gases de efeito estufa, como o CO₂, ficam na atmosfera em uma escala de tempo de décadas a séculos. A afirmação de que o vapor de água é "98% do efeito estufa" é simplesmente falsa. Na verdade, ele responde por cerca de 50% do fenômeno. As nuvens acrescentam outros 25% e o CO₂ e outros gases de efeito estufa contribuem com o restante. As concentrações de vapores de água estão subindo em resposta aos aumentos de temperatura, e há indícios de que isso está se somando ao aquecimento na Europa, por exemplo. O fato de que o vapor de água é um <i>feedback</i> está incluído em todos os modelos climáticos.</p>

10. PROBLEMAS COMO O HIV, A AIDS E A POBREZA EXIGEM MAIS AÇÕES DO QUE AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS.	
Visão dos céticos	Contrapontos
O Protocolo de Quioto não vai reduzir notadamente as emissões de gases de efeito estufa noticiadas. As metas foram muito baixas, pois só foram aplicadas a certos países e se tornaram sem sentido devido a falhas no mecanismo. Muitos governos que se entusiasmaram com o tratado não irão atingir as metas estabelecidas. Mesmo que seja verdade o fato de que as mudanças climáticas são causadas pelo ser humano, este é apenas um entre os muitos problemas que atingem os pobres e os ricos da mesma forma. Os governos e as sociedades devem responder proporcionalmente, não fingindo que o clima é um caso especial.	Argumentos sobre o Protocolo de Quioto estão fora do domínio da ciência, embora certamente o documento não irá reduzir as emissões de gases tão rápido quanto o IPCC indica que seja necessário. O mais recente relatório do Grupo de Trabalho 2 do IPCC sugere que o impacto das alterações climáticas provocadas pelo homem em geral será deletério, particularmente para os países pobres dos trópicos, embora regiões frias possam ter vantagens como o aumento das colheitas. Investimentos em eficiência energética, em novas tecnologias energéticas e energias renováveis poderão vir a beneficiar o mundo em desenvolvimento.

Fonte: o quadro original está disponível em <http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_depth/629/629/7074601.stm> e o quadro traduzido para o português está disponível em: <<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/714>>

Após essa identificação dos pontos de divergências sobre as mudanças climáticas e como a mídia os apresenta ainda se mostra necessário identificar outro aspecto destacado por Eduardo Viola. Um fator que precisa ser resolvido pela mídia e que foi identificado pelo autor está relacionado a equívocos conceituais existentes nas coberturas midiáticas. Conforme também já referido anteriormente, esse tipo de postura é bastante comum e representa um atraso no entendimento do assunto. Um exemplo clássico é a utilização sem cuidado das expressões aquecimento global e mudanças climáticas como sinônimos.¹⁰⁵⁹

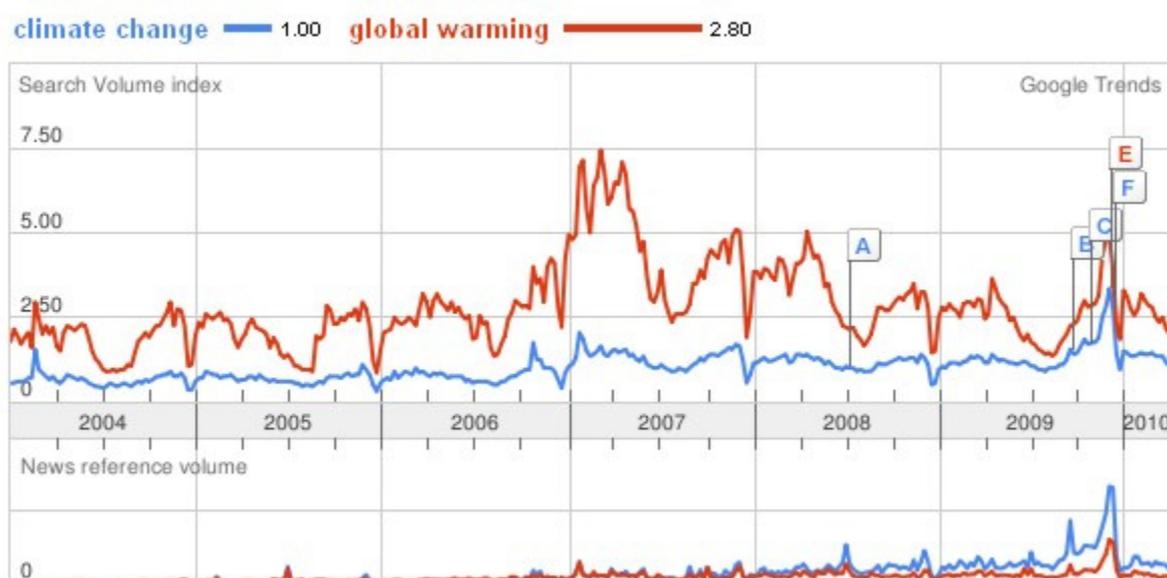
Nas mídias *online* em português, em especial, as expressões aquecimento global e mudanças climáticas não são utilizadas com uma coerência, tanto que é muito mais comum se encontrar na *Internet*, por exemplo, notícias, reportagens ou qualquer tipo de material sobre aquecimento global, ainda que o foco principal da discussão presente no texto sejam as mudanças climáticas como um todo. Visando a demonstrar essa afirmação, se buscou identificar junto à *Internet* por meio da utilização do *Google Trends*¹⁰⁶⁰ qual a representatividade das expressões aquecimento global, mudanças climáticas, *global warming* e *climate change*.

¹⁰⁵⁹ VIOLA, Eduardo Viola. **Debate jornalismo, política e clima**. Disponível em: <<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/1021>>

¹⁰⁶⁰ <http://www.google.com/trends>

Na figura a seguir, é possível verificar que as buscas na *Internet* por *global warming* supera em 2,8 vezes a busca por *climate change*, por outro lado as notícias representadas na parte de baixo do gráfico, em especial em dezembro de 2009, apresentam uma utilização maior para a expressão *climate change* tendo em vista que durante esse mês foi realizada a COP15 e essa é a expressão adotada pela ONU quando trata desse assunto.

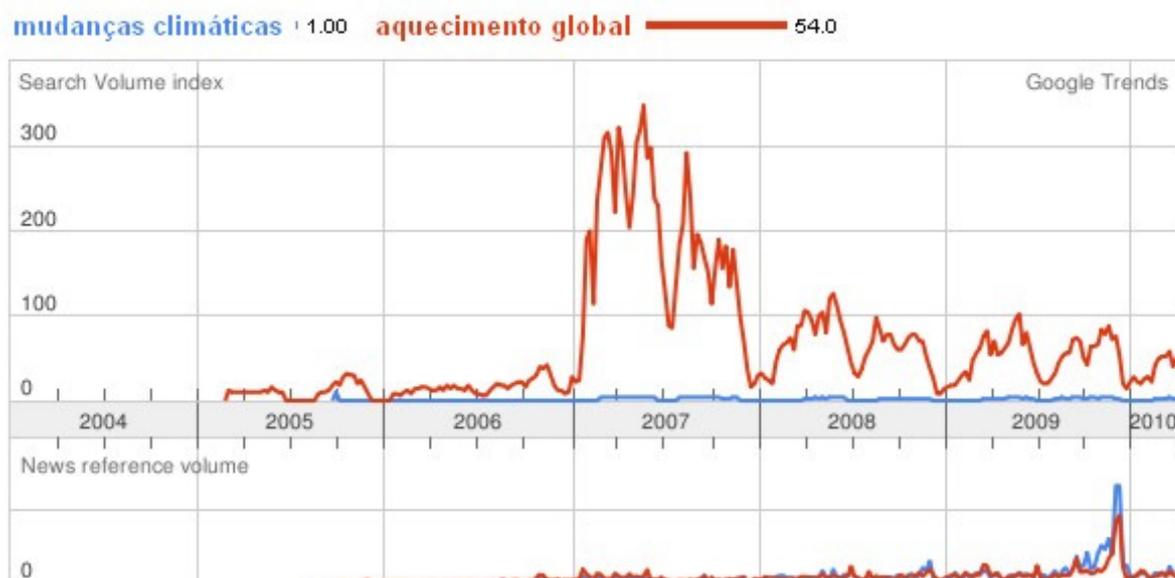
Figura 25 – Busca no Google Trends: *climate change* x *global warming*



Fonte: <http://www.google.com/trends>

No caso das expressões em português, há uma expressiva diferença em relação aos resultados das buscas realizadas pelas expressões em inglês. O gráfico aponta que praticamente inexistente procura por mudanças climáticas e, até mesmo o volume de notícias com essa expressão (parte de baixo do gráfico) também não se mostra muito significativo. A utilização de aquecimento global é marcadamente maior representando 54 vezes mais buscas se comparado a mudanças climáticas. O único período em que houve uma superação da expressão mudanças climáticas, mas somente no que tange a notícias, foi durante o período de realização da COP15 (dez/2009). Isso significa que há um descompasso entre o que as pessoas buscam na *Internet* e o que é informado em determinados períodos de tempos. Dessa forma, pode-se perceber que enquanto em português a expressão aquecimento global é muito mais utilizada, em inglês, as duas expressões mostram certa coerência no seu emprego e busca pelos usuários da *Internet*.

Figura 26 – Busca no Google Trends: mudanças climáticas x aquecimento global



Fonte: <http://www.google.com/trends>

Esses pequenos detalhes acabam influenciando a percepção mais adequada do problema. As deficiências na cobertura das mudanças climáticas pela mídia, conforme apontado até o momento, tem exigido uma urgente reestruturação na prática jornalística mundial. Um encontro que trouxe mais elementos para esse debate foi realizado de 21 a 23 de junho de 2010 em Bonn na Alemanha. O tema “mudanças climáticas e o papel da mídia” foi o tema principal do *3 Global Media Forum da Deutsche Welle*.¹⁰⁶¹ A intenção foi abordar e avaliar as questões centrais sobre o problema mediante identificação do papel dos meios de comunicação em nível internacional, nacional e local. O encontro reuniu cerca de 1500 pessoas oriundas de mais de 95 países contando com a presença de produtores de mídia, cientistas, especialistas do setor de energia, políticos e representantes de organizações internacionais e ONGs, todos com o intuito de discutir formas de harmonizar as medidas individuais e coletivas para conduzir o mundo rumo a uma verdadeira sustentabilidade. Um dos principais focos de debates residiu na necessidade de aumentar os padrões de profissionalismo dos jornalistas envolvidos com essa temática.

Segundo Christoph Lanz, Diretor de Televisão da Deutsche Welle, é preciso fornecer informações confiáveis e fidedignas. Por essa razão, é necessário que os jornalistas

¹⁰⁶¹ O programa do evento, bem como outras informações são encontradas no site <<http://www.dw-gmf.de>>.

estejam em condições de avaliar diferentes fontes diante de um excesso de informações que por vezes são disponibilizadas. Assim, entende que a mídia deveria de uma forma simples, confiável, informar o público sobre os problemas da mudança climática, mas também destacar as soluções.¹⁰⁶²

Diante de manifestações de interesse de a mídia atuar com mais adequação nas coberturas sobre as mudanças climáticas, associadas outros encontros também já realizados no Brasil e em diversos locais do mundo, espera-se que algo realmente efetivo surja para modificar essa relação da mídia com essa problemática. Porém, ao mesmo tempo em que se afirma e se deseja isso, não se pode esquecer todas as críticas concretas anteriormente referidas. O problema, todavia, é que em face de todas as críticas apontadas poder-se-ia pensar que a mídia não exerce nenhum poder pois é omissa e equivocada em suas coberturas. Porém, esse não é um raciocínio coerente pois se o *soft power* da mídia ainda não é exercido em sua plenitude, em especial pela mídia tradicional, isso não significa que ela não detenha esse poder. Se existe algum ator das Relações Internacionais com capacidade de transformação de *soft power* potencial em *soft power* efetivo, esse certamente é a mídia.

A razão pela qual o processo para que esse protagonismo tardio possa ser compensado está sendo discutido e repensado com bastante intensidade para que novas práticas jornalísticas e midiáticas em âmbito global consigam atender a essas necessidades. Esse (re)pensar da mídia já se observa por meio de diversos encontros com o intuito específico de qualificar a relação da mídia com o enfrentamento das questões climáticas, bem como, por meio da gradual, porém constante inclusão nas grades de TVs, espaços em jornais e revistas de discussões sobre o assunto, isso sem contar, com a proliferação de espaços virtuais em *blogs* e redes sociais.

Além disso, não é possível generalizar a mídia e considerar que toda ela age de forma idêntica. Ou seja, na medida em que algumas mídias fazem um jornalismo atrasado, por exemplo, outras avançam e demonstram o pioneirismo em coberturas mais críticas e contextualizadas. Uma forma de melhor compreender essas afirmações é identificando em pesquisas empíricas a forma como se encontram estruturadas as notícias na mídia tradicional, especialmente, junto ao jornalismo impresso. No próximo tópico, serão analisados alguns estudos realizados recentemente sobre a cobertura das mudanças climáticas, sendo que a partir desses resultados tem-se um diagnóstico sobre a temática e quais as suas fragilidades devidamente representadas em estudos científicos.

¹⁰⁶² GLOBAL Media Forum ends by urging people to learn to live with less. Disponível em: <<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5724306,00.html>> Acesso em: 23 jun.2010.

a) A cobertura da mídia tradicional sobre as mudanças climáticas: uma análise a partir da imprensa brasileira, italiana e norte-americana

A preocupação sobre como a mídia apresenta toda a dinâmica das mudanças climáticas, tem sido objeto de estudos empíricos em diversos países no intuito de se descobrir o seu grau de comprometimento e habilidade para lidar com essa temática. A partir da compreensão das teorias da comunicação vistas no capítulo 2, percebe-se que cada concepção teórica desenvolvida no campo da comunicação social é capaz de apontar diferentes respostas e leituras a essa indagação. Assim, pode-se creditar um poder absoluto à mídia mediante a atribuição de uma capacidade irrestrita de influenciar/manipular a opinião pública, agindo dessa forma como uma fonte direta de poder. Bem como, pode-se atribuir um papel de mero instrumento coadjuvante nesse cenário, sem uma representatividade significativa.

As pesquisas sobre notícias envolvendo as mudanças climáticas, a partir de agora analisadas, permitirão compreender que o real significado da participação da mídia nos debates sobre essa temática encontra-se muito atrelada a alguns aspectos teóricos e conceituais que, apesar de também guardarem relação às funções e ao poder da mídia em regimes democráticos, são atinentes à sua capacidade de agendar os temas em discussão e elaborar um enquadramento dos temas mediante fornecimento de informação contextualizada além de atuar como uma fiscalizadora (*watchdog*)¹⁰⁶³ das instituições envolvidas nesse processo. Ou seja, os conceitos teóricos aplicados procuram demonstrar uma cautela ao afirmar e reconhecer o poder da mídia, principalmente, por se identificar que na cobertura sobre as mudanças climáticas seu poder não se encontra exercido adequadamente. O início desse comprometimento se deu tardiamente, ou seja, ganhou o devido destaque tão somente no momento em que o problema já estava extremamente inserido nas pautas políticas.

A relevância de se identificar com mais propriedade a relação da mídia com as mudanças climáticas é confirmada por Maxwell Boykoff e Jules Boykoff,¹⁰⁶⁴ que ao realizarem estudo específico sobre a cobertura jornalística dessa temática identificaram, dentre outros aspectos, que o poder da mídia nesse caso reside na capacidade de agendamento pois as pessoas retiram suas informações sobre as questões científicas basicamente das

¹⁰⁶³ A expressão *watchdog*, ou cão de guarda, relaciona-se a atuação da mídia como fiscal dos formuladores e executores de políticas públicas no intuito de colaborar com a elevação do nível público de transparência (*accountability*) dos mesmos, sendo que essa prática é chamada de “papel fiscalizador” da mídia.

¹⁰⁶⁴ BOYKOFF, Maxwell T.; BOYKOFF, Jules M. Balance as bias: global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, v. 14, p. 125-136, 2004.

notícias publicadas pela mídia. Além disso, Keith Stamm, Fiona Clark e Paula Reynolds Eblacas, pesquisadores da Universidade de Washington, ao identificarem as principais fontes de informação sobre o aquecimento global dos moradores da região metropolitana de Washington, constataram que foi devido a maior expressividade das notícias sobre mudanças climáticas que emergiu um aumento na preocupação dos eleitores com essa temática, fato também refletido na escolha dos políticos durante as eleições.¹⁰⁶⁵ Da mesma forma, Craig Trumbo, da Universidade de Wisconsin, e James Shanahan, professor de comunicação da Universidade de Cornell, destacam em suas pesquisas que o público confere mais ou menos importância ao tema do aquecimento global de acordo com a cobertura oferecida pela imprensa.¹⁰⁶⁶

Visando a demonstrar algumas das conclusões acima referidas, optou-se por apresentar os resultados de três estudos significativos, realizados recentemente junto à mídia tradicional.

Um desses estudos foi realizado no Brasil se deu mediante análise de 50 jornais de 26 estados e do Distrito Federal. Intitulado “Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira”, foi desenvolvido pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) e contou com o apoio da Embaixada Britânica. A pesquisa ocorreu em duas etapas: o primeiro período de julho de 2005 a junho de 2007 (totalizando 24 meses) e o segundo período de julho de 2007 a dezembro de 2008 (totalizando 18 meses). Ao total foi analisada uma amostra de 1755 textos incluindo editoriais, colunas, artigos, entrevistas e reportagens.¹⁰⁶⁷

A pesquisa foi realizada usando uma metodologia muito comum nos estudos de mídia, conhecida como “análise de conteúdo”. Conforme justificativa presente em seu relatório final, esse tipo de leitura agrega um conjunto de técnicas capazes de sistematizar e descrever quantitativamente os conteúdos abordados pela mídia, de identificar e quantificar a ocorrência de características específicas do texto jornalístico e de, com base nelas, fazer inferências a respeito da mensagem e dos significados presentes. Diferentemente dos modelos de estudo sobre o discurso, a análise de conteúdo não busca identificar subjetividades, intencionalidades e potencialidades possivelmente presentes nos recursos linguísticos

¹⁰⁶⁵ STAMM, Keith R.; CLARK, Fiona; EBLACAS, Paula Reynolds. Mass communication and public understanding of environmental problems: the case of global warming. **Public Understanding of Science**, v. 9, p. 219-237, 2000.

¹⁰⁶⁶ TRUMBO, Craig; SHANAHAN, James. Social research on climate change: where we have been, where we are, and where we might go. **Public Understanding of Science**, v. 9, p. 199-204, 2000.

¹⁰⁶⁷ Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira – julho de 2005 a junho de 2007 e julho de 2007 a dezembro de 2008. Disponível em: <http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/download_interno.php?path=analise_midia_160410.pdf> Acesso em: 30 abr.2010.

empregados.

A pesquisa da ANDI, pioneira no país, permitiu a comprovação de que o tema vem ganhando cada vez mais visibilidade na imprensa brasileira, certamente influenciada por grandes acontecimentos internacionais. Dentre esses acontecimentos, de grande apelo midiático, a pesquisa destaca o lançamento do Relatório Stern,¹⁰⁶⁸ o lançamento do filme *Uma Verdade Inconveniente*, de Al Gore (vencedor do Oscar em 2007), divulgação dos relatórios do Painel Intergovernamental sobre Mudanças do Clima (IPCC), concessão do prêmio Nobel da Paz a Al Gore e ao IPCC, bem como, a ocorrência de fenômenos naturais vistos como prováveis consequências das alterações no clima. Esses eventos permitiram que os jornalistas se familiarizassem com os fatos e a agenda relacionada ao fenômeno.

Os resultados da pesquisa revelam que houve uma mudança significativa na cobertura dessa temática, em especial a partir do último trimestre de 2006. O estudo indica que a partir desse período houve uma maior atenção ao assunto, que passou de uma média de apenas um texto publicado a cada cinco dias para um texto a cada dois dias.¹⁰⁶⁹

As conclusões sobre o conteúdo das notícias demonstram que a cobertura possui uma agenda internacionalizada onde a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas recebe uma maior atenção (41,7%) do que a adaptação a esses efeitos (2,7%).¹⁰⁷⁰ Porém, um aspecto interessante dessa pesquisa é que os jornais possuem uma tendência a valorizar demasiadamente os impactos em detrimento das causas e das possíveis soluções. Inegavelmente, esse tipo de comportamento implica num prejuízo na compreensão social sobre como agir em face desse problema, pois a mídia discute as mudanças climáticas sem

¹⁰⁶⁸ Trata-se do relatório do economista britânico Nicholas Stern, encomendado pelo governo britânico e lançado em 2006. O estudo *The Economics of Climate Change* (A Economia das Mudanças Climáticas), mais conhecido como Relatório Stern, refere que a evidência científica acerca das mudanças climáticas é avassaladora tendo em vista que apresentam riscos globais muito sérios e demandam uma resposta global urgente. Para Stern, as mudanças climáticas são também a falha de mercado de maior escala que o mundo já viu. Em suma, aqueles que estão emitindo gases de efeito estufa impõem custos ao planeta e às futuras gerações, mas não sentem diretamente – nem pela via do mercado e nem por outras vias – as consequências de suas ações. Além disso, como não arcam com os custos, não enxergam incentivos econômicos para que as emissões sejam reduzidas. Na linguagem dos economistas, a alteração do clima induzida pelo ser humano é uma externalidade que não pode ser corrigida apenas pelo mercado. Depende, portanto, da ação regulatória do Estado e de acordos no plano internacional. Outro aspecto decisivo da abordagem proposta pelo economista inglês está na defesa de que se a transição para um modelo produtivo com baixa emissão de gases estufa pode, no longo prazo, gerar oportunidades de desenvolvimento. Para Stern, os Estados não podem se abster de enviar um claro sinal ao mercado de que o enfrentamento das mudanças climáticas e deve ser vista como um investimento. O raciocínio é direto: os benefícios de uma ação urgente visando ao fenômeno são imensamente superiores ao custo que a inação geraria em um futuro não muito distante. Cf. STERN, Nicholas. **The economics of climate change**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2006.

¹⁰⁶⁹ Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira – julho de 2005 a junho de 2007 e julho de 2007 a dezembro de 2008. Disponível em: <http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/download_interno.php?path=analise_midia_160410.pdf> Acesso em: 30 abr.2010.

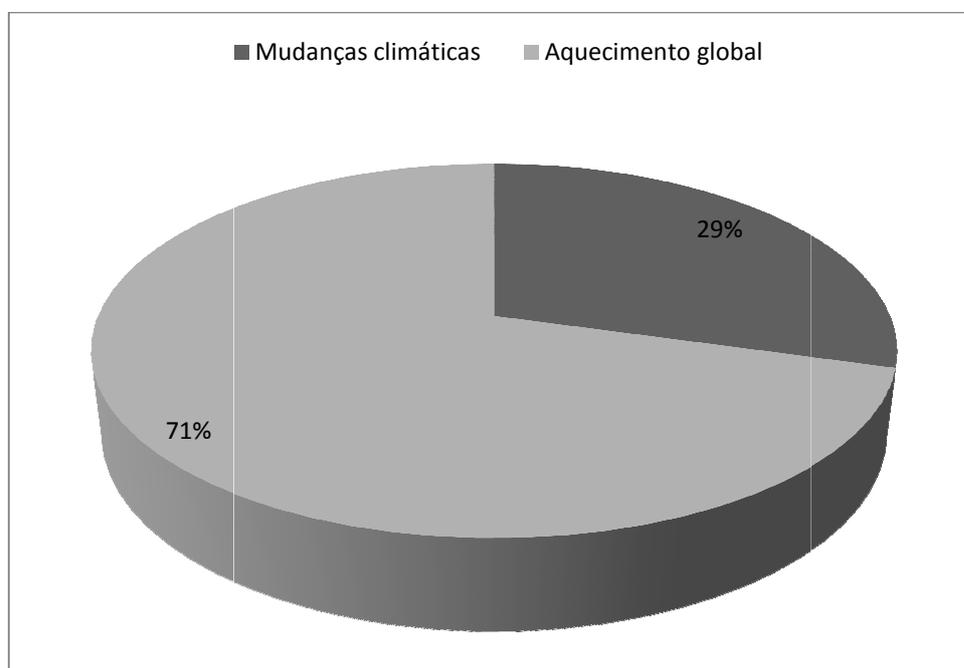
¹⁰⁷⁰ *Ibidem*.

relacioná-la com outras questões, em especial, aquelas vinculadas aos impactos econômicos que envolvem a agenda do crescimento.¹⁰⁷¹

De qualquer forma, se esses resultados revelam que a mídia ainda possui uma visão limitada sobre a complexidade da agenda em questão comprovam também que há muito ainda a ser explorado mediante estabelecimento de outras pautas até então ignoradas e, especialmente, mediante qualificação da cobertura jornalística.

Quanto a essa última afirmação, o estudo demonstra que a mídia necessita se aprofundar e qualificar mais na cobertura sobre o tema pois restou comprovado que os jornais, em geral, tomam a parte pelo todo. Assim, conforme representado na figura abaixo, identifica-se muito mais a expressão “aquecimento global” (um dos impactos da mudança climática) do que a expressão “mudança climática” (que inclui o aquecimento, mas também outros tipos de alterações no clima).

Figura 27 – Percentual de utilização das expressões aquecimento global e mudanças climáticas na mídia brasileira



Fonte: Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira – julho de 2005 a junho de 2007 e julho de 2007 a dezembro de 2008. Disponível em: <http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/download_interno.php?path=analise_midia_160410.pdf> Acesso em: 30 abr.2010.

¹⁰⁷¹ *Ibidem.*

Ao identificar e quantificar os temas presentes nos jornais pesquisados no período de 2005 a 2008, a pesquisa permite que se tenha um panorama geral acerca dos principais temas vinculados as mudanças climáticas e que foram alvo da atenção da mídia.

A Tabela 3, por exemplo, aponta um resultado bastante relevante no sentido de que houve uma alteração na ordem de prioridades estabelecidas pela imprensa ao longo dos anos monitorados.

Tabela 3 - Comparativo entre os temas das notícias sobre mudanças climáticas no período 2005/2007 e 2007/2008

TEMAS	2005 / 2007	2007 / 2008
Medidas de enfrentamento	7,3%	26,8%
Consequências e impactos da mudança climática	12,1%	9,8%
Mudança climática em geral	3,6%	8,5%
Ação coletiva internacional	2,8%	8,3%
Energia combustível	13,5%	8,0%
Aquecimento global em geral	4,6%	7,0%
Efeito estufa	26,1%	6,5%
Pesquisas científicas e questões tecnológicas	3,4%	4,8%
Causas da mudança ou do aquecimento	5,2%	4,6%
Agricultura	2,0%	2,8%
Legislação	3,9%	2,3%
Desenvolvimento	1,4%	2,2%
Eventos climáticos extremos	3,1%	1,8%
Indústria	1,4%	1,6%
Vulnerabilidades	0,5%	1,3%
Camada de ozônio	1,1%	0,5%
Desertificação	1,9%	0,1%
Outros	5,5%	3,1%
Total	100%	100%

Fonte: Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira – julho de 2005 a junho de 2007 e julho de 2007 a dezembro de 2008. Disponível em: <http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/download_interno.php?path=analise_midia_160410.pdf> Acesso em: 30 abr.2010.

Assim, percebe-se que de julho de 2005 a junho de 2007, houve um predomínio das matérias sobre o efeito estufa as quais representaram 26,1% do total. Em segundo lugar, aparecem as discussões sobre fontes de energia (13,5%) e, em terceiro, as consequências e impactos gerados pelas alterações no clima (12,1%). A partir do segundo semestre de 2007 esse cenário se altera, passando a observar uma clara concentração na discussão sobre as medidas de enfrentamento do problema, que subiram de 7,3%, no primeiro período, para 26,8% da cobertura, no segundo. O efeito estufa, por sua vez, sofreu uma redução significativa, de 26,1% para 6,5%. O foco nas consequências e impactos também caiu de 12,1% para 9,8%. O mesmo aconteceu com a discussão sobre energia, que saiu de um patamar de 13,5% para 8%. Constata-se ainda, o aumento no número de notícias que discutem o aquecimento global em geral, de 2,8% para 8,3%.

Essas alterações no foco escolhido pela mídia ao retratar as mudanças climáticas podem ser analisadas a partir da teoria dos “ciclos de atenção temática”, desenvolvidos pelo pesquisador Antony Downs para explicar como determinados assuntos ganham proeminência, repercutem e, finalmente, deixam de figurar entre as questões centrais de interesse público.¹⁰⁷² O modelo proposto por Downs pode ser compreendido mediante análise do quadro abaixo.

Quadro 16 – As cinco fases dos ciclos de atenção temática proposto por Antony Downs

Fase	Descrição
Pré-problema (primeira fase)	O problema existe, mas ainda não chama a atenção da mídia;
Descoberta do problema (segunda fase)	O problema é “descoberto” pela mídia associado a uma percepção de alerta e de emergência (<i>alarmed discovery</i>) normalmente vinculado a uma série de eventos correlatos que conduzem a mídia e o público a concentrar a sua atenção sobre a condução do problema. O público se torna ao mesmo tempo consciente, preocupado e confiante na possibilidade de uma solução eficaz para o problema em face de uma espécie de euforia que emerge nessa fase. Esse otimismo, porém, não costuma lidar com a necessidade de implementação de medidas para uma mudança radical da sociedade, sem o qual não pode haver nenhuma solução eficaz.
Percepções sobre o problema (terceira fase)	Na terceira fase, o público se torna consciente acerca das soluções e dos custos a pagar para a mudança, sendo isso típico de problemas ecológicos, cuja solução exige o compromisso diário de milhões de pessoas a mudar estilos de vida. Portanto, são identificados custos de ordem material (que implicam em gastos individuais para mudanças) e de ordem imaterial (relacionado a sacrifícios e renúncias a serem suportados socialmente), sendo que esses custos estão intimamente ligados a mudanças nos hábitos e padrões de consumo.

¹⁰⁷² DOWNS, Anthony. Up and downs with ecology: the 'issue-attention cycle'. **The Public Interest**, n. 28, 1972, p. 38-50.

Perda do interesse (quarta fase)	Após uma fase de declínio gradual do interesse originado pela desilusão do público com os elevados custos de resolução do problema ou porque ficaram entediados com a contínua e excessiva cobertura jornalística sobre o tema, a mídia parte em busca de outro assunto, mais novo e mais atraente.
Fase pós-problema (quinta fase)	Quando o tema sai da agenda da mídia é quando emerge um verdadeiro problema pois enquanto o tema esteve no foco das atenções, normalmente, os políticos conseguiram realizar poucas ações concretas e, em face da queda do interesse do público, as chances de algo continue a ser feito verdadeiramente para resolver o problema diminuem consideravelmente.

Fonte: Elaborado e traduzido pelo autor a partir de: DOWNS, Anthony. Up and dows with ecology: the 'issue-attention cycle'. **The Public Interest**, n. 28, 1972, p. 31.

A partir da perspectiva apontada por Anthony Downs e dos estudos realizados pela ANDI, mostra-se possível afirmar que a cobertura realizada pela mídia brasileira encontra-se numa fase de transição do segundo estágio – aquele em que o tema surge na esfera midiática, ainda sob uma abordagem voltada para os problemas a ele relacionados – para o terceiro, cujo enfoque está nas soluções do fenômeno.

Com isso, de um modo geral, se observa que, se antes o foco estava na cobertura sobre o efeito estufa (descrição do problema), tem-se agora uma maior preocupação com as medidas de enfrentamento (percepção sobre as soluções e os custos associados a ela). Todavia, o estudo da ANDI ressalta que as mudanças climáticas não podem ser consideradas um fenômeno datado, como é o caso de grande parte dos casos abordados pela imprensa – os quais migram, naturalmente, para o quarto e quinto estágios apontados por Downs (perda de interesse pelo tema).

Assim, as conclusões apresentadas pela ANDI referem que o grande desafio para as redações é justamente encontrar alternativas para que a discussão sobre os fenômenos climáticos não se torne desinteressante para as várias esferas sociais, o que acarretaria na sua retirada da agenda pública. As evidências científicas atestam para a urgência do tema. Nesse sentido, a pesquisa reforça a necessidade de que os jornalistas se capacitem para acompanhar e amplificar o debate sobre as raízes do problema e as respostas para ele.

Além disso, os dados consolidados pela ANDI indicam que a valorização do foco sobre as medidas de enfrentamento ao fenômeno das mudanças climáticas pela mídia brasileira, também se associa ao predomínio dessa abordagem no âmbito internacional, onde é prioridade a discussão de metas para a redução de emissão dos gases causadores do efeito estufa.

Outra forma interessante de analisar a cobertura dá-se por meio da identificação

do enquadramento (*framing*) utilizado e não somente pela identificação daquilo está na agenda. Conforme visto no capítulo 2, um mesmo assunto pode se “enquadrado” pelos jornais de diferentes formas e, no caso das mudanças climáticas, esse enquadramento pode ocorrer pelo viés, ambiental, mas também por um viés econômico, político, social ou até mesmo de saúde pública.

Os resultados da pesquisa revelam que o tema ainda se encontra abordado, prioritariamente, a partir de um enquadramento ambiental, representando 43,6% das reportagens de junho de 2005 a julho de 2007 e 45% de julho de 2007 a dezembro de 2008. Outros enquadramentos encontrados se relacionam ao enfoque econômico (15,5% e 18,7%, respectivamente) ou um enquadramento político (11,5% e 15,8%). A abordagem sobre desenvolvimento, por sua vez, também esteve presente no período analisado, no patamar de 15% para o primeiro período (2005-2007) e 19% para o segundo período da pesquisa (2007-2008). A tabela a seguir demonstra claramente e com mais detalhes essas informações.

Tabela 4 – Perspectiva temática conceitual das notícias sobre mudanças climáticas no período 2005/2007 e 2007/2008

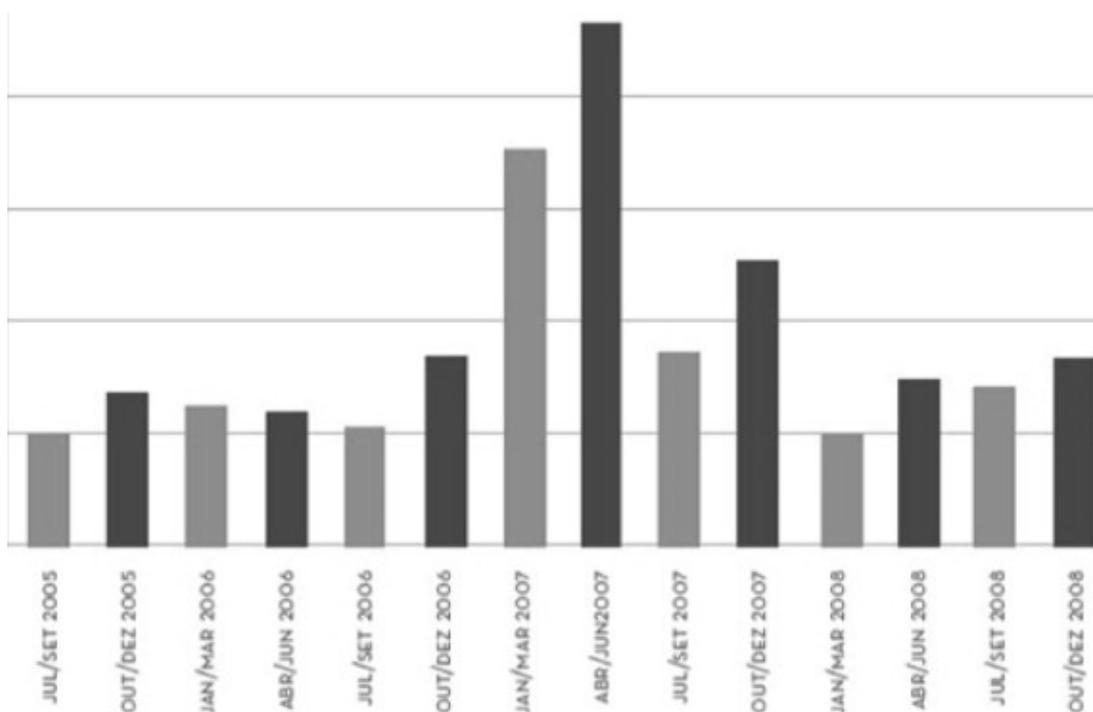
Perspectiva temática conceitual	2005/2007	2007/2008
Ambiental	43,4%	45,0%
Econômico/financeira	15,6%	18,7%
Política	11,5%	15,8%
Agrícola	6,4%	4,6%
Individual ou comunitária	1,2%	4,2%
Científico-tecnológica	11,4%	4,0%
Sociocultural	3,6%	2,4%
Saúde pública	1,6%	1,3%
Educacional	1,9%	1,3%
Jurídica	0,6%	0,4%
Não foi possível identificar	2,0%	2,2%
Total	100,0%	100,0%

Fonte: Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira – julho de 2005 a junho de 2007 e julho de 2007 a dezembro de 2008. Disponível em: http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/download_interno.php?path=analise_midia_160410.pdf> Acesso em: 30 abr.2010.

Em face disso, o estudo conclui que há um forte predomínio do enquadramento ambiental, pois o tema ainda se encontra representado na mídia brasileira com um viés fortemente ligado tão somente a essa perspectiva, o que de certa forma também empobrece as discussões. A única exceção a esse tipo de enquadramento prioritário, por uma razão lógica, foi encontrada junto aos jornais econômicos que alavancaram discussões envolvendo formas alternativas de energia. Porém, apesar de o enquadramento ambiental predominar, a perspectiva econômica também passou a receber um expressivo e gradual destaque, sendo a segunda abordagem mais frequente no conteúdo pesquisado. O terceiro enquadramento mais identificado foi relacionado a uma perspectiva política e somente em quarto lugar aparece a perspectiva científica, o que, segundo o relatório final da pesquisa, acaba contradizendo a ideia de que esse é um debate restrito aos especialistas no assunto.

Uma análise mais voltada à quantidade de notícias relacionadas às mudanças climáticas revela que houve períodos em que o tema esteve em grande ênfase na mídia enquanto que em outros momentos a situação se estabiliza e até mesmo diminui fortemente a sua presença junto aos jornais analisados, conforme se pode observar da figura abaixo.

Figura 28 – Distribuição de notícias sobre mudanças climáticas por trimestre (jul/2005 - dez/2008)



Fonte: Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira – julho de 2005 a junho de 2007 e julho de 2007 a dezembro de 2008.

A figura 28, portanto, apresenta a distribuição das notícias sobre mudança as climáticas durante o período de análise da pesquisa. Os dados indicam que houve uma estabilidade da cobertura entre o primeiro e quinto trimestres, com um leve salto no segundo (período imediatamente posterior ao furacão Katrina). Contudo, foi a partir do sexto semestre que a cobertura passou a registrar um aumento expressivo, que se manteve até junho de 2007. No segundo semestre de 2007, percebe-se uma queda no interesse das redações mas, ainda assim, 2007 se destaca como um período extremamente rico na produção de notícias sobre as variações de temperatura, pela mídia brasileira. Ao longo dos seis primeiros meses do ano de 2007 foram publicados, em média, um texto jornalístico (editorial, coluna, artigo, entrevista ou reportagem) por periódico a cada 2,2 dias. A média anual foi um pouco menor – uma notícia publicada a cada cinco dias – mas, superior ao número observado em 2006 (uma matéria a cada sete dias).

Segundo as conclusões da pesquisa realizada pela ANDI, esse aumento considerável no número de notícias publicadas pelos jornais brasileiros está relacionado a efervescência do tema, em nível global, a partir do segundo trimestre de 2006 e principalmente durante os seis primeiros meses de 2007, quando diversos acontecimentos de forte apelo midiático aqueceram o noticiário sobre as mudanças climáticas, conforme se pode identificar pelo quadro a seguir.

Quadro 17 – Principais acontecimentos de 2006-2007 que influenciaram na produção de notícias sobre as mudanças climáticas

Período	Acontecimento
Outubro / 2006	Lançamento do Relatório Stern
Novembro /2006	Estréia do filme <i>Uma verdade inconveniente</i> , protagonizado pelo ex-vice-presidente dos EUA, Al Gore
Ao longo de 2007	O lançamento de três relatórios pelo Painel Intergovernamental para as Alterações Climáticas - IPCC
Setembro / 2007	A Reunião de Alto Nível da ONU em Nova Iorque para avaliar o primeiro período de compromissos estabelecidos pelo Protocolo de Quioto
Outubro / 2007	Concessão do prêmio Nobel da Paz a Al Gore e ao IPCC, pelos esforços na disseminação de informação sobre as Mudanças Climáticas no mundo.
Dezembro / 2007	Reunião da COP-13 em Bali

Fonte: elaborado pelo autor

Assim, em face do que foi identificado junto ao período de pesquisa, representado na figura anterior, após o ápice registrado em 2007, houve uma redução considerável no

número de notícias em 2008. Ainda assim, a média geral de textos publicados por jornal em 2008 foi de um a cada seis dias. Além disso, a pesquisa ressalta que a tendência de queda identificada no Brasil não foi exclusividade da mídia brasileira.

Dados presentes em outros estudos revelam que em outros países também houve uma queda. O relatório da ANDI aponta com exemplo um estudo realizado pelo pesquisador Robert J. Brulle, da Universidade da Filadélfia, que também constatou um decréscimo na cobertura deste ano, em relação aos números de 2007, ao investigar os noticiários noturnos das redes de televisão americanas ABC, CBS e NBC. Segundo Brulle, os fenômenos naturais decorrentes das alterações de temperatura no planeta perderam o caráter de “grande notícia” alcançado em 2007.¹⁰⁷³ Apesar da redução em relação ao período que se estende de outubro de 2006 a dezembro de 2007, a quantidade de matérias veiculadas em 2008 (uma a cada seis dias) está acima da média observada nos primeiros 12 meses monitorados (julho de 2005 a junho de 2006), quando foi identificada aproximadamente uma notícia a cada nove dias.¹⁰⁷⁴

Apesar de essas pesquisas terem sido realizadas no Brasil, não diferem significativamente de estudos realizados em outros países. Na Itália, por exemplo, um estudo interessante sobre o papel da mídia, também especificamente relacionado às mudanças climáticas, foi realizado por Maria Inglisa, jornalista e professora de Sociologia da Comunicação na Universidade de Pavia e na Universidade Iulm de Milão. Suas pesquisas apontam para conclusões semelhantes aquelas identificadas na pesquisa brasileira, porém, apresentando um elemento não contido na pesquisa realizada pela ANDI que é a cobertura de telejornais.¹⁰⁷⁵

Inglisa observa que a sua pesquisa teve por intenção descobrir quanto e como as principais mídias italianas informam ao público e quanto é apenas fruto de sensacionalismo. A pesquisa, dessa forma, se desenvolveu mediante análise de jornais mais difundidos na Itália (*La Repubblica*, *Corriere della Sera*, *Sole 24 Ore* e *La Stampa*) no período de 1997 a 2007. Já quanto à pesquisa junto aos telejornais, foram analisadas a rede Rai (Tg1 20h, Tg2 20h30min, Tg3 19h) e Mediaset (Tg4 18h55min, Tg5 20h) no período de junho de 2006 a maio de 2007. Para lograr êxito a autora se valeu do método de análise de conteúdo e da análise quantitativa

¹⁰⁷³ Cf. BRULLE, Robert J. **2008's Year-Long Fall-off in Climate Coverage: Tracking the Trends, and the Reasons Behind Them**. Disponível em: <http://www.yaleclimatemediaforum.org/2008/12/2008-year-long-fall-off-nclimate-coverage>, acessado em 18 de maio de 2009.

¹⁰⁷⁴ Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira – julho de 2005 a junho de 2007 e julho de 2007 a dezembro de 2008. Disponível em: http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/download_interno.php?path=analise_midia_160410.pdf Acesso em: 30 abr.2010.

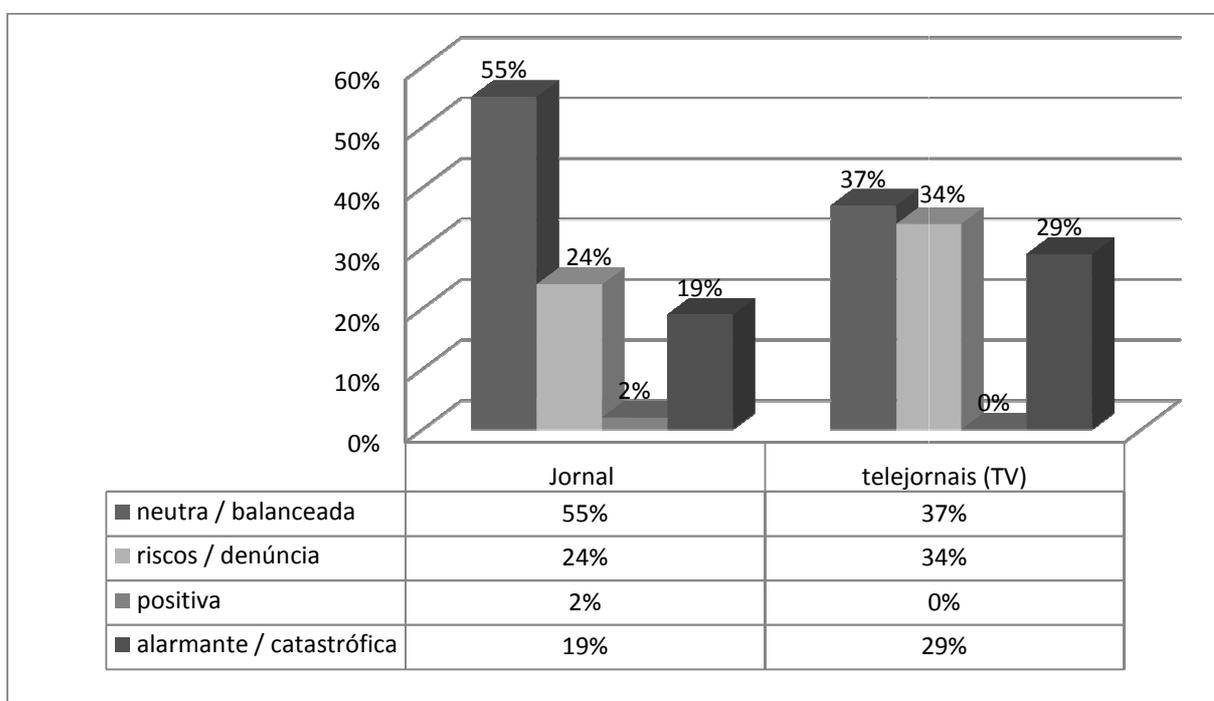
¹⁰⁷⁵ INGLISA, Maria. **La rappresentazione dei cambiamenti climatici nei media italiani**. Raporto di ricerca: analisi dei principali quotidiani nazionali e dei telegiornali di prima serata Rai e Mediaset. Pavia: Ibis, 2008.

acerca dos artigos e notícias selecionados.¹⁰⁷⁶

A autora refere que o problema na cobertura da mídia italiana não reside na falta de informações pois televisão, jornais, rádio e *Internet* oferecem uma grande quantidade de material informativo. Nos jornais, contudo, um problema identificado é o da falta de espaço que impede o oferecimento ao leitor de um conhecimento mais profundo que permitiria uma compreensão mais adequada do assunto. Em face dessa limitação, a autora também refere que acaba havendo uma preferência na mídia italiana em se concentrar em notícias sensacionalistas pois exigem menos explicações científicas pois o fato fala por si só.¹⁰⁷⁷

Essa afirmação é comprovada pela autora na medida em que identificou uma grande incidência de notícias no sentido de alarme, catástrofe, riscos ou denúncias, circunstâncias que chamam a atenção do público mais do que uma exposição informativa e balanceada. Esse mesmo raciocínio se aplica a cobertura feita nos telejornais que também dão ênfase a coberturas alarmistas e de supervalorização do risco e catástrofes, tal como se pode identificar na figura a seguir.

Figura 29 – Abordagem das notícias sobre mudanças climáticas em jornais e telejornais italianos



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de: INGLISA, Maria. **La rappresentazione dei cambiamenti climatici nei media italiani**. Raporto di ricerca: analisi dei principali quotidiani nazionali e dei telegiornali di prima serata Rai e Mediaset. Pavia: Ibis, 2008. p. 38; 44.

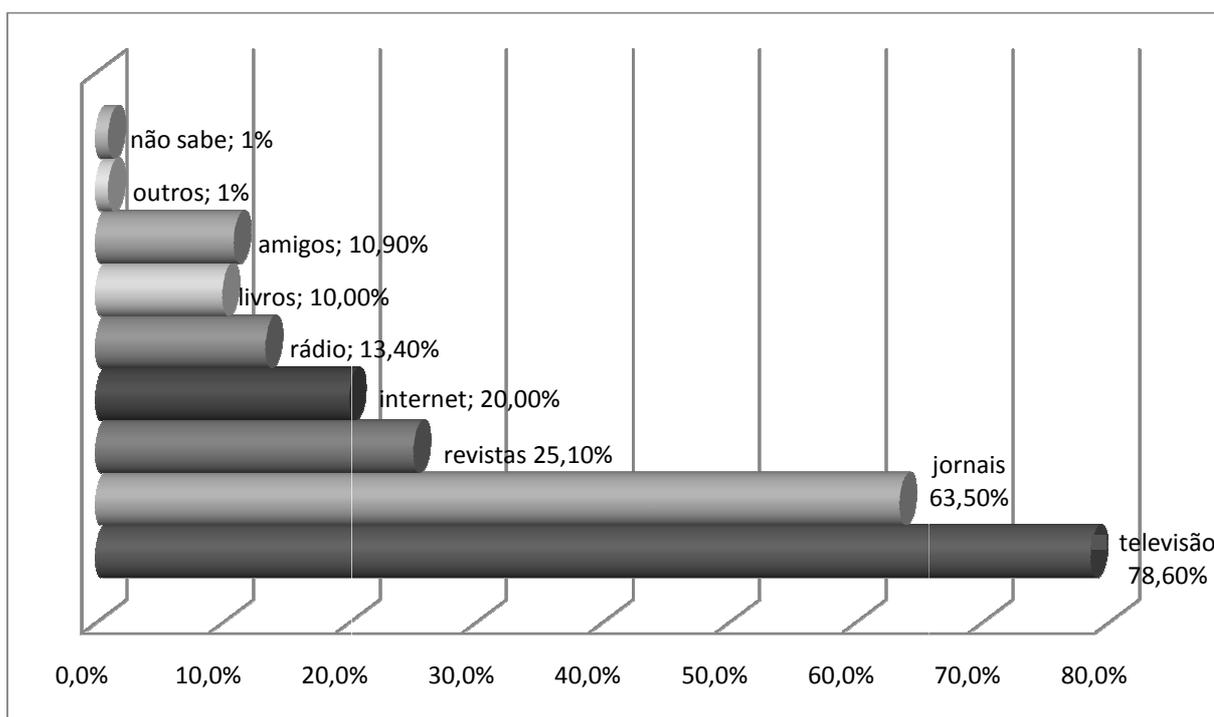
¹⁰⁷⁶ *Ibidem*, p. 21.

¹⁰⁷⁷ *Ibidem*, p. 10.

No começo da análise do conteúdo das notícias coletadas, a autora faz uma breve justificativa sobre a importância da mídia na cobertura das mudanças climáticas e refere que isso já tem resultado em mudanças comportamentais em algumas eleições. Ela cita o caso das eleições australianas em que o candidato John Howard foi derrotado em novembro de 2007 em face da sua posição de fechamento em relação ao Protocolo de Quioto e a rejeição em se empenhar em conter a emissão de CO₂.

Além disso, Maria Inglisa enfatiza a importância da mídia na cobertura sobre as mudanças climáticas. Para a autora é, efetivamente, por meio da mídia, em suas diversas formas, que a população se informa sobre o tema. A figura a seguir, por exemplo, demonstra essa constatação e ainda aponta para o papel preponderante dos jornais como a mídia de maior impacto no processo informativo dos italianos sobre esse tema.

Figura 30– As principais fontes de informação sobre mudanças climáticas dos italianos



Fonte: INGLISA, Maria. **La rappresentazione dei cambiamenti climatici nei media italiani**. Rapporto di ricerca: analisi dei principali quotidiani nazionali e dei telegiornali di prima serata Rai e Mediaset. Pavia: Ibis, 2008. p. 15.

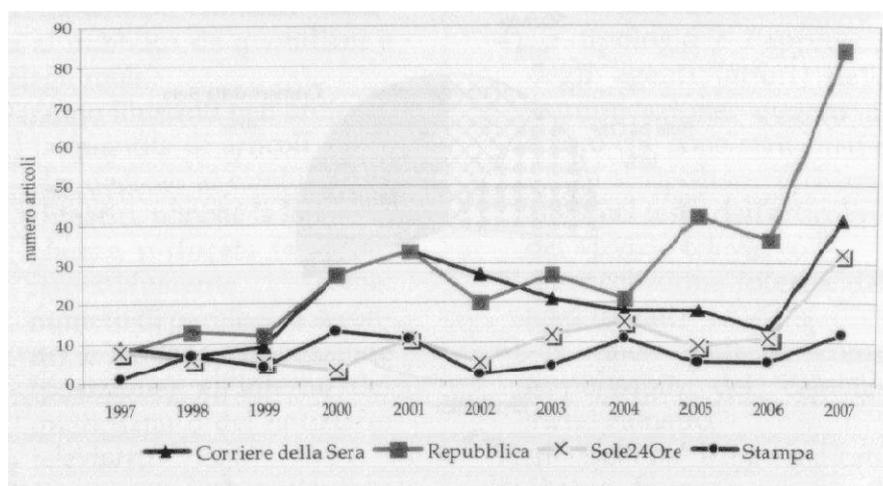
Apesar dessa constatação, a autora demonstra prudência ao reconhecer que não se pode afirmar que os meios de comunicação influenciam diretamente a percepção dos

receptores, porém é absolutamente verossímil supor que a exposição repetida a certo tipo de representação da científica cria um quadro de expectativas no leitor ou espectador.¹⁰⁷⁸

Os resultados apontados pela pesquisa são no sentido de que a cobertura vem crescendo gradualmente a cada ano e sofre períodos de picos de maior exposição. Isso geralmente ocorre quando associados a eventos internacionais (COPs) ou a divulgação de estudos, como os relatórios do IPCC.

Os picos de atenção presentes na figura abaixo se devem a momentos facilmente identificados. Em 2001, por exemplo, houve um destaque acentuado da mídia com relação aos estudos do IPCC quando divulgou o seu 3º relatório em novembro de 2001 durante a Conferência (COP) realizada em Marrakesh. O ano de 2005 também registra outro pico de atenção em razão da entrada em vigor do protocolo de Quioto e, em 2007, a atenção se volta para a divulgação do 4º relatório do IPCC.

Figura 31– Quantidade de artigos publicados junto aos jornais italianos analisados entre 1997 a 2007



Fonte: INGLISA, Maria. **La rappresentazione dei cambiamenti climatici nei media italiani**. Rapporto di ricerca: analisi dei principali quotidiani nazionali e dei telegiornali di prima serata Rai e Mediaset. Pavia: Ibis, 2008. p.26

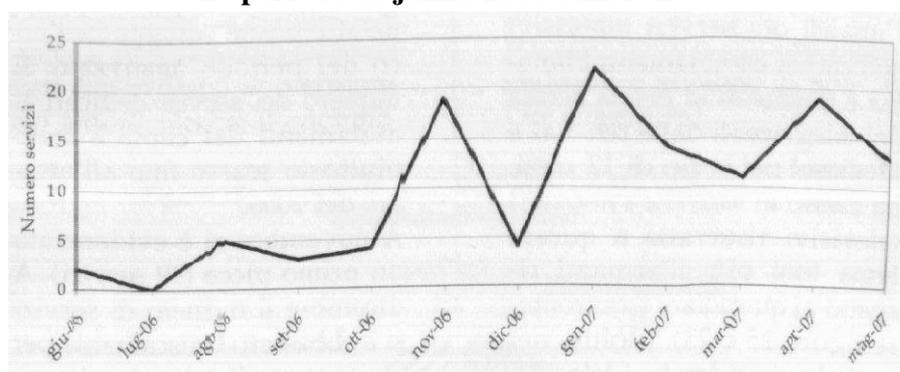
Maria Inglisa ressalta que apesar desses focos bem identificados, a atenção da mídia não se manteve apenas voltada a esses documentos sendo que o tema continuou a ser tratado a partir de outras fontes de questionamento e sob outros enquadramentos, o que

¹⁰⁷⁸ *Ibidem*. p. 16.

demonstra que apesar de predominar uma tendência da mídia reportar somente aquilo que se constitui como o tema agendado para o momento, ainda conseguiu manter uma postura de identificação de outros fatos e circunstâncias que também necessitam de espaço.¹⁰⁷⁹

Outro elemento identificado pela autora é quanto à posição das notícias dentro dos jornais analisados. Os dados apurados apontam que raras foram às vezes em que o assunto apareceu na capa dos jornais ou em chamada especial nos telejornais. Nas oportunidades em que isso ocorreu foi durante o período de maior cobertura da mídia (picos de atenção) em decorrência de encontros ou divulgação dos relatórios do IPCC. Já no que tange a cobertura feita pelos telejornais, à figura abaixo demonstra que a lógica de intensificação na cobertura dos telejornais se mostra no mesmo ritmo das matérias divulgadas nos jornais impressos.

Figura 32 – Distribuição das notícias sobre mudanças climáticas nos telejornais italianos no período de junho/2006 a maio/2007



Fonte: INGLISA, Maria. **La rappresentazione dei cambiamenti climatici nei media italiani**. Rapporto di ricerca: analisi dei principali quotidiani nazionali e dei telegiornali di prima serata Rai e Mediaset. Pavia: Ibis, 2008. p.40

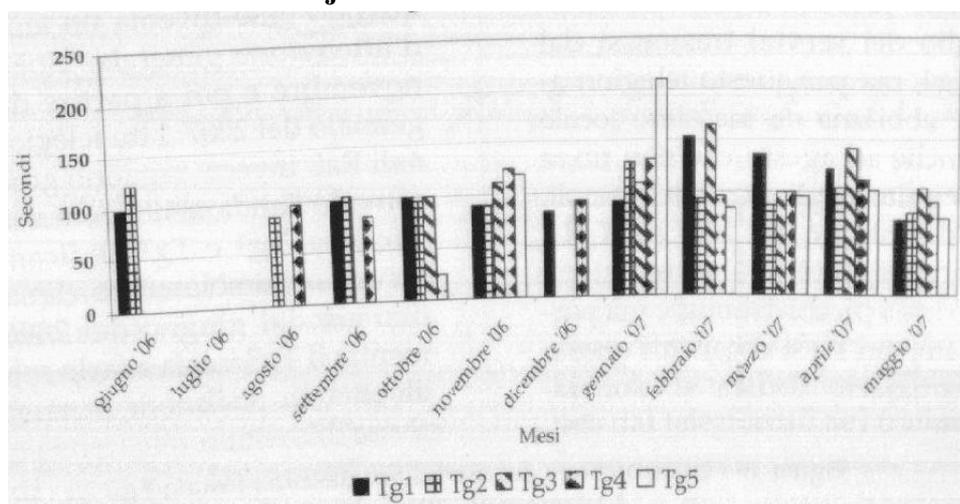
Na figura anterior, um dos picos de noticiabilidade ocorreu em novembro quando ocorreu a COP em Nairóbi e depois em janeiro de 2007 quando houve um aumento na temperatura superior a média do período e a ação da União Europeia contra a emissão dos gases do efeito estufa. Em fevereiro, no início, o pico é mantido pelo relatório do IPCC. Outro pico identificado pelo gráfico, em abril de 2007, refere-se à publicação da segunda parte do relatório do IPCC.

Um detalhe importante identificado por Inglisa é que no período de pesquisa houve uma constatação de que o tempo de duração das reportagens aumentou consideravelmente, assim como a frequência com que o assunto foi tratado. Ainda assim, não

¹⁰⁷⁹ *Ibidem*. p.30- 31.

se pode afirmar que a atenção tenha sido constante, apesar do crescimento.¹⁰⁸⁰ Em alguns telejornais, inclusive, o assunto sequer existia conforme pode se verificar pela análise da figura abaixo onde, em junho e julho de 2006, por exemplo, dos 5 telejornais analisados em junho somente 2 referiram algo e em julho na média não se chegou a sequer a representar algo passível de inclusão no gráfico, conforme se pode visualizar na figura a seguir.

Figura 33 – Duração média mensal das notícias sobre mudanças climáticas junto aos telejornais italianos analisados



Fonte: INGLISA, Maria. **La rappresentazione dei cambiamenti climatici nei media italiani**. Raporto di ricerca: analisi dei principali quotidiani nazionali e dei telegiornali di prima serata Rai e Mediaset. Pavia: Ibis, 2008. p.42.

Para analisar especificamente o conteúdo das notícias, Inglisa elaborou algumas categorias visando a classificá-las, bem como, passou a especificar o nível de relevância da informação, ou seja, se o tema ocupava um foco principal ou secundário dentro da notícia. Os dados apurados pela pesquisa, no que tange ao enquadramento das notícias, podem ser visualizados no próximo gráfico (figura 34).

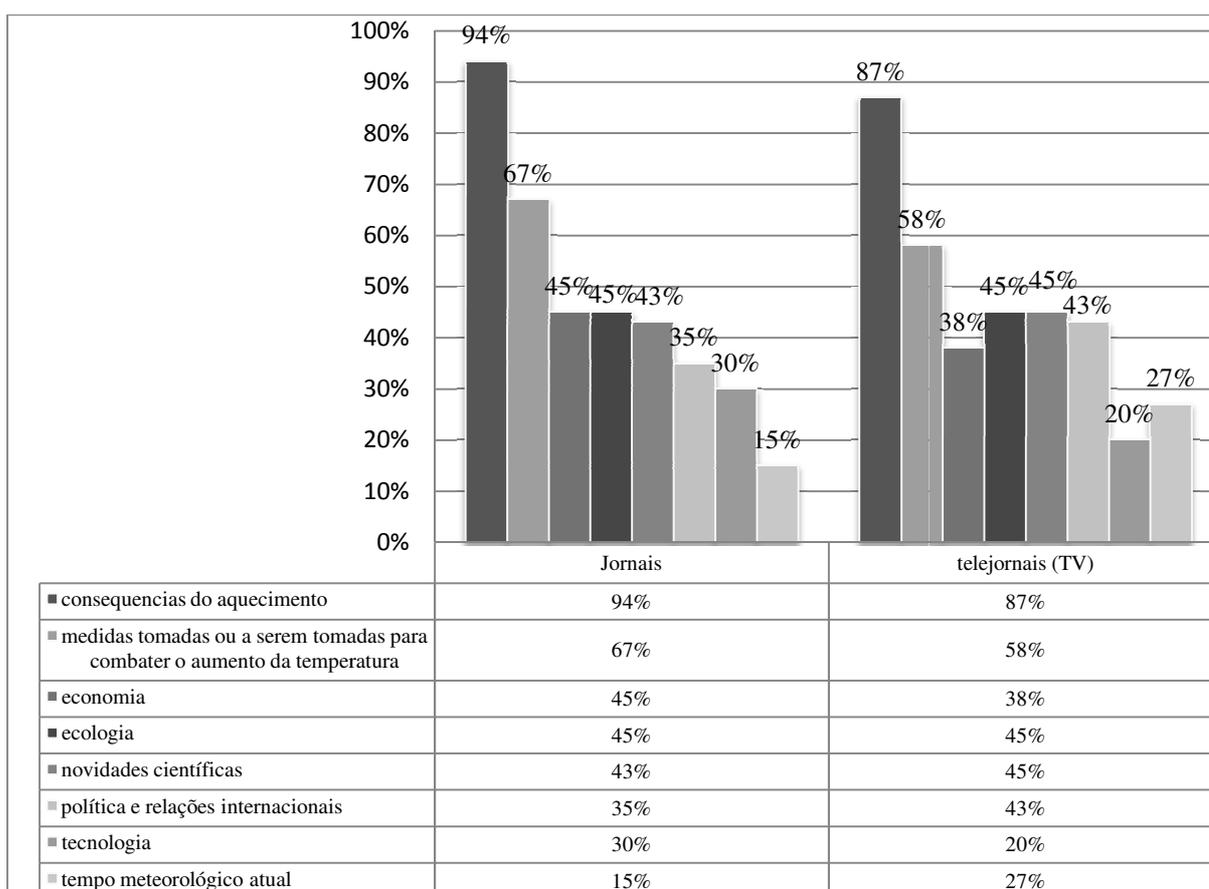
Essa abordagem é interessante pois permite identificar qual o enquadramento dado pela mídia ao assunto. Isso se mostra valioso pois, a exemplo do que foi visto no capítulo 3 e na análise da mídia brasileira, tendo em vista que o enquadramento realizado pela mídia pode interferir na forma como o assunto é compreendido pelo público. Dessa forma, se o enquadramento é mais voltado aos aspectos científico, econômico, internacional, ou político, isso influencia diretamente o grau de exigibilidade de ação política ou social que a

¹⁰⁸⁰ *Ibidem*, p. 39.

notícia pode proporcionar.

A pluralidade de enquadramentos se mostra fundamental para uma cobertura adequada do assunto pois o assunto exige assim, não apenas um olhar fixo tal como atualmente vem se realizando em certos países de analisar tão somente os aspectos científicos. Conforme já referido anteriormente ainda se mostra necessário que a mídia se abra para outras possibilidades de enxergar o assunto, assim como a inclusão da esfera econômica e da análise dos efeitos que uma transição para uma economia de baixo carbono pode representar para o enfrentamento desses desafios.

Figura 34 – Distribuição dos temas tratados nos jornais e telejornais italianos sobre mudanças climáticas



Fonte: INGLISA, Maria. **La rappresentazione dei cambiamenti climatici nei media italiani**. Raporto di ricerca: analisi dei principali quotidiani nazionali e dei telegiornali di prima serata Rai e Mediaset. Pavia: Ibis, 2008. p. p. 73, 74, 75.

Diante dessas considerações a autora conclui que a atenção conferida pela mídia italiana às mudanças climáticas tem aumentado consideravelmente, refletindo uma tendência mundial. Ainda assim, fornecem uma informação incompleta em algumas matérias pois é comum a descrição equivocada das consequências e a confusão entre meteorologia e climatologia. A autora também identifica que existe uma influência significativa da mídia norte-americana junto à forma como a mídia de outros países se comporta. Isso fica identificado na tendência adotada nos Estados Unidos e, a partir de então, repetida em outros locais, relativos à adoção da chamada *tirania dell'equilibrio* (tirania do equilíbrio). Ou seja, a exigência de agir de modo imparcial e apontar todos os pontos de vista. A autora aponta que nos EUA os jornalistas valorizam em demasia o desacordo entre os cientistas e colocam em xeque a seriedade e gravidade do problema das mudanças climáticas.

Em face disso, também se escolheu analisar na presente tese a forma como a mídia norte-americana trata do assunto das mudanças climáticas mediante identificação dos resultados obtidos em alguns estudos relevantes. A escolha desse país também se justifica em face da maior tradição em pesquisas dessa natureza. O acompanhamento do trabalho da mídia é uma atividade que até mesmo no campo das mudanças climáticas já recebe uma atenção considerável por estudiosos norte-americanos há vários anos.¹⁰⁸¹ As pesquisas analisadas apontam para uma presença significativa de discussões sobre o fenômeno na mídia norte-americana e mundial desde o final dos anos de 1980.¹⁰⁸² Vários estudos elencam fatos que contribuíram para que alguns meios viessem a adotar um comportamento mais pró-ativo perante as mudanças climáticas. Porém, nos anos 1970, segundo os pesquisadores Peter Weingart, Anita Engels e Petra Pansegrau,¹⁰⁸³ repercutiram na mídia diversas declarações da comunidade científica alemã acerca dos problemas concretos relacionados às alterações climáticas.

Segundo os estudos Maxwell Boykoff e Jules Boykoff¹⁰⁸⁴ um fato que demonstra

¹⁰⁸¹ Cabe destacar um importante exemplo de acompanhamento dessa temática desenvolvido pelo *Environmental Change Institute*, da Universidade de Oxford, que monitora a cobertura noticiosa de 50 jornais distribuídos por 20 países de seis continentes. Os dados mostram um grande crescimento do número de notícias a partir de 2006 até o presente momento. Cf. <<http://www.eci.ox.ac.uk/research/climate/mediacoverage.php>>

¹⁰⁸² Exemplos destes estudos podem ser encontrados em: UNGAR, Sheldon. The rise and (relative) decline of global warming as a social problem. **The Sociological Quarterly**, v. 33, n. 4, p. 483-501, 1992. BELL, Allan. Media (mis)communication on the science of climate change. **Public Understanding of Science**, v. 3, p. 259-275, 1994. BELL, Allan. Climate of opinion: public and media discourse on the global environment. **Discourse Society**, v. 5, n. 1, p. 33-64, 1994.

¹⁰⁸³ WEINGART, Peter; ENGELS, Anita; PANSEGRAU, Petra. Risks of communication: discourses on climate change in science, politics, and the mass media. **Public Understanding of Science**, v. 9, p. 261-283, 2000.

¹⁰⁸⁴ BOYKOFF, Maxwell; BOYKOFF, Jules. M. Balance as bias: global warming and the US prestige press. **Global Environmental Change**, n. 14, 2004, p. 127.

um aumento no interesse da mídia em relação a essa temática foi o depoimento dado pelo cientista da NASA, James Hansen, em 1988, na ocasião em que sustentou a presença do aquecimento global antropogênico e frisou a necessidade de uma ação imediata.

Além desse episódio, os autores apontam para o discurso da então primeira-ministra britânica, Margaret Thatcher, pronunciado na Royal Society, em Londres, reconhecendo a relevância do debate acerca das alterações do clima. Além disso, os autores relembram que o verão de 1988 foi um dos mais quentes – até então – nos Estados Unidos e isso gerou enormes problemas tanto para o meio ambiente quanto para a agricultura daquele país, motivo pelo qual também contribuiu no aumento das notícias sobre o aquecimento global.¹⁰⁸⁵

Maxwell Boykoff em estudos mais recentes também refere que com o passar do tempo, a cobertura dos meios de comunicação tem demonstrado ser um elemento essencial por uma série de fatores que tem configurado e influenciado uma contínua interação entre a ciência, política e a opinião pública.¹⁰⁸⁶ Assim, as representações midiáticas acabam sendo um fator importante no entendimento e nos compromissos públicos da ciência climática, razão pela qual também necessitam de uma análise crítica.

Uma forma inicial de se compreender a intensidade essas representações é por meio de uma análise quantitativa acerca da cobertura sobre as mudanças climáticas e o aquecimento global. Para isso, o autor analisou a produção de notícias sobre essa temática desde 1987 em 40 jornais de língua inglesa considerados mais influentes no mundo. Os jornais cobrem 17 países de cinco continentes e, por essa razão, são considerados como representativos de uma atenção midiática crescente nas últimas décadas.¹⁰⁸⁷

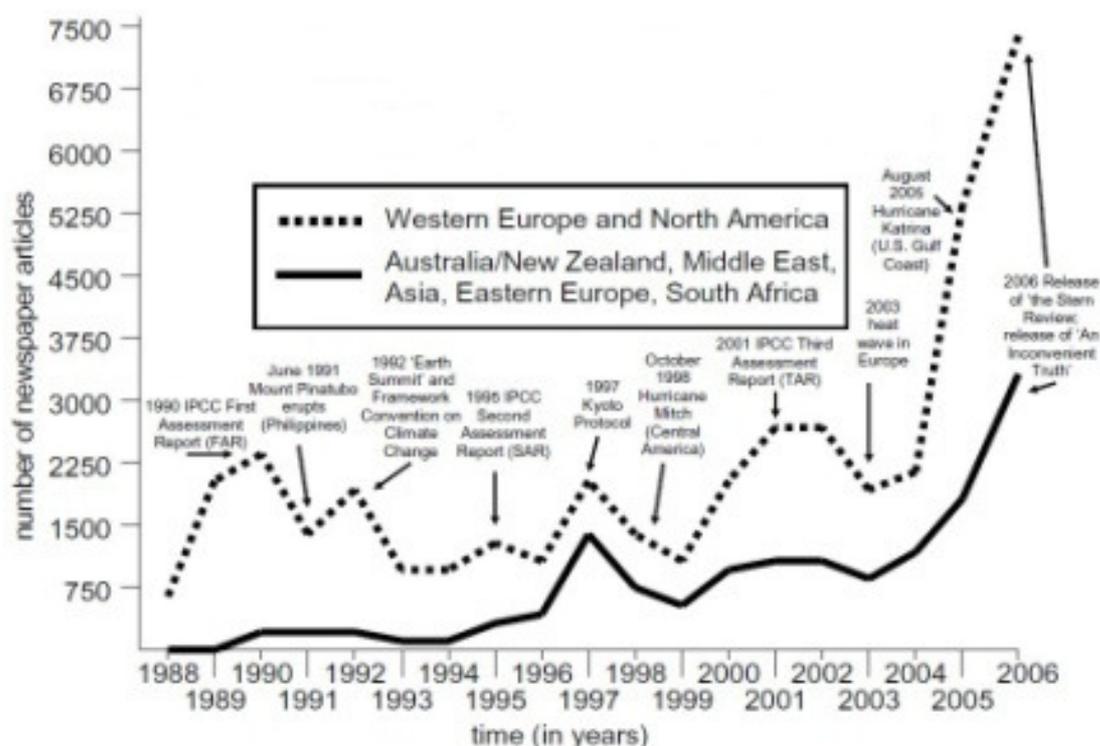
A partir disso, o autor explica que houve um aumento muito significativo na cobertura do aquecimento global na Europa ocidental e na América do norte desde 1988 até 2008, conforme pode se visualizar no gráfico a seguir.

¹⁰⁸⁵ PEARCE, Fred. **Turning Up the Heat: Our Perilous Future in the Global Greenhouse**. London: The Bodley Head, 1989.

¹⁰⁸⁶ BOYKOFF, Maxwell. Media and scientific communication: a case of climate change. **Geological Society**, London, Special Publications 2008, v. 305. p. 11-18.

¹⁰⁸⁷ Cf. BOYKOFF, Maxwell T.; ROBERTS, J. Timmons. Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses. In: **United Nations Development Program: Human Development Report 2007/2008**. Disponível em: <<http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2007-2008/papers/boykoff,%20maxwell%20and%20roberts,%20j.%20timmons.pdf>> Acesso em: 30 abr.2010.

Figura 35 – Cobertura de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global em jornais de língua inglesa

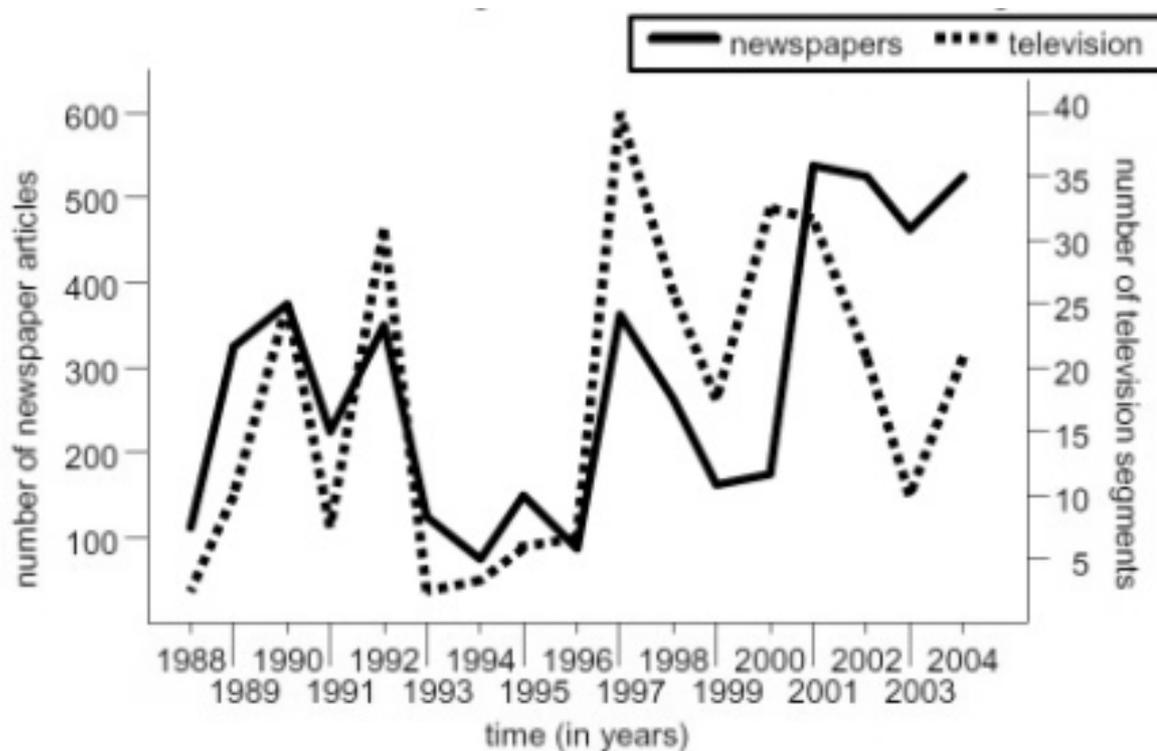


Fonte: BOYKOFF, Maxwell. T.; BOYKOFF, Jules M. Climate Change and Journalistic Norms: a Case Study of U.S. Mass-Media Coverage. *Geoforum*, 2007. Disponível em: <<http://www.eci.ox.ac.uk/publications/downloads/boykoff07-geoforum.pdf>> Acesso em: 30 abr.2010.¹⁰⁸⁸

Além dessa análise junto aos jornais, Maxwell Boykoff, também buscou identificar a inclusão dessa temática junto a alguns dos principais programas de TV norte-americanos. O gráfico abaixo demonstra essa evolução também no interesse da televisão em analisar as mudanças climáticas e, ainda, serve para se identificar a comparação com a cobertura efetuada pelos principais jornais dos Estados Unidos.

¹⁰⁸⁸ Os jornais analisados e representados no gráfico foram os seguintes: *Sydney Morning Herald*, *The Age* (Melbourne), *Courier-Mail* (Brisbane), *The Australian*, *Daily Telegraph* (Sydney), *Globe and Mail* (Toronto), *Toronto Star*, *South China Morning Post* (Hong Kong), *Prague Post*, *Irish Times* (Dublin), *Jerusalem Post*, the *Jerusalem Report*, *Yomiuri Shimbun* (Tokyo), *Japan Times* (Tokyo), *Mainichi Shimbun* (Tokyo), *Korea Herald*, the *Korea Times* (Seoul), *New Straits Times* (Wilayah Persekutuan), *Het Financieele Dagblad* (Eindhoven), *New Zealand Herald* (Auckland), *Dominion Post* (Wellington), *The Press* (Christchurch), *Moscow News*, *Moscow Times*, *The Straits Times* (Singapore), *Business Day* (Johannesburg), *Financial Mail* (Johannesburg), *Sunday Times* (Johannesburg), *The Nation* (Bangkok), *Guardian* (London), *Observer* (London), *Independent* (and *Sunday Independent*) (London), *Times* (and *Sunday Times*) (London), *Financial Times* (London), *The Herald* (Glasgow), *The Scotsman* (and *Scotland on Sunday*) (Edinburgh), *Los Angeles Times*, *New York Times*, *U.S.A Today* (McLean, VA), *Wall Street Journal* (New York), *Washington Post*.

Figura 36 – Cobertura de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global em jornais impressos e programas de TV dos Estados Unidos



Fonte: BOYKOFF, Maxwell. T.; BOYKOFF, Jules M. Climate Change and Journalistic Norms: a Case Study of U.S. Mass-Media Coverage. *Geoforum*, 2007. Disponível em: <<http://www.eci.ox.ac.uk/publications/downloads/boykoff07-geoforum.pdf>> Acesso em: 30 abr.2010.¹⁰⁸⁹

Segundo a pesquisa realizada por Maxwell Boykoff e Jules Boykoff houve, portanto, um crescimento na cobertura das mudanças climáticas junto aos jornais norte-americanos.¹⁰⁹⁰ De acordo com esse trabalho, a cobertura sobre o aquecimento global no período analisado contribuiu para fomentar uma significativa divergência entre o discurso popular e o científico. O trabalho também aponta que existem diversas reportagens equilibradas sobre o assunto, mas que também há uma cobertura tendenciosa e equivocada sobre o assunto. Os autores, por sua vez, também frisam que a tese da cobertura equilibrada – mesma quantidade de linhas para um lado e para o outro – embute uma armadilha para a verdadeira compreensão da problemática. Assim, a presença das duas argumentações tem

¹⁰⁸⁹ Os jornais analisados foram: *Los Angeles Times*, *New York Times*, *Wall Street Journal* (New York), e *Washington Post*. Os programas de TV analisados foram os seguintes: *ABC World News Tonight*, *CBS Evening News*, *NBC Nightly News*, *CNN WorldView*, *CNN Wolf Blitzer Reports* e *CNN NewsNight*.

¹⁰⁹⁰ BOYKOFF, Maxwell; BOYKOFF, Jules. M. Balance as bias: global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, n. 14, 2004.

gerado um debate interessante no campo das análises de mídia, mas ambas parecem desfocadas pois o fato de apresentar as posições divergentes nem sempre significa avalizá-las. Além disso, os autores apontam a necessidade de informar aos leitores que há uma desproporção entre o número de pesquisadores que os que acreditam na existência de causas antropogênicas para as mudanças climáticas e os que são contrários a essa tese. Também apontam que é preciso identificar claramente quais as credenciais dos interlocutores e também quem financia as pesquisas de ambos os lados.

Além desses elementos quantitativos representados nos gráficos, o autor refere que ao se focalizar a atenção em fatores que determinam o conteúdo das notícias sobre as mudanças climáticas será possível identificar que existem diversas influências complexas, não lineares e dinâmicas envolvidas nesse processo. Dessa forma, ainda que a ciência e a política das mudanças climáticas e os acontecimentos ecológicos e ambientais determinem o modo de informar à mídia e ao público, para o jornalismo a preocupação pública também vem contribuindo a moldar a ciência climática e as decisões políticas.

Assim, Boykoff sustenta que dentro da mídia há um número de fatores que se cruzam no campo político, econômico, cultural e social para configurar aquilo que se consideram notícias. O problema, é que os editores e jornalistas ao informar esse tipo de conteúdo acabam sofrendo pressões para publicar ou deixar de publicar certo tipo de circunstância que afete interesses econômicos, por exemplo. Por essa razão, o autor sustenta que isso acaba por limitar a capacidade de se aprofundar na divulgação da informação por editores e jornalistas que além desses aspectos também devem levar em consideração o espaço disponível para a notícia, as preferências editoriais, o local onde a notícia deve ou pode ser inserida dentro do jornal. Enfim, esses são fatores que o autor ressalta como capazes de influenciar a forma como a informação será transformada em notícia e levada ao conhecimento do público. Porém, ele adverte que esses aspectos são mais facilmente identificáveis pois são explícitos, contudo, ainda existem outras pressões e regras implícitas.¹⁰⁹¹ A prática jornalística, portanto, segundo Boykoff, sobrevive às deficiências inerentes a prática da mídia tradicional tendo que se adaptar ao aumento pela demanda das multiplataformas (vídeo, áudio, texto com *blogs*, *Twitter*, *Youtube*). Além disso, em nome da eficiência, os jornalistas são obrigados a retratar um universo cada vez maior de acontecimentos e isso acaba dificultando a representação satisfatória da complexidade que

¹⁰⁹¹ BOYKOFF, Maxwell. Media and scientific communication: a case of climate change. **Geological Society**, London, Special Publications 2008, v. 305. p. 11-18.

envolve as mudanças climáticas.¹⁰⁹²

Em face disso, o autor refere que os meios de comunicação representam um campo de batalha em que estão em jogo pressões e influências onde se identifica um grande desafio para a cobertura dos aspectos científicos e políticos sobre as mudanças climáticas, em especial, quando se necessita lidar com a comunicação de aspectos não totalmente esclarecidos pela própria ciência acerca das causas desse fenômeno. Por essa razão, o autor também alerta em seus estudos que há uma tendência em se introduzir estrategicamente a incerteza no discurso das mudanças climáticas como uma tática de defesa desenvolvida por certos atores políticos intransigentes visando a invalidar a preocupação pública acerca dos problemas ambientais decorrentes das mudanças climáticas.¹⁰⁹³

Ao analisar as tendências atuais nas coberturas da mídia mundial, Boykoff refere que houve um aumento geral na cobertura da mídia acerca das mudanças climáticas e que isso se mostra como um fenômeno mundial. Segundo os seus estudos, o volume na cobertura da mídia no final de 2009 foi aproximadamente cinco vezes maior do que na virada do milênio. Além disso, tendo em vista que os resultados são decorrentes da análise de jornais com grande influência nos países pesquisados, ele sustenta que essa exposição demonstra claramente o poder de agendamento da mídia para as ações políticas e participação do público. Isso também acaba influenciando outras mídias que também usam os jornais como fontes tais como a televisão, *Internet* e rádios.¹⁰⁹⁴

Outra constatação interessante das pesquisas recentes do autor é que o aumento na cobertura da mídia norte-americana não se mostra mais tão acentuada quanto os aumentos ocorridos em outras regiões do mundo. Ou seja, aparentemente, a mídia americana vive um momento de estabilização na alta produção de reportagens sobre o assunto, enquanto que as demais mídias somente mais recentemente “descobrem” o assunto e passam a investir sua atenção com maior fôlego nessa temática. Assim, enquanto que na mídia americana houve um aumento de apenas 59% desde o início do ano de 2009 houve um aumento de 85% na América do Sul, 79% na África, 68% na Oceania, Ásia e Oriente Médio, 67% na Europa. O autor explica que possíveis causas para isso incluem a cobertura da COP 15 e os escândalos envolvendo o conteúdo dos *emails* trocados entre os integrantes do IPCC e obtidos em face da

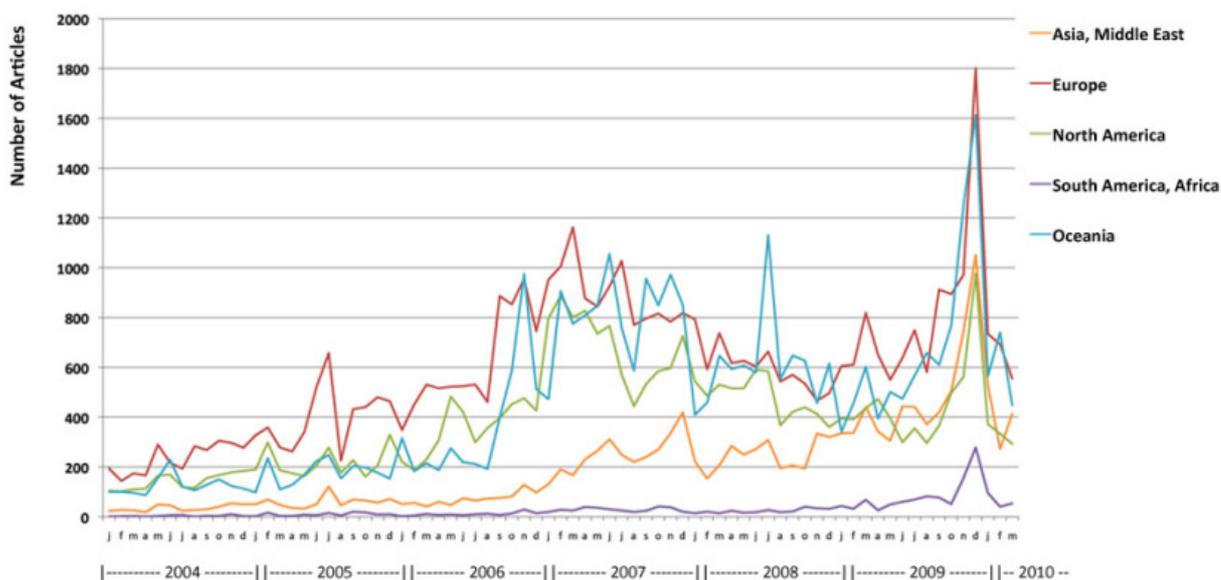
¹⁰⁹² BOYKOFF, Maxwell. Indian media representations of climate change in a threatened journalistic ecosystem. **Climatic Change**, vol. 99, springer, 2010, p.17–25.

¹⁰⁹³ Nesse mesmo sentido também conferir: WILLIAMS, Jerry. The phenomenology of global warming: the role of proposed solutions as competitive factors in the public arenas of discourse. **Human Ecology Review**, v.7, n. 2, 2000. p. 63–72.

¹⁰⁹⁴ BOYKOFF, Maxwell. Indian media representations of climate change in a threatened journalistic ecosystem. **Climatic Change**, v. 99, springer, 2010, p.17–25.

ação de *hackers*. Esses episódios deram elementos suficientes para que a mídia pudesse cobrir tais acontecimentos mediante adoção de diversos *frames*, desde análises ambientais, científicas, políticas, econômicas. A figura abaixo, portanto, demonstra claramente esse expressivo aumento referido por Boykoff.¹⁰⁹⁵

Figura 37 – Cobertura jornalística das mudanças climáticas/aquecimento global em jornais do mundo – 2004-2010



Fonte: *Center for Science and Technology Policy Research - University of Colorado-Boulder*. Disponível em: <http://sciencepolicy.colorado.edu/media_coverage/march_2010.jpg> Acesso em: 30 abr.2010.¹⁰⁹⁶

¹⁰⁹⁵ BOYKOFF, Maxwell. Indian media representations of climate change in a threatened journalistic ecosystem. *Climatic Change*, vol. 99, springer, 2010, p.17–25.

¹⁰⁹⁶ Os jornais analisados para elaboração dos dados constantes na figura foram, em ordem alfabética: *The Age* (Australia), *The Australian* (Australia), *Business Day* (South Africa), *Clarín* (Argentina), *Courier-Mail* (Australia), *Daily Express* (e *Sunday Express*) (United Kingdom), *Daily Mail* (Mail on Sunday) (United Kingdom), *Daily News* (United States), *Daily Telegraph* (Australia), *Dominion Post* (New Zealand), *Fiji Times* (Fiji), *Financial Mail* (South Africa), *Globe and Mail* (Canada), *Guardian* (e *Observer*) (United Kingdom), *The Herald* (United Kingdom), *Hindu* (India), *Hindustan Times* (India), *Independent* (e *Sunday Independent*) (United Kingdom), *Indian Express* (India), *Irish Times* (Ireland), *Japan Times* (Japan), *Jerusalem Post* (Israel), *Jerusalem Report* (Israel), *Korea Herald* (South Korea), *Korea Times* (South Korea), *Los Angeles Times* (United States), *Mirror* (e *Sunday Mirror*) (United Kingdom), *Moscow News* (Russia), *Nation* (Pakistan), *Nation* (Thailand), *National Post* (Canada), *New Straits Times* (Malaysia), *New York Times* (United States), *New Zealand Herald* (New Zealand), *Prague Post* (Czech Republic), *The Press* (New Zealand), *The Scotsman* (e *Scotland on Sunday*) (United Kingdom), *South China Morning Post* (China), *South Wales Evening Post* (United Kingdom), *The Straits Times* (Singapore), *The Sun* (e *News of the World*) (United Kingdom), *Sydney Morning Herald* (Australia), *Telegraph* (e *Sunday Telegraph*) (United Kingdom), *Times* (e *Sunday Times*) (United Kingdom), *The Times of India* (India), *Toronto Star* (Canada), *USA Today* (United States), *Wall Street Journal* (United States), *Washington Post* (United States), *Yomiuri Shimbun* (Japan).

Com relação à queda brusca no volume de notícias sobre essa temática, o autor aponta que a tragédia no Haiti, em janeiro de 2010, justifica esse deslocamento momentâneo do foco das atenções da mídia que também se soma a pouca concretude política e normativa alcançada com as discussões travadas durante a COP 15. Diante dessas circunstâncias, o autor, assim como qualquer pessoa que esteja interessada em compreender esse assunto, se questiona sobre qual deverá ser a tendência da cobertura midiática a partir de agora? Será que ela será mantida em níveis altos ou manterá a queda registrada no início do ano?¹⁰⁹⁷

A posição de Boykoff é a de que todos os movimentos de preocupação ambiental fizeram com que a mídia começasse a perceber a sua importância nessas discussões e que o clima está na agenda dos políticos e da mídia internacional e apesar de reduções ocasionais na cobertura o tema ainda permanecerá como pauta provável e constante nas mais diversas formas de mídias. Essa provável tendência de manter o tema quente junto às pautas das redações também indica que as redações estão se adaptando para lidar com essa temática de uma forma mais crítica e visando a superar algumas das barreiras antes mencionadas.¹⁰⁹⁸

Assim, em face das análises aqui apresentadas, é possível perceber que em todas restou evidenciado o crescente papel que a mídia vem realizando na cobertura das mudanças climáticas. Apesar de esses estudos recaírem em mídias tradicionais, principalmente em mídias impressas, apontam para uma adaptação a temática bem significativa. Ainda assim, conforme vem se sustentando e se questionando também junto a presente tese é que as novas mídias têm mostrado uma capacidade maior, com mais articulação e criatividade para realizar a cobertura desse tipo de situação. Por essa razão, no próprio tópico serão analisadas algumas dessas mídias e sua contribuição para o debate sobre as mudanças climáticas dentro do ciberespaço.

4.3.3 As mudanças climáticas nas novas mídias globais: do jornalismo online ao ciberativismo em blogs e redes sociais na Internet

A emergência de novas mídias como fontes de informação provocaram mudanças na forma de se fazer jornalismo e em todos os demais modos de produção e difusão da

¹⁰⁹⁷ BOYKOFF, Maxwell. Indian media representations of climate change in a threatened journalistic ecosystem. *Climatic Change*, vol. 99, springer, 2010, p.17–25.

¹⁰⁹⁸ *Ibidem*.

informação. A *Internet*, em especial, propicia uma interligação entre as mais diversas mídias e isso favorece e amplia o espaço de discussão social de certos problemas. Por outro lado, o atual contexto midiático aponta para uma perda da credibilidade das mídias tradicionais e um deslocamento gradual, mas constante, do foco das atenções para as mídias *online*. Assim, em face desses fatores se justifica a necessidade de também se analisar o comportamento dessas novas mídias em relação ao tema das mudanças climáticas.

Apesar de jornalismo *online*, os *blogs* e as redes sociais na *Internet* ainda se constituírem num campo de constante modificação e expansão, seu estudo mostra-se necessário ainda que sujeito a falhas, imperfeições ou compreensão incompleta do fenômeno. A tendência que se tem identificado até o momento é a de interpenetração dos universos compostos da mídia tradicional e da mídia *online* apesar da existência de um diálogo tenso e de mútua influência entre ambas.

Em face dessas constatações, também se pode afirmar que o exercício da cidadania em rede depende, por outro lado, da existência de um domínio individual para interagir com essas ferramentas de mediação que permitem, cada vez mais, o acesso a informação e também à organização e participação em acontecimentos. Por essa razão, Gustavo Cardoso sustenta que diante dessa necessidade de se dominar e adquirir as habilidades necessárias para a vivência no ciberespaço é que emerge o verdadeiro poder da mídia, poder este, conferido “por *ouvir, falar e ser ouvido*”.¹⁰⁹⁹ Ou seja, trata-se de um poder que permite aos “cidadãos, nos seus diversos papéis, acessar o espaço simbólico produzido pelas tecnologias da mediação e, conseqüentemente, poder usá-las na construção da sua autonomia individual e coletiva: o poder da *mediação*”.¹¹⁰⁰

O autor, por outro lado, reconhece que esse é um poder limitado tendo em vista que depende do contexto em que o mesmo é exercido. Assim, “embora a mídia possua o poder de influenciar (e mudar) processos políticos, econômicos e sociais e de mudar a balança do poder, esse poder lhe é igualmente negado pelo Estado, pelo mercado, pelas audiências resistentes ou proativas, pelos cidadãos e pelos consumidores”.¹¹⁰¹ Essa negação, todavia, não lhe impede que continue a exercer o poder de influenciar, muito pelo contrário, o que se identifica é que as novas tecnologias da informação e comunicação permitirão novos caminhos para o exercício desse poder. Nesse mesmo sentido, sustenta Fritjof Capra, que um

¹⁰⁹⁹ CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV, 2007. p. 32.

¹¹⁰⁰ *Ibidem*.

¹¹⁰¹ *Ibidem*.

novo tipo de poder mostra-se mais adequado ao paradigma ecológico que emergiu nos últimos anos, trata-se do poder de influenciar os outros. Assim, para o autor a estrutura ideal para esse tipo de poder não é o da hierarquia mas a rede que também se afigura como a metáfora central da ecologia.¹¹⁰²

Assim, da mesma forma que se analisou anteriormente o comportamento da mídia tradicional relativo à cobertura das mudanças climáticas, mostra-se necessário identificar qual o grau envolvimento das novas mídias com essa temática a partir da pesquisa junto a alguns jornais *online*. Aqui cabe frisar que apesar de serem jornais *online*, a grande maioria dos *sites* analisados reproduzem praticamente o mesmo conteúdo do jornal impresso, somente em alguns casos são feitas adaptações e inclusão de novos recursos multimídia (vídeos, fotos, etc.). Na cobertura de temas complexos, caso das mudanças climáticas, é comum o emprego de elementos de multimídia capazes de facilitar a compreensão do leitor acerca do assunto. Por isso, em vários *sites* é facilmente identificada a presença de ilustrações que facilitam o leitor comum a se familiarizar com a temática e, quando necessário, os jornais também estabelecem *links* (ligações) sobre pontos específicos do texto para outras reportagens e ou outras fontes que permitem ao leitor conhecer mais profundamente o assunto.

Os resultados das buscas por notícias ligadas à temática das mudanças climáticas se mantêm coerentes com os encontrados nas mídias tradicionais, contudo, o que se destaca como um diferencial desse novo modo de fazer jornalismo é a possibilidade de interação com o público que os *sites* dos jornais *online* propiciam. Apesar de essa interação não se constituir em uma regra, pois muitos *sites* não permitem comentários, outros elementos buscam estimular alguma interação mediante convite ao leitor para que insira aquela notícia em seu blog, ou divulgue a outras pessoas junto às redes sociais.¹¹⁰³

Apesar de a análise aqui proposta ser a de identificar a cobertura dos jornais *online*, o comportamento de algumas revistas também chamam a atenção e por isso se fará uma breve descrição de um curioso caso envolvendo uma revista brasileira. Conforme referido anteriormente, algumas mídias tradicionais a exemplo das revistas impressas, por

¹¹⁰² CAPRA, Fritjof. **A teia da vida**: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. Tradução de Newton Roberval Eichenberg. São Paulo: cultrix, 2006. p. 28.

¹¹⁰³ A importância da análise da cobertura realizada pelos jornais online se deve ao fato de que “os leitores de jornais eletrônicos são os cidadãos mais ativos na política. Vinte e nove por cento dos que visitam os sites de jornais consideram-se bastante interessados em assuntos voltados para o governo, a política e as eleições, segundo um relatório de 2004 da National Association of Newspapers (NAA) norte-americana”. VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0 In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs**: revolucionando os meios de comunicação. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 83.

exemplo, também passaram a contar com espaços na *Internet* e souberam, em alguns casos, se aproveitar muito bem dessa nova tecnologia para trazer informação organizada e sistematizada para os leitores.

No Brasil, diversos jornais e revistas possuem as suas versões tradicionais (impressas), e mantêm *sites* com conteúdos próximos ao da versão impressa, mas alguns preparam conteúdos exclusivos para esse público e novo meio. Um caso interessante é o da revista *Veja*. Uma revista tradicional no Brasil que, apesar de uma postura política bem marcada e, justamente por isso criticada em algumas de suas coberturas, possui em seu *site* um espaço dedicado especialmente a compreensão do aquecimento global. A proposta é bem interessante pois a intenção é analisar o aquecimento global em profundidade. A figura abaixo mostra a disposição das informações nessa seção específica do site da revista que contém espaço para apresentação do contexto do aquecimento global, uma parte chamada multimídia com diversos elementos ilustrativos e uma parte chamada arquivo *Veja* onde são disponibilizadas reportagens antigas da versão impressa envolvendo a temática:

Figura 38 – Aquecimento global em profundidade: seção especial do site da revista *Veja*



Fonte: <http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/aquecimento_global/arquivo.html>

O problema, conforme se identifica da análise da figura 38, é que o próprio título já deixa evidente que a revista também segue a nomenclatura “padrão” dos demais veículos. Ou seja, se utiliza da expressão aquecimento global para se referir a situações que seriam muito melhor identificadas com a expressão mudanças climáticas. Porém, ultrapassando-se esse aspecto, a proposta se mostra valiosa pois o que a Veja faz é demonstrar claramente e, na prática, a teoria do agendamento e, em especial, a teoria do *gatewatcher*.

Assim, além de a revista buscar explicar com infográficos alguns aspectos técnicos e científicos do aquecimento global, ela elabora uma lista bem organizada de outras informações relacionadas ao tema e que estão presentes em outros *sites*, inclusive de outros jornais e revistas. Aqui, a revista age no intuito de focalizar a atenção do leitor para informações julgadas relevantes por ela e com isso também seleciona reportagens próprias, vindo a fazer uma “auto-propaganda” mediante o resgate das capas dos últimos anos em que o tema esteve em evidência, além de fazer apontamentos para *sites* com vídeos, dados dos relatórios do IPCC.

A seguir é possível acompanhar algumas dessas capas das revistas impressas em que o tema esteve em destaque e que são reproduzidas no *site* da revista como forma de demonstrar o seu envolvimento a longa data com essa preocupação mundial.



<http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/210802/capa.html>



<http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/210606/capa.html>



<http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/301206/capa.html>



<http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/110407/capa.html>



<http://veja.abril.com.br/idade/exclusivo/241007/capa.html>



<http://veja.abril.com.br/161209/capa.html>

Enfim, é a partir dessa constatação de que as mídias tradicionais e as mídias *online* interagem e dedicam atenção crescente ao tema das mudanças climáticas, que se partiu atrás de outras evidências de agendamento e de seleção de informações no intuito de verificar

o comportamento de outros veículos que possuem os dois tipos de produtos, o tradicional e o impresso, focalizando-se em especial em alguns jornais.

A intenção, contudo, não é a de realizar uma análise aprofundada no conteúdo das matérias, mas sim, identificar quantitativamente qual o espaço conferido a essa temática nos últimos anos de forma a confirmar as hipóteses de que a cobertura vem crescendo e que sofre interferência dos encontros internacionais sobre tema.

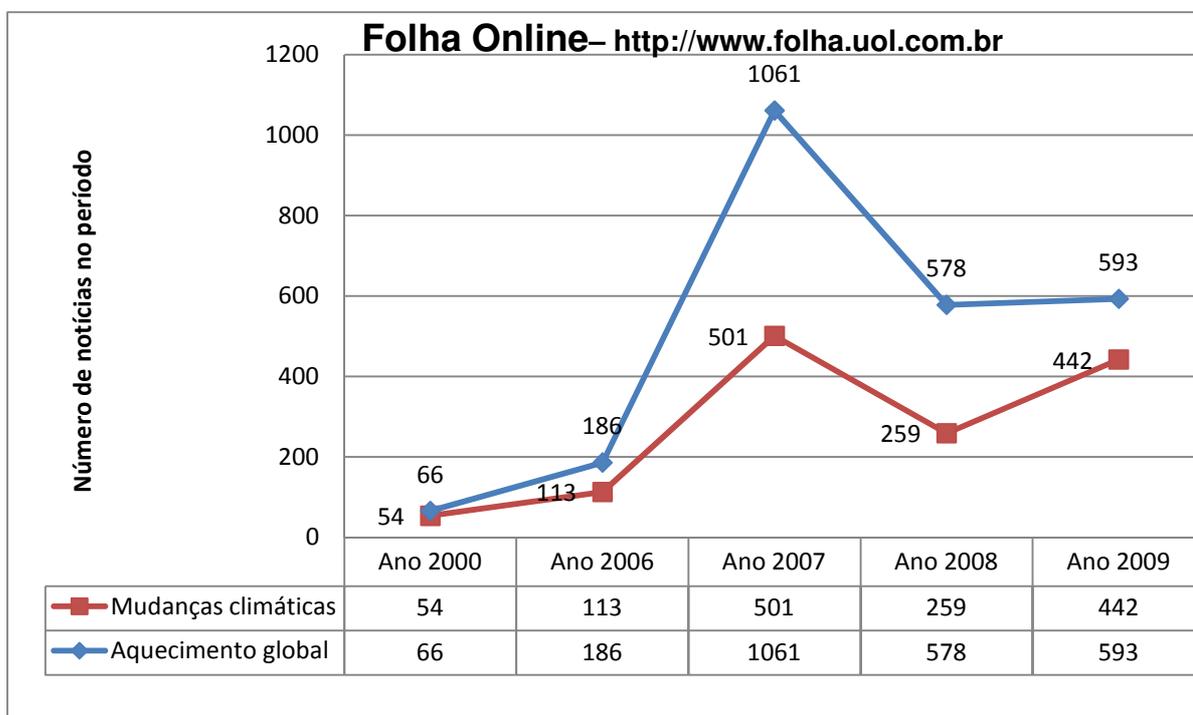
A forma escolhida para essa identificação foi a de pesquisa junto aos mecanismos de buscas existentes em cada um dos jornais selecionados para essa análise. Assim, foram escolhidos alguns jornais de várias partes do mundo que permitem acesso à sua versão *online* sem necessidade de ser assinante do jornal impresso, além de permitirem a busca por datas e por palavras-chave.

As buscas foram realizadas no intuito de identificar e confirmar a hipótese de que o aumento nas notícias *online* também segue um padrão encontrado nos jornais tradicionais e que, a partir de 2006, o fluxo dessas informações se tornou mais constante. As palavras-chave utilizadas, portanto, foram aquecimento global e mudanças climáticas com suas traduções para o inglês, espanhol e italiano conforme se poderá identificar especificamente em cada um dos gráficos à frente apresentados.

A primeira análise recaiu num jornal brasileiro, cuja tiragem da edição impressa é bastante representativa, assim como, o número de visitas ao *site*. No jornal Folha de S. Paulo, é possível consultar as informações (notícias na íntegra) sem ser assinante junto ao portal denominado “Folha Online”.

A figura 39 ilustra essa situação junto a *Folha Online*. A sua análise permite perceber o que o fluxo de informações tem crescido consideravelmente e passado por períodos de picos de atenção, tal como se identifica com o maior número de informações no ano de 2007. Também se comprova o que se vem sustentando de que a mídia brasileira emprega muito mais comumente a expressão aquecimento global, apesar de em 2009, em face da realização da COP15 ter havido um aumento considerável na utilização da expressão mudanças climáticas que é a nomenclatura referida pelo IPCC.

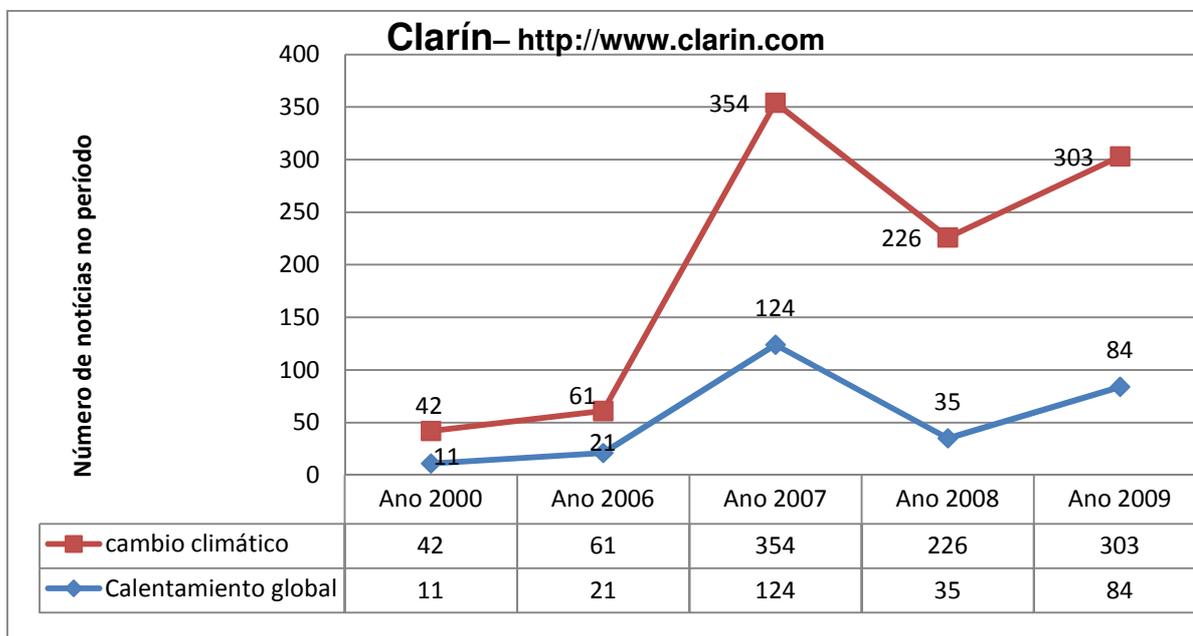
Figura 39 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global na Folha Online (Brasil)



Na Argentina, analisou-se o jornal *Clarín*, onde também se identificou uma forte presença de notícias sobre essa temática em nível crescente nos últimos anos. Além disso, notou-se que na mídia argentina a expressão “cambio climático” possui muito mais ocorrência o que pode significar um maior cuidado ao explicar o fenômeno aos seus leitores ao escolher a expressão utilizada pelo IPCC para se referir a esse problema. Outro aspecto que merece ser destacado é quanto a participação do jornal *Clarín* na campanha proposta pelo jornal inglês *The Guardian*, ocorrida no dia 7 de dezembro de 2009 para a publicação de um editorial conjunto em que 56 jornais de 44 países manifestaram apoio a adoção de medidas de combate as mudanças climáticas.¹¹⁰⁴

¹¹⁰⁴ No Brasil, o editorial foi publicado somente nos jornais Zero Hora (RS) e Diário Catarinense (SC). A seguir são transcritos alguns relevantes para a identificação do papel da mídia nesse episódio: “Hoje, 56 jornais de 44 países dão o passo inédito de falar com uma só voz, por meio do mesmo editorial. Tomamos essa atitude porque a humanidade enfrenta uma séria emergência. Se não nos unirmos para tomar uma ação decisiva, as mudanças climáticas devastarão nosso planeta, acabando também com nossa prosperidade e nossa segurança. Os perigos têm se tornado evidentes há uma geração. [...] Apelamos aos representantes dos 192 países reunidos em Copenhague a não hesitar, não entrar em disputas, não culpar uns aos outros, mas aproveitar a oportunidade advinda deste que é o maior fracasso político moderno. Esta não deve ser uma luta entre ricos e pobres ou entre Ocidente e Oriente. As mudanças climáticas afetam a todos e devem ser resolvidas por todos. A ciência envolvida é complexa, mas os fatos são claros. [...] Poucos acreditam que Copenhague ainda possa produzir um tratado definitivo; progresso real nessa direção só pôde surgir com a chegada do presidente Barack Obama à Casa Branca e com a reversão de anos de obstrucionismo americano. Mesmo agora, o mundo se encontra dependente da política interna americana, pois o presidente não pode se comprometer completamente com as ações até que o Congresso americano o faça. Mas os políticos em Copenhague podem e devem definir os pontos

Figura 40 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no Clarín (Argentina)

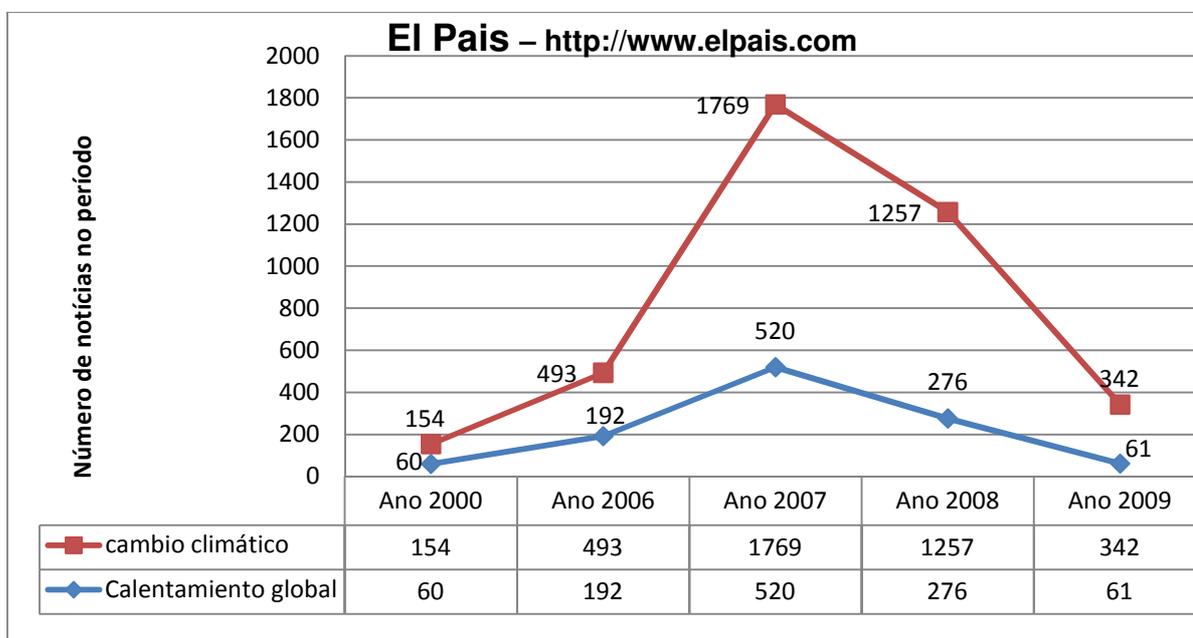


No caso do jornal espanhol, *El País*, também foi possível identificar a preferência pela utilização da expressão “cambio climatico” na maioria das notícias publicadas durante o período analisado. Por outro lado, a cobertura realizada por esse jornal e identificada pelo gráfico (figura 41) mostra uma tendência de redução no número de notícias, fato esse não encontrado nos demais jornais.

Após um crescimento na cobertura, cujo ápice foi atingido em 2007, ano da divulgação do quarto relatório do IPCC, nos anos seguintes houve uma queda acentuada na atenção dedicada a essa temática chegando ao ponto de no ano 2009 o número de notícias ser inferior ao registrado no ano de 2006, apesar da realização da COP15 em dezembro.

essenciais de um acordo justo e efetivo e, especialmente, estabelecer um cronograma para transformá-lo em um tratado. [...] A vitória sobre as mudanças climáticas exigirá o triunfo do otimismo sobre o pessimismo, da visão sobre a miopia, o êxito do que Abraham Lincoln chamou de “os melhores anjos da nossa natureza”. É nesse espírito que 56 jornais de todo o mundo se uniram por meio deste editorial. Se nós, com tantas diferenças de perspectiva nacional e política, podemos concordar sobre o que deve ser feito, então certamente nossos líderes também poderão. Os políticos em Copenhague têm o poder de moldar o julgamento da História sobre esta geração: uma geração que viu um desafio e o encarou, ou uma geração tão estúpida, que viu o desastre chegando mas não fez nada para evitá-lo. Imploramos que façam a escolha certa. EDITORIAL. Uma escolha para a história. **Zero Hora**. Disponível em: <<http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default2.jsp?uf=1&local=1&source=a2740776.xml&template=3898.dwt&edition=13671§ion=1058>> Acesso em: 7 dez.2009.

Figura 41 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no El País (Espanha)



O estranho dessa postura é que a Espanha, segundo dados do seu *Ministerio de medio ambiente y medio ambiente rural y marino*, será um dos países europeus mais afetados pelos efeitos das mudanças climáticas.¹¹⁰⁵ Assim, a diminuição no agendamento da temática pela mídia espanhola representada pela análise de um de seus principais jornais, acaba por representar claramente a omissão de certos meios de comunicação em continuar conferindo espaço em suas pautas jornalísticas para essa temática.

O governo espanhol, por outro lado, pelo o que se pode observar pela atuação do Ministério do Meio Ambiente, tem demonstrado preocupação com essa postura tanto que lançou um guia para os jornalistas acerca dessa temática.¹¹⁰⁶ A publicação foi escrita por diversos jornalistas que relataram suas dificuldades em realizar cobertura de temas envolvendo meio ambiente e, dessa forma, apresentam orientações para se contornar alguns dos entraves existentes. Segundo o relato de um desses jornalistas, Gloribel Delgado, os jornalistas ambientais não só precisam escrever notas curtas e amenas sobre essa temática,

¹¹⁰⁵ ESPANHA. Ministerio de medio ambiente y medio ambiente rural y marino. **El cambio climático en España: estado de situación.** Disponível em: <http://www.mma.es/portal/secciones/cambio_climatico/documentacion_cc/divulgacion/pdf/ad_hoc_resumen.pdf> Acesso em: 1 maio.2010.

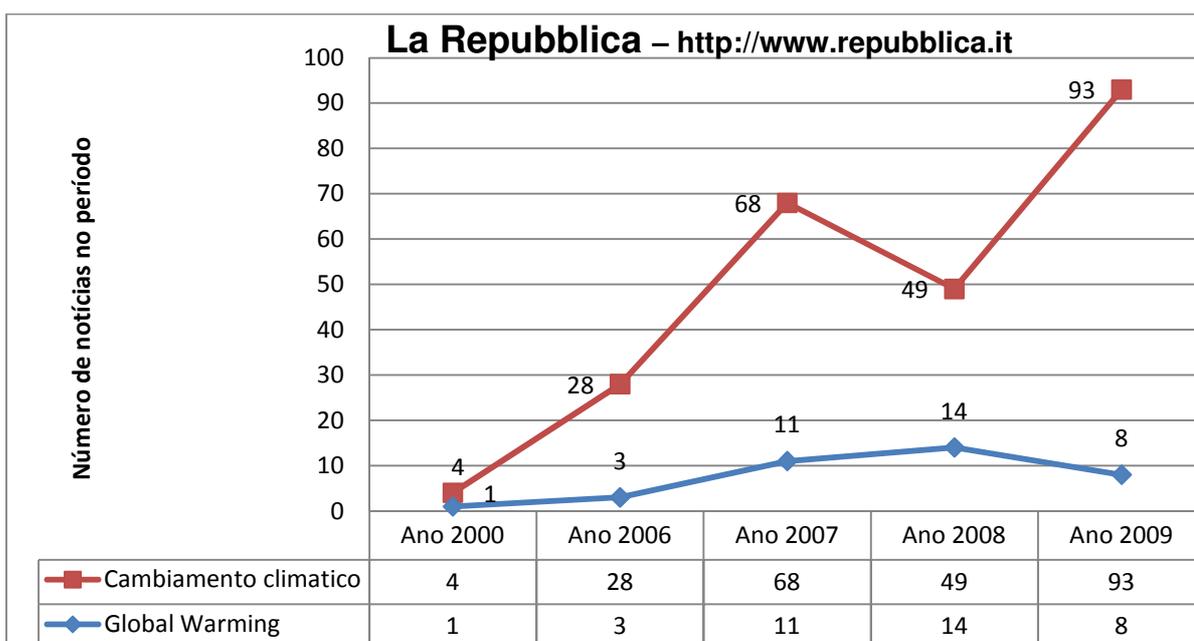
¹¹⁰⁶ ESPANHA. Ministerio de medio ambiente y medio ambiente rural y marino. **Guía para periodistas sobre cambio climático y negociación internacional.** Disponível em: <http://www.mma.es/portal/secciones/cambio_climatico/pdf/periodistas_ante_inf.pdf> Acesso em: 1 maio.2010.

mas também necessitam convencer aos editores que essas histórias são pertinentes para o leitor comum.¹¹⁰⁷ Esse tipo de dificuldade associada ao reduzido número de pessoal destinado a cobrir esses tipos de acontecimentos, justificam a utilização como fontes jornalísticas de informações oriundas de agências de notícias internacionais.

Dessa forma, o que Gloribel Delgado desabafa como um “guia” para os demais colegas jornalistas espanhóis ratifica o que já se havia analisado anteriormente acerca do comprometimento tímido que certos meios de comunicação possuem com as temáticas ambientais e que, dessa forma, para a realização de uma cobertura mínima, sempre que imprescindível, optam por reproduzir informações de agências de notícias do que investigar autonomamente os acontecimentos. Esse tipo de postura, também reforça a crise de credibilidade dos meios de comunicação, mesmo em suas versões *online*, afinal, o simples fato de existir no mundo virtual nem sempre vem acompanhado de uma mudança de comportamento.

Na Itália, cuja situação junto aos telejornais e mídia impressa foi analisada anteriormente a partir dos estudos de Maria Inglisa, também apresenta um crescimento no número de notícias sobre mudanças climáticas.

Figura 42 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no La Repubblica (Itália)

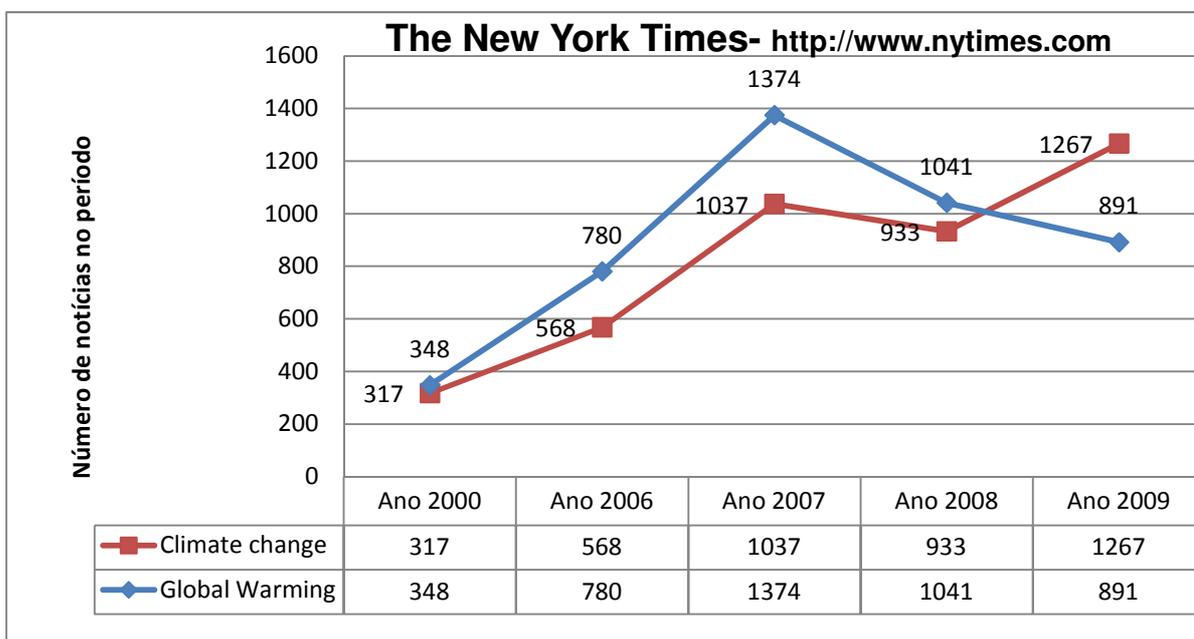


¹¹⁰⁷ ESPANHA. Ministerio de medio ambiente y medio ambiente rural y marino. **Guía para periodistas sobre cambio climático y negociación internacional**. Disponível em: <http://www.mma.es/portal/secciones/cambio_climatico/pdf/periodistas_ante_inf.pdf> Acesso em: 1 maio.2010.

A análise do jornal *La Repubblica*, apesar de apontar para um número baixo de notícias anuais sobre essa temática, comparando-se com os demais jornais analisados, apresenta um crescimento na cobertura cujo ápice foi atingido no ano de 2009. A expressão “global warming” utilizada na mídia italiana se mostrou baixa o que demonstra a preferência pelo emprego da expressão “cambio climático”.

Nos Estados Unidos, o jornal *The New York Times* apresenta uma crescente cobertura a essa temática com uma quantidade significativa de notícias anuais sobre essa temática. Após um declínio em 2008, o ano de 2009 apresenta uma retomada na atenção e volume de notícias e, em especial, apresenta um avanço na utilização da expressão “climate change” o que, provavelmente, se justifique pela utilização mais intensa dessa expressão nos documentos do IPCC e durante as Conferências realizadas pela ONU.

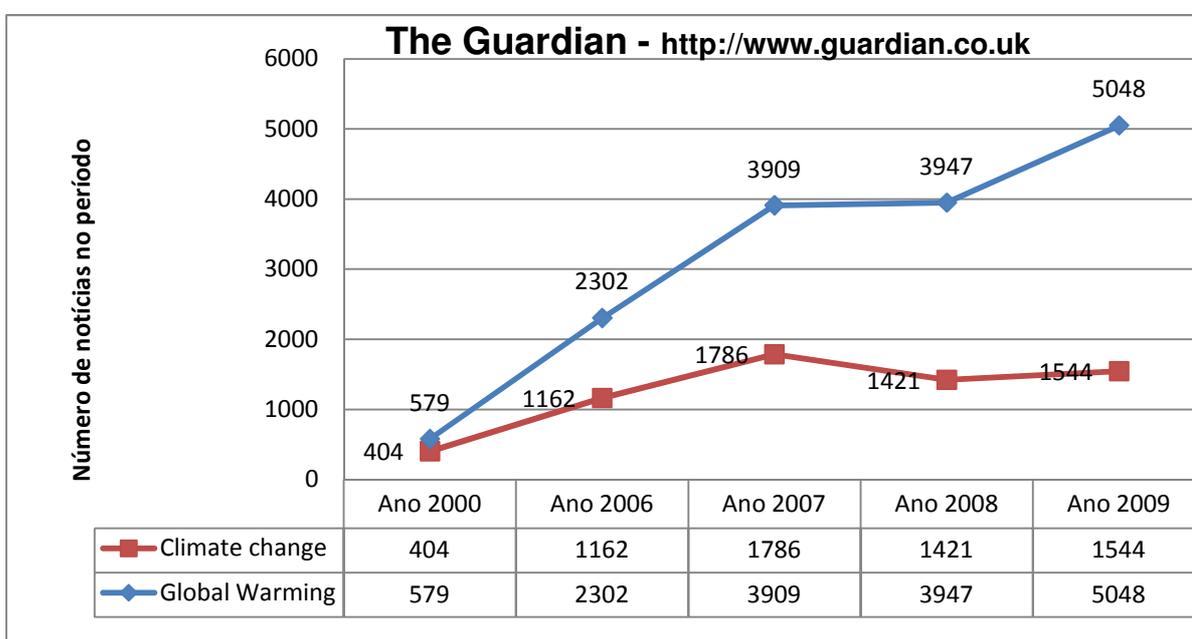
Figura 43 x – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no *The New York Times* (Estados Unidos)



Por fim, outro jornal analisado foi o *The Guardian* onde foi possível identificar um crescimento impressionante no número de notícias envolvendo tanto a expressão “climate change” quanto “global warming”. Dos jornais analisados é o que apresenta o maior volume de notícias com o maior índice de crescimento, conforme se pode visualizar no gráfico a seguir (figura 44).

Outro fator de destaque é que este jornal também se utiliza de uma forma muito interessante das novas tecnologias existentes na *Internet* e oferece diversos recursos de interação para os seus leitores por meio da inserção de vídeos do *Youtube* e *links* para *blogs* de seus jornalistas, sendo que um dos jornalistas que alcançou um reconhecimento mundial pela sua prática relacionada à proteção do meio ambiente é George Monbiot.¹¹⁰⁸

Figura 44 – Quantidade de notícias sobre mudanças climáticas/aquecimento global no *The Guardian* (Inglaterra)



Dessa forma, além de ser um jornal tradicional em sua forma impressa, tem conseguido apresentar uma versão *online* tão atrativa e reconhecida quanto aquela e, principalmente, contar com jornalistas e espaço de atuação para eles, que permite uma qualificação na cobertura de problemas ambientais como as mudanças climáticas.

Conforme referido anteriormente, o jornalista George Monbiot, possui um *blog* onde ele apresenta informações relevantes e interage verdadeiramente com os seus leitores, ou seja, a análise do referido *blog* permite constatar o seu engajamento em responder as perguntas e comentários feitos pelos visitantes tornando efetiva a proposta de interação que esses novos recursos propiciam.

¹¹⁰⁸ GEORGE Monbiot's Blog. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/environment/georgemonbiot>> Acesso em: 2 maio.2010.

A análise quantitativa dos jornais *online* permite confirmar algumas hipóteses. A primeira é a de que efetivamente tem havido um aumento no volume de informações publicadas sobre o assunto e que esse fluxo de informações existe tanto na mídia tradicional quanto na mídia *online*. Contudo, nos *sites* dos jornais essa informação é associada a outros recursos de interação e de ilustração no intuito “traduzir” os elementos mais complexos dessa discussão para os mais diversos tipos de leitores.

Por outro lado, também se confirma hipótese de que há uma assimetria na forma e no grau de comprometimento das principais mídias *online* analisados no que tange ao espaço dedicado a essa temática. Enquanto alguns jornais tiveram crescimento expressivo e constante, outros decresceram e apresentaram um número reduzido de notícias dedicadas anualmente a essa temática.

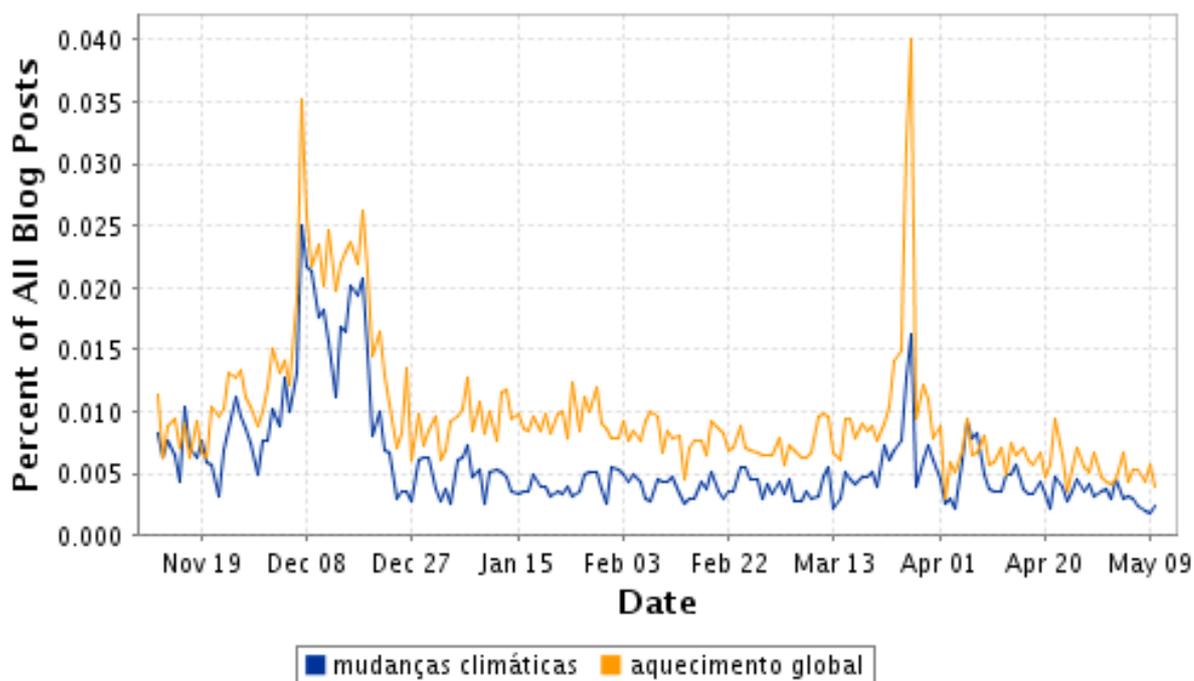
De qualquer forma, em todos os jornais analisados ficou comprovado que os recursos de compartilhamento de informações, ou seja, a criação de mecanismos para que os leitores possam repassar a informação lida com outras pessoas, tem sido uma prática padrão. Mediante tal prática, os jornais conseguem disseminar suas matérias a um número expressivo de novos leitores, bem como, conseguem penetrar em redes sociais como *Facebook* e em espaços como os *blogs* dos seus próprios leitores que consideraram importante reproduzir aquela informação.

Assim, partindo dessa constatação e da noção de que a blogosfera é um fenômeno em grande expansão, buscou-se também identificar dentro desse universo alguns exemplos práticos dessa temática. Assim, a primeira medida adotada foi a de identificar o fluxo de informações relacionadas a essa temática dentro da blogosfera mediante realização de uma pesquisa acerca do número de *posts* existentes em *blogs*, utilizando-se para tanto do serviço do *BlogPulse*.¹¹⁰⁹

As figuras a seguir demonstram o fluxo no número de comentários (*posts*) inseridos em *blogs* com as expressões “mudanças climáticas”, “aquecimento global”, “climate change” e “global warming”.

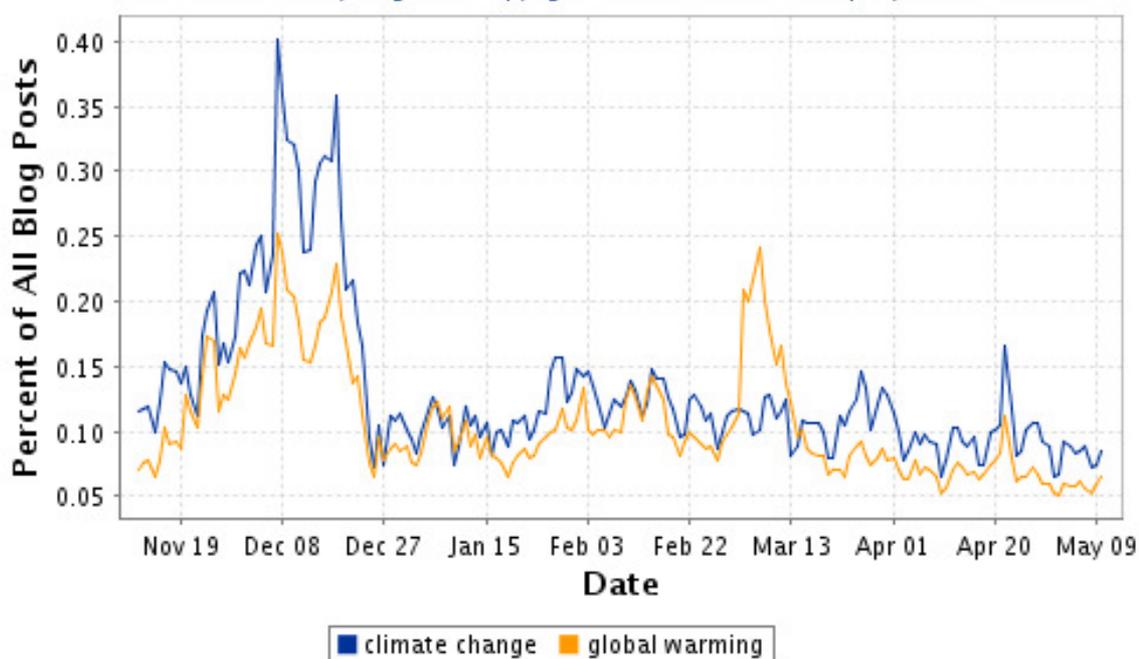
¹¹⁰⁹ *BlogPulse* é um sistema de detecção automática de tendências para blogs, ou seja, esse sistema permite identificar qual o percentual de ocorrências da expressão solicitada junto aos blogs. Assim, no caso da expressão *climate change*, o *BlogPulse* informa que 0,40% dos sites pesquisados possuem correspondência para essa expressão. Comparativamente, outro assunto que poderia encontrar um grande fluxo de interesse é terrorismo que, por sua vez, representa somente 0,10% de inserção nos blogs. Cf. <http://www.blogpulse.com/>

Figura 45 – Blogosfera climática: número de *posts* em blogs contendo as expressões “mudanças climáticas” e “aquecimento global” – nov/2009–mai/2010



Fonte: <http://www.blogpulse.com/graphs/20100510144225ZwBbfFnTVV5I8LM0XPg6.png>

Figura 46 – Blogosfera climática: número de *posts* em blogs contendo as expressões “climate change” e “global warming” nov/2009–mai/2010



Fonte: <http://www.blogpulse.com/graphs/20100510144337Ru9LXmpCO2u8VHM1BvOW.png>

As figuras também demonstram picos de atenção junto aos *blogs* que coincidem com os períodos tradicionais de maior atenção junto à mídia. No caso específico da primeira figura, dois picos são claramente identificados, o primeiro se refere ao interesse dos *blogs* pelos acontecimentos da COP-15 e o segundo, se encontra no final do mês de março de 2010 ocasião em que ocorreu um evento chamado “Hora do Planeta”.

Por iniciativa da ONG WWF, a Hora do Planeta também conhecida como *Earth Hour* foi criada como uma forma de mobilização social sobre a importância de se enfrentar as mudanças climáticas. Assim, a campanha consistiu em convidar pessoas, empresas, órgãos governamentais, etc. a apagar as suas luzes pelo período de uma hora no dia 27 de março de 2010 (às 20h30min – horário de Brasília) como forma de mostrar apoio ao combate ao aquecimento global. Além da mobilização nos *blogs*, o movimento ganhou um destaque significativo no *Twitter* tendo sido um dos assuntos mais comentados entre os dias 24 e 28 de março, bem como, atraiu a atenção de diversas pessoas junto às comunidades criadas especialmente para divulgar a campanha junto ao *Facebook*¹¹¹⁰ e *Orkut*¹¹¹¹. Segundo dados do WWF mais de 105 países se envolveram nessa campanha tendo apoio de 4211 cidades e 56 capitais nacionais. Além disso, importantes pontos turísticos mundialmente reconhecidos também ficaram no escuro por uma hora (Cristo Redentor, Torre Eiffel, *London Eye*, *Fontana di Trevi* e *Empire State*, dentre outros).¹¹¹²

Após essa identificação quantitativa partiu-se em busca de alguns *blogs* que pudessem representar concretamente essa preocupação difusa junto à *blogosfera*. O resultado para essa pesquisa apontou, em primeiro momento, para *blogs* bem específicos e criados justamente com o intuito de divulgar as informações de forma cuidadosamente elaboradas. São *blogs* elaborados por equipes de pessoas com intenção justamente de servir de formadoras de opinião. Dentre esses *blogs*, podem ser destacados *Realclimate.org*, *ClimateAudit.org* e *Wattsupwiththat.com*.

Apesar do destaque que esses *blogs* possuem, os mesmos são apenas uma pequena amostra dentre de um universo cada vez maior de novos *blogs* ligados a essa temática. Além disso, o importante nessa análise é identificar o poder de ação conjunta que os *blogs* possuem. Como lembra Juan Varela “o ativismo é um dos traços mais importantes da *blogosfera*” e, dessa forma, o seu poder não está tão somente em “números brutos, mas nas ideias que

¹¹¹⁰ Cf. <<http://www.facebook.com/horadoplaneta>>

¹¹¹¹ Cf. <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=54135300>>

¹¹¹² WWW Brasil. **Hora do planeta**. Disponível em: <<http://www.wwf.org.br/informacoes/especiais/horadoplaneta>> Acesso em: 3 maio.2010.

chamam a atenção. E agora, pela primeira vez, desde Gutenberg, não há necessidade de acessar um veículo de imprensa (rádio ou televisão) para se chegar à audiência”.¹¹¹³

Um exemplo claro disso ocorreu em 2009 durante o *Blog Action Day (BAD)*. Trata-se de um evento anual que reúne *blogueiros* de todo o mundo no intuito de postarem mensagens sobre o mesmo assunto num mesmo dia nos seus próprios *blogs*, com o objetivo de provocar uma discussão em torno de uma questão de importância global.

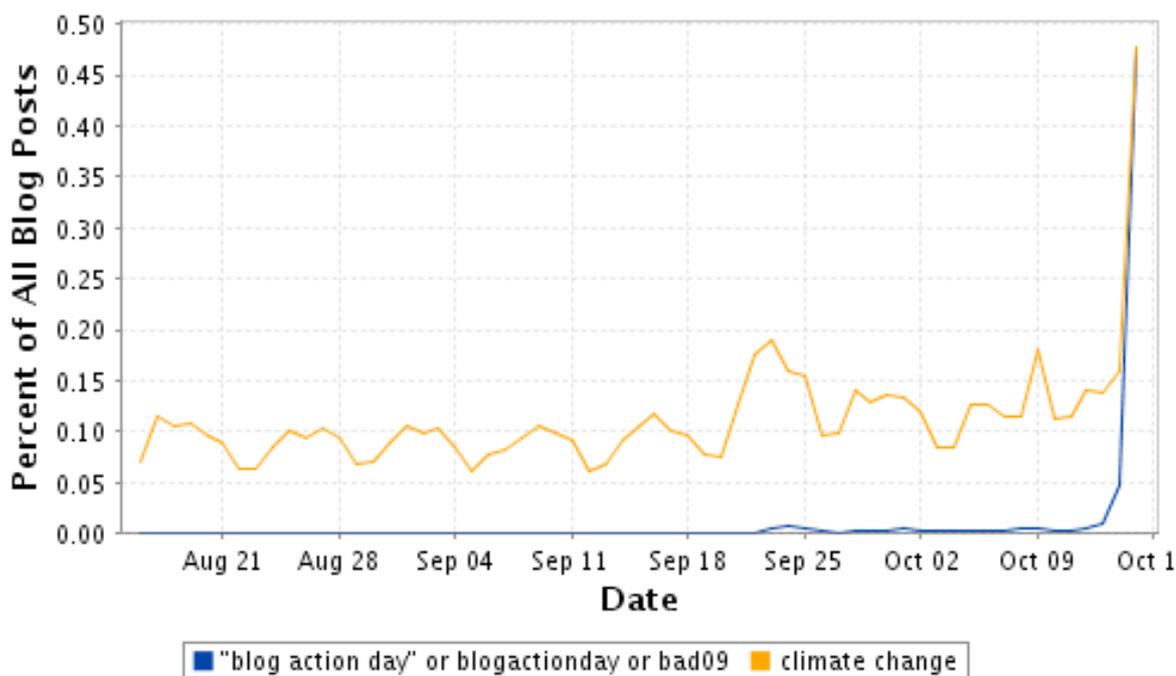
Em 2009 o *Blog Action Day* ocorreu no dia 15 de outubro, e teve por tema as mudanças climáticas. A primeira figura abaixo mostra a página do movimento em que informa o número de *blogs* participantes (13.606) e o número de leitores (18 milhões) distribuídos por mais de 156 países que realizaram mais de 31 mil *posts* e a segunda figura mostra o aumento no número de postagens durante o *BAD*.

Figura 47 – Blog Action Day 2009 – Climate Change.

Fonte: <<http://www.blogactionday.org>>

¹¹¹³ VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0 In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 83.

Figura 48 – Crescimento no número de postagens sobre mudanças climáticas durante o *Blog Action Day 2009*.



Fonte: <<http://site.blogactionday.org/wp-content/uploads/2009/10/screen-capture3.png>>

Em face da grandiosa participação alcançada com o *Blog Action Day* (BAD) o mesmo foi considerado como um dos maiores eventos instigadores de mudança social já realizada na *Internet* em prol de uma causa ambiental. Na avaliação da última edição do evento, os organizadores da campanha revelaram que a participação maciça dos blogueiros mostrou o poder da *Internet* em conectar as pessoas ao redor do mundo e que, mesmo com origens diferentes possuem um desejo em comum: fazer a diferença.¹¹¹⁴ No dia 15, conforme visto na figura acima houve um aumento de 500% no número de postagens sobre mudanças climáticas, bem como, um reconhecimento da importância da proposta por outras mídias e por órgãos governamentais que também incluíram mensagens de apoio em seus blogs.¹¹¹⁵

Além de estimular esse movimento coletivo na blogosfera, o *Blog Action Day 2009* também serviu para difundir e incentivar uma prática reflexiva com relação ao problema, tendo proposto diversos tópicos de discussões acerca do tipo de ações possíveis de

¹¹¹⁴ Cf. <http://www.blogactionday.org>

¹¹¹⁵ Um exemplo dessa afirmação pode ser vista pelo apoio dado por Barack Obama que, por meio do blog da Casa Branca, inseriu uma mensagem em favor da campanha. Cf. <http://www.whitehouse.gov/blog/A-Green-Blog-Action-Day/>

serem realizadas pelas pessoas para diminuir os impactos ambientais causadores das mudanças climáticas.

É também na *blogosfera* que o debate sobre a credibilidade das pesquisas do IPCC ganha fôlego. A divulgação não autorizada de *emails* trocados entre integrantes do IPCC cujo conteúdo revelava uma suposta manipulação nos dados sobre o assunto acabou esquentando o clima durante a COP-15. A descoberta ocorreu depois que os computadores da Universidade de *East Anglia*, no Reino Unido foram invadidos por *hackers* e diversos *emails* com documentos sobre as pesquisas climáticas foram interceptados indevidamente. Assim, esse escândalo¹¹¹⁶ acabou gerando uma profunda desconfiança nos relatórios produzidos pelo IPCC, sendo denominado esse episódio de “Climagate” em alusão ao caso do escândalo político “Watergate”, ocorrido na década de 1970 nos Estados Unidos que culminou com a renúncia do presidente Richard Nixon.

Dessa forma, diante dessa pluralidade de possíveis manifestações dentro da *blogosfera*, nota-se que enquanto as mídias tradicionais apresentam limitações mais complexas para lidar com o assunto e os jornais *online* ainda transitam para uma inovadora concepção de um fazer jornalístico diferenciado, os *blogs* se mostram muito mais ágeis para lidar com essas situações, até mesmo porque o processo de publicação nesses espaços não requer muitos investimentos e permite uma liberdade de expressão enormemente superior a encontrada em outras mídias. O problema, contudo, talvez esteja na ausência de um nível de credibilidade adequado que permita estabelecer uma relação direta de confronto à mídia tradicional.¹¹¹⁷ Ainda assim, o poder de interação e divulgação de novas mensagens é intenso

¹¹¹⁶ “A estratégia adotada pela política do escândalo não visa, necessariamente, a um único e decisivo golpe na base de um escândalo. Ao invés disso, reflete o fluxo ininterrupto de diversos escândalos de diferentes tipos, e com diversos níveis de probabilidade, desde informações fidedignas acerca de um pequeno incidente a alegações altamente comprometedoras sobre uma questão de grande importância, que tecem a teia em que as ambições políticas são estranguladas e os sonhos políticos, subjugados – a não ser que se faça um acordo, e a informação seja reabsorvida pelo sistema. O que vale é o impacto final sobre a opinião pública, a partir do acúmulo de diversas visões (p. 397). Uma das características essenciais da política do escândalo é que todos os atores políticos que a praticam acabam caindo na armadilha do sistema, não raro invertendo papéis: o caçador de hoje é a caça de amanhã (p. 400)” CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução de Klaus Brandini Gerhardt. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

¹¹¹⁷ Segundo Raquel Recuero, um serviço que mede a credibilidade dos *blogs* é realizado pelo site *Technorati* que mede a autoridade dos *blogs* a partir da quantidade de links que um determinado *post* recebe. Dessa forma, explica a autora, que “a autoridade é relacionada à influência, à capacidade de um *blog* de gerar conversas na *blogosfera*. A autoridade de um ator no *Twitter*, outro exemplo, poderia ser medida não apenas pela quantidade de citações que um determinado ator recebe, mas principalmente pela sua capacidade de gerar conversações a partir daquilo que diz (o que não é, necessariamente, um sinônimo de citação). Como muitos atores utilizam o *Twitter* como uma fonte de informações há uma possível capacidade de gerar autoridade (a partir da influência) muito grande no sistema. Portanto, o número de seguidores de um perfil no *Twitter* poderia ser, também uma medida de autoridade. Assim, a medida de autoridade é uma medida que só pode ser percebida através de

e significativo nesse novo universo chamado *blogosfera*, razão pela qual os políticos, as empresas e as próprias mídias tradicionais tendem a se voltar e criar espaços próprios de existência dentro desse espaço como condição de sobrevivência aos novos tempos ocasionados pelo surgimento das novas tecnologias da comunicação. Como bem observa Juan Varela, “o duelo não ocorre entre o jornalismo e os blogs, entre a imprensa tradicional e os meios sociais de comunicação, mas entre fazer que a audiência participe do meio e da mensagem ou não fazê-lo”. Além disso, para o referido autor, o que as novas mídias ensinam à comunicação de massa tradicional é que “ela precisa ser mais transparente, mais aberta” necessitando “exalar confiança por meio de uma conduta visível, onde tudo seja comprovado por todos. O poder suave do verdadeiro sobre a sacralização do acesso ao secreto, ao reservado a alguns poucos”.¹¹¹⁸

Além dos *blogs*, uma força bastante significativa para o movimento de conscientização ambiental pode ser visualizada no *Youtube*, com seus diversos vídeos e também nas redes sociais como *Orkut* e *Facebook*. Em especial nas redes sociais virtuais há uma intensa busca por identificação ou discussão sobre essa temática, apesar das ressalvas feitas anteriormente no capítulo 3 quando foi visto que muitas dessas participações em comunidades virtuais são desprovidas de um engajamento verdadeiro.

No que tange a rede social *Facebook*, além da existência certas de comunidades voltadas a essa temática, um aspecto específico dessa rede no intuito de contribuir para a discussão sobre as mudanças climáticas chama-se *HotDish*. Trata-se de um aplicativo lançado na primeira semana de março de 2010 em que permite a coleta e divulgação de informações sobre as mudanças climáticas com todos os usuários do *Facebook*. O aplicativo é considerado um importante passo em função do engajamento de audiências mais jovens em uma luta contra as mudanças climáticas. “O principal objetivo do *HotDish* é construir uma grande e participativa comunidade que distribua não só conhecimento sobre mudanças climáticas, mas incentive ações aos demais usuários”, dessa forma, o *Facebook* pretende “agregar a luta pela causa aos valores da empresa, e utilizar a plataforma para auxiliar na propagação e integração dos usuários interessados no assunto”.¹¹¹⁹

processos de difusão de informações nas redes sociais e da percepção dos atores dos valores contidos nessas informações”. RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 113-114.

¹¹¹⁸ VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0 In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 89.

¹¹¹⁹ IDÉIA socioambiental. Disponível em: <<http://www.ideiasocioambiental.com.br/nota.php?id=60>> Acesso em: 2. maio.2010.

No *Orkut*, conforme visto no capítulo anterior, grande parte das manifestações presentes nas comunidades são muito mais relacionadas ao sentimento de pertencer à comunidade do que, necessariamente, interagir e discutir o foco proposto no momento da sua criação. Ainda assim, foi identificado um caso bastante curioso numa comunidade chamada “Aquecimento global” criada no dia 23 de novembro de 2004.

Figura 49 – Comunidade no Orkut: aquecimento global

The screenshot shows the Orkut website interface for the community 'Aquecimento Global'. The page features a navigation bar at the top with the Orkut logo and various menu options. The main content area includes a community profile with a description, a list of members, and a forum section. The description discusses global warming and climate change. The members list shows several user avatars and names. The forum section displays a table of topics, posts, and dates.

Aquecimento Global
 (50.834 membros)

deixar comunidade
 promova
 denunciar abuso
 fórum
 enquetes
 eventos
 membros

descrição: Bem Vindo(a) a comunidade. Clique aqui

◀ Aquecimento Global ▶™

Comunidade criada para a discussão do assunto.

» Nos últimos anos, a temperatura do planeta vem aumentando, isso provém do alto dano que o CO² causa no ambiente. CO² vem de combustíveis fósseis, como a Gasolina. O Problema é que este material em excesso deteriora a atmosfera, assim diminui a camada que separa a TERRA dos outros planetas, do sol e etc. Quando o sol esta com o caminho livre, a temperatura obviamente sobe, ocasionando assim o descongelamento das geleiras, e a alta temperatura nas cidades.

◀ Mais sobre o assunto: ▶
 Mundo Quente

idioma: Português (Brasil)
 categoria: Governo e Política
 dono: Owned Wesley, Mod'
 moderadores: Carlos, ㄝㄚ
 tipo: pública
 privacidade do conteúdo: aberta para não-membros
 local: Brasil
 criado em: 23 de novembro de 2004
 membros: 50.834

fórum

tópico	postagens	última postagem
Essa descrição da comunidade ta ridicula e errada	19	04/05/10
Aquecimento global e aquecimento global	240	04/05/10

membros (50834)

Micro Point, Rodrigo, Valéria, Jorginho, Rodrigo, Bruno, Giovani, Naiara, Emilio

comunidades relacionadas

Os AMIGOS são para sempre! (238.817), Amor constrói e Orkut destrói! (33.341), Eu tenho pena do Bombom Caribe (17.713), A vida é feita de escolhas (16.229), Oktoberfest - Blumenau (45.995), 2012 - Fim ou recomeço? (10.559)

Fonte: <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=794780>

Trata-se da maior comunidade dedicada ao tema em língua portuguesa junto a essa rede social, contando com 50.934 membros¹¹²⁰. Nela há um debate interessante sobre a própria descrição da comunidade. Muitos usuários vêm discutindo qual a melhor forma de explicar e definir o aquecimento global e relacionar essa descrição à comunidade do *Orkut*. O

¹¹²⁰ Dados relativos à consulta realizada no dia 11 de maio de 2010.

diálogo nessa comunidade tem sido intenso e muitos dizem que o nome mais apropriado deveria ser mudanças climáticas pois é mais amplo.¹¹²¹ Outros dizem que a descrição de aquecimento global deve levar em consideração o aquecimento de causas naturais e também o antropocêntrico. Outra curiosidade é uma enquete em que os membros disponibilizam com diversas perguntas para solicitar a participação e maior interação, como perguntas sobre se o aquecimento global é verdade ou ficção, como fazer para adotar medidas mais eficazes, porque os Estados não fazem nada a respeito do aquecimento global, o que é preciso para conscientizar pessoas em relação ao aquecimento global e até mesmo questões sobre a foto que representa o grupo (um urso polar em cima de um bloco de gelo).

Ao se analisar esse tipo de comunidade, percebe-se que a participação é meramente especulativa em certos pontos e que não tem um alcance político internacional e, dessa forma, não serve para comprovar cientificamente a tese desse trabalho. Por outro lado, demonstra que há um esforço cada vez maior junto a todas as novas mídias de se discutir o assunto e na medida em que essas discussões avançam, cresce também a importância e a credibilidade da mídia, em todas as suas concepções, em se envolver nessa temática tendo em vista que há um público que começa a buscar por essas informações. Assim, o *Orkut*, um ambiente social por excelência, já demonstra o espaço que esse assunto possui na vida de vários jovens que integram essa comunidade e que certamente refletirá nas relações futuras políticas que a *Internet* propiciará com maior intensidade e em eleições e demais atos da vida social.

Enfim tendo em vista que essas mídias ainda são um desafio em termos práticos para sua utilização normal enquanto lazer, mais difícil e desafiadora é a sua identificação com as questões políticas. O fato de algum sucesso ter sido obtido junto aos *blogs*, *Twitter* e *Facebook* na campanha de Barack Obama, ou nas eleições do Irã em 2008, ou em quaisquer outros fatos políticos, demonstra apenas algumas possibilidades de um poder de difícil aferição. Porém, não se pode menosprezar essa dinâmica das novas mídias pois a tendência é cada vez mais a virtualização das relações e dos movimentos, tendo em vista que os desafios ambientais já fazem parte dessa realidade há bastante tempo, apesar de certos períodos em que a informação passa por baixa procura ou difusão.

Outro aspecto interessante de notar é que o maior fluxo de informações devidamente orientadas por certas mídias (em especial as novas) atuando como *gatewatcher*

¹¹²¹ Existem comunidades com o nome “mudanças climáticas” mas possuem poucos membros, pois conforme vem sendo sustentado nessa pesquisa, essa ainda não é a expressão que goza de maior reconhecimento quanto ao fenômeno ao menos no Brasil.

podem permitir uma compreensão mais intensa acerca das questões ambientais que exigem medidas globais e que isso também causará mudanças nas relações internacionais e nos fluxos econômicos e demográficos. A compreensão desses fatores também pode facilitar a legitimação política de uma inadiável alteração em padrões de consumo que trazem implicações severas. Ou seja, uma maior conscientização sobre os danos causados pelos gases emitidos pelos veículos à gasolina e óleo diesel, por exemplo, pode conduzir a um acolhimento de novas tecnologias (carros elétricos conforme já foi citado) ainda que isso signifique um custo inicial mais alto.

A exposição midiática de pontos polêmicos também pode auxiliar a estabelecer metas diferenciadas para enfrentamento ainda que todos devam participar do processo, em alguns países as medidas de mitigação exigirão posturas muito mais drásticas e imediatas do que em outros. O problema é que para que tais utopias teóricas ambientais funcionem também seria necessário uma alteração na governabilidade mundial dos desafios ambientais, algo que somente os debates na ONU e a sua coordenação internacional ainda não mostraram mudanças verdadeiramente eficientes e rápidas deixando claro o evidente descompasso entre as discussões e o avanço no problema que, quanto mais tarde for resolvido maiores custos econômicos e sociais exigirão de todos.

Assim, conforme lembra Hector Leis, a questão ambiental – em especial as mudanças climáticas - atingiram todos os setores da sociedade mundial. Todavia, os Estados/Nações não conseguiram melhorar a governabilidade ambiental ao mesmo tempo em que “[...] não surgiu nenhuma adequação e/ou renovação significativa das teorias sociais e políticas existentes para responder aos desafios das mudanças climáticas”.¹¹²² O que se nota, portanto, é que a ideologia predominante nos países desenvolvidos e industrializados ainda “prevalece aos interesses de acordos que buscam a mitigação das mudanças climáticas no planeta” e esse tipo de atitude, certamente, por estar baseada em interesses econômicos busca se justificar “no conceito de progresso que será capaz de atenuar, relativamente, as pressões sobre o meio ambiente através do avanço tecnológico.”¹¹²³

Assim, é certo que a mídia não tem como dar conta sozinha de situações de proporções gigantescas e intergeracionais como é o caso das mudanças climáticas, até mesmo porque, a mídia, ainda, se encontra num processo de conscientização ambiental não

¹¹²² LEIS, Héctor Ricardo. As desventuras teórico crítico do ambientalismo na sociedade globalizada. **Contexto Internacional**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 349-384. jul/dez. 1998.

¹¹²³ *Ibidem*.

totalmente consolidado. De qualquer forma, já se pode identificar um forte movimento de enfrentamento e de, no mínimo, tentativa de amenização dos seus impactos graças ao agendamento surgido na esfera política, midiática e virtual que auxiliam na conscientização, ainda que gradual, da gravidade do adiamento da tomada de medidas efetivas sob o ponto de vista ambiental.

4.4 A aquisição do *status* de ator emergente pela mídia em face do exercício do *soft power*

A aquisição do *status* de ator emergente nas Relações Internacionais pela mídia e o exercício do seu *soft power* mostra-se em expansão, em especial, pela crescente participação das novas tecnologias da informação e comunicação nos processos políticos internacionais. Apesar de a grande força de atuação da mídia ainda residir em sua forma tradicional, a análise acerca da representação das mudanças climáticas nas novas mídias permite afirmar que o âmbito de atuação desse novo espaço virtual de discussão de problemas globais exercerá um papel cada vez maior em temáticas nessa natureza.

O fato de não haver um reconhecimento expressivo quanto a esse papel específico da mídia enquanto ator emergente junto à literatura especializada na área de Relações internacionais não impede que essa classificação ocorra tal como proposto e investigado na presente pesquisa.

É notória a dificuldade de se reconhecer o *soft power* da mídia e a sua atuação enquanto ator emergente nas Relações Internacionais, sendo que tal circunstância decorre da insistência teórica de identificar somente uma de suas possíveis faces, ou seja, a de instrumento de divulgação de informações, o que afastaria o seu protagonismo e autonomia de ator tal como ora proposto. Porém, é preciso reconhecer que a mídia também age segundo interesses próprios e é sob essa perspectiva que emerge e se configura a aquisição de seu *status* de ator.

Assim, além das demonstrações teóricas já apontadas, propõe-se com a presente tese o reconhecimento do *status* da mídia de massa enquanto ator das Relações Internacionais mediante conjugação de alguns fatores a ela inerentes, além daqueles já identificados nos capítulos precedentes, conforme será exposto a seguir.

4.4.1 *Novas percepções acerca das pluralidades de status da mídia*

As diversas tipologias apontadas no terceiro capítulo para os possíveis *status* da mídia junto às relações internacionais podem ser complementadas com no mínimo mais três configurações. Todas essas proposições presentes nesta tese demonstram que a mídia possui uma versatilidade de atuação muito grande, razão pela qual, torna-se difícil realizar afirmações sobre sua atuação com base em somente um tipo de manifestação. A pluralidade de atuações, portanto, depende de diversos fatores e da compreensão da vocação do tipo de mídia considerada, tal como se pode visualizar a seguir.

a) *Mass media* como empresa transnacional

Essa categoria de *status* da mídia se mostra relevante, pois reconhece que certas empresas midiáticas exercem um papel muito marcante no cenário internacional, porém, sob um ponto de vista de empresa transnacional. Com isso, agem no intuito de vender e/ou explorar a produção de notícias ou valores culturais firmando-se como sólidas empresas do campo da comunicação.

Nesse sentido, ao analisar a atuação das grandes corporações de Mídia, Dênis de Moraes observa que elas agem, ao mesmo tempo, “como agentes discursivos, com uma proposta de coesão ideológica em torno da globalização, e como agentes econômicos proeminentes nos mercados mundiais, vendendo os próprios produtos e intensificando a visibilidade dos de seus anunciantes”.¹¹²⁴

Assim, ao possuírem interesses e influências internacionais, sob esse aspecto as suas decisões afetam o cenário internacional enquanto empresa participante do cenário econômico mundial. Um exemplo desse tipo de empresa, já apontada na tabela 1, como uma das maiores empresas transnacionais do mundo, é a Thomson Reuters Corporation.¹¹²⁵ Ou seja, para certos segmentos de mídia, seu poder não precisa ser identificado por elementos circunstanciais que demonstrem esse seu poder, pois seu potencial econômico e atuação em

¹¹²⁴ MORAES, Denis de. A lógica da mídia no sistema de poder mundial. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. v. VI, n. 2, 2004 . p. 21

¹¹²⁵ Em 2007, a Thomson Corporation, do Canadá, incorporou a Reuters por £ 8,7 bilhões, tornando-se a maior agência noticiosa do mundo, com o nome de Thomson Reuters.

ambito mundial por si só já a torna capaz de figurar no rol de atores das relações internacionais, não pela caracterização como mídia, mas sim na condição de empresa transnacional.

b) Mass media como ator emergente e empresa de comunicação global

Um segundo gênero de caracterização do *status* da mídia enquanto ator engloba as empresas que possuem capital transnacional e possuem espaço de atuação globalizado. São, portanto, aqueles meios de comunicação de massa que possuem uma inegável influência econômica e interação política nos locais onde se situam, mas que também, independentemente dessa face como empresa, gozam, enquanto mídia internacional, de respeito e reconhecimento no cenário internacional por serem consideradas fontes confiáveis e que merecem credibilidade em face das notícias que por elas são produzidas.

Nesse ponto, se inserem as grandes agências de notícias internacionais e certas redes de comunicação globais, tais como a rede *CNN*, bem como, todas as mídias que se estabeleceram fortemente no cenário global por meio de serviços oferecidos por empresas como a *Google Inc.* referida na presente pesquisa.

Assim, é justamente nessa categoria que se encontram as maiores evidências, devidamente apontadas no transcorrer do presente estudo, de que a mídia adquiriu *status* de ator emergente nas Relações Internacionais, apesar de algumas dificuldades em compreender essa sua atuação, como será visto a seguir.

4.4.2 Limites e desafios ao reconhecimento da mídia como ator emergente

A desconsideração quanto à importância da mídia no cenário internacional revela uma negativa dos teóricos das Relações Internacionais em admitir algo que é óbvio há muito tempo: os meios de comunicação exercem um poder político por vezes superior ao dos próprios governos dos países onde estão instalados.

Esse, porém, é um assunto delicado e que não se enfrenta diretamente tendo em vista que raramente algum governo admite essa íntima relação entre os detentores da informação e as suas práticas políticas.

Com o advento das novas tecnologias da informação, porém, se percebe que esse monopólio da informação começou a se dissolver e a se fragilizar tendo em vista que a opinião pública mundial também passou a se mostrar mais crítica e desconfiada quanto à forma como as notícias são produzidas.

O poder dessas empresas ainda continua forte, mas sutilmente e gradualmente, novos focos de poder baseados na obtenção de informação alternativa começam a surgir. Novos movimentos de repulsa à mídia tradicional erguem-se em todo o mundo e se apresentam como um elemento que confirma que a mídia é um forte ator e que a sua exploração pelos demais atores é algo antigo e constante nas práticas políticas, sem que essa prática lhe retire a autonomia e *status* de ator.

A mídia enquanto ator e influenciadora de reações políticas e sociais pode existir como tal por meio da utilização de novos recursos de comunicação que se fazem presentes no cenário contemporâneo independentemente da capacidade econômica de quem divulga a informação. Ou seja, diversos espaços de divulgação de informação que hoje são considerados respeitáveis existem tão somente no meio virtual, com custos de produção consideravelmente mais baixos e, com isso, propiciam uma independência em relação aos patrocinadores e anunciantes indispensáveis a mídia-empresa.

A maior dificuldade enfrentada pelos teóricos das Relações Internacionais em admitir que a mídia é um ator reside na exigência de enquadramento em conceitos tradicionais do que se deve entender como ator. Para o caso da mídia, exigir que ela seja enquadrada em critérios rígidos de classificação, efetivamente, conduz a negação dessa sua caracterização tendo em vista que a exigência de que o caráter de ator seja conferido somente quando se pode identificar uma constante interferência de uma determinada mídia no cenário internacional nega as constatações de influência que as novas mídias vem demonstrando exercer. Essa categorização tradicional, permite a sua inclusão somente enquanto empresa transnacional (a), negando possibilidade de ampliação tal como proposto nos demais tópicos da tese.

Sob essa ótica, por exemplo, se for utilizada a teoria do *CNN Effect*, seria possível dizer que a rede *CNN* é um ator das relações internacionais, expressando uma forma de mídia capaz de satisfazer os tradicionais critérios. Porém, e os demais tipos de mídia?

Entende-se que a identificação da mídia como um ator emergente não necessita de uma vinculação clara acerca de qual o tipo de mídia, em específico, é um ator. As novas mídias, por exemplo, por si só, já exercem pressão diária, sob as mais diferentes perspectivas

e, cada vez mais, com um potencial de crescimento vertiginoso na medida em que a vida social torna-se cada vez mais dependente do que está ou não na rede.

Assim, o poder de uma mídia pode ser potencial, mas na medida em que comunica algo ou tem acesso a dados importantes e os publiciza, pode causar muito mais impacto nas relações internacionais do que qualquer outro ator tradicional. Portanto, o entendimento que resulta dessa pesquisa é que a mídia já atua nas relações internacionais, independente da miopia dos teóricos que se omitem nos estudos que exigem uma conciliação com conhecimentos existentes em outras áreas, tal como visto na presente tese.

Estudar a mídia não é possível somente buscando-se conceitos dentro das Relações Internacionais, é preciso sair, e isso é um desafio. Desafio que permite que se enxergue a teoria das Relações Internacionais de fora e, com isso, se propicie uma maior reflexão quando as suas fragilidades em se adaptar as mudanças da vida em sociedade.

Por essas razões, quando se afirma que a mídia é um ator emergente, não se quer dizer que é uma mídia em específico, um determinado jornal, um *site*, uma rede de TV em específico, mas sim, é todo o complexo de mídia existente que, nas suas mais diversas formas, diariamente, exerce influência gradual ou de forma mais agressiva no rumo da vida política, social, econômica dos países e fora deles.

Essa complexa realidade também se identifica na medida em que as classificações apresentadas até o momento demonstram claramente que não existe uma imagem única da mídia enquanto ator. Aliás, própria expressão “ator” deveria ser vista pelos teóricos como algo efetivamente mais próximo do real sentido da palavra. Ou seja, ator é quem age num cenário, assume diversas funções, não se mantém constante, é quem a cada contexto histórico se veste e se transforma num personagem diferente.

Sob essa ótica, o verdadeiro ator do cenário internacional, capaz de apresentar tais características é a mídia, desde a mídia tradicional até as novas mídias. Conforme foi visto, todas elas atuam com peculiaridades distintas, não permitindo que uma listagem tal como a apontada pelos autores aqui estudados possa ser considerada suficiente. Enquanto os demais atores mantêm-se estáveis em seus papéis, os meios de comunicação de massa, as mídias da rede e a *Internet*, evoluem, respondem aos novos problemas, interagem com a sociedade internacional e se (re)criam também a partir da própria sociedade. Eis o verdadeiro ator, mais complexo, mais maleável e intrigante do novo cenário das relações internacionais que a presente tese se propôs a revelar e a começar a compreender.

CONCLUSÃO

Nas últimas décadas, devido a uma fragmentação no exercício do poder no cenário internacional e ao surgimento de novos atores, o estudo acerca do papel da mídia junto a esse contexto emergiu como um grande desafio ao pesquisador das Relações Internacionais. Os atuais ensaios sobre o papel da mídia na vida política nacional e internacional apontam para a constatação de que a comunicação apresenta-se como outra face do poder – *soft power* –, sendo identificada por meio da persuasão de ideias, culturas, valores, contrapostos ao poder das armas e dos meios de coerção física.

Partindo desse pressuposto, o desenvolvimento da tese permitiu confirmar a hipótese central, de que a mídia afigura-se como importante ator em emergência no cenário internacional em face do fortalecimento do seu poder na discussão de problemas ambientais globais. No que tange às hipóteses secundárias, constatou-se, ainda que, por meio do exercício de um *soft power* a mídia vem ampliando a sua capacidade de influenciar os demais atores no enfrentamento dessa temática. A confirmação dessas hipóteses, contudo, exigiu esforço na identificação de elementos conceituais e de manifestações da mídia que pudessem lhe garantir esse *status*. A tese, dessa forma, necessitou ser dividida em quatro eixos fundamentais, no intuito de apontar embasamento teórico e de evidências, estruturado com a intenção de testar as hipóteses estabelecidas.

O primeiro eixo de investigação serviu para analisar as características elementares dos principais atores do cenário internacional e, com isso, verificar o fenômeno da emergência de novos atores, em especial, a mídia. Nesse aferimento, a partir das contribuições teóricas de Antonio Papisca, partiu-se em busca de um enquadramento teórico para o *status* da mídia junto às Relações Internacionais por meio do qual é possível concluir que a mídia pode ser considerada ator com *status* adquirido, diferentemente de outros atores que, possuem *status* atribuído em razão de sua própria natureza. Tal caracterização, todavia, não retira sua importância, conferindo-lhe uma categorização própria e singular tal como exposto em diversas ilustrações realizadas no transcorrer da tese. Afirma-se isso por se notar que existe dificuldade em se admitir qualquer tipo de *status* de ator à mídia, em face das atuais concepções delimitadas pelas teorias das Relações Internacionais que no máximo a considera como um instrumento de atuação dos demais atores.

De qualquer forma, os conceitos apresentados nessa parte também confirmam a importância de se incluir nessa pesquisa a análise das novas mídias pois, conforme sustentado por Esthér Barbé, o conceito de ator envolve a capacidade para exercer influência sobre outros

atores e isso ficou muito bem evidenciado em diversas ilustrações trazidas ao decorrer da pesquisa relacionadas a influência da mídia. Os demais conceitos apresentados, também seguem no sentido de permitir confirmar, ao transcorrer da pesquisa, um reconhecimento ainda não existente do *status* de ator para a mídia. Esse eixo da pesquisa também permitiu identificar que os diversos paradigmas das Relações Internacionais podem conferir abordagens totalmente diferenciadas aos fenômenos políticos contemporâneos. Assim, também podem influenciar na categorização, sistematização e compreensão dos novos atores, sendo que dentre os paradigmas analisados, o paradigma da interdependência mostrou-se como o mais adequado ao perfeito entendimento do funcionamento da atual sociedade internacional e dos seus desafios. Da mesma forma, conclui-se que é o paradigma que melhor se encaixa com o processo de aquisição de *status* de ator emergente pela mídia, especialmente, diante da identificação das relações interdependentes estabelecidas no enfrentamento aos desafios das mudanças climáticas.

A pesquisa realizada nessa primeira parte também apontou para diversas situações em que a mídia demonstra ser aliada dos demais atores das Relações Internacionais, tal como nas considerações realizadas na abordagem sobre o papel das organizações não-governamentais ambientalistas. A relação de simbiose existente entre mídia e ONGs também se confirmou mais adiante na pesquisa quando se sustentou que o movimento ambientalista sabe se utilizar, com muita habilidade, do poder da mídia para divulgar suas manifestações. Além disso, notou-se que em face dos interesses também existentes pela mídia, há uma inter-relação profunda de interesses que fortalecem tanto o movimento das ONGs, quanto o poder de instrumento e ator desempenhado pela mídia nas suas mais diversas concepções (*online/offline*). É também nesse eixo que a aproximação da mídia com certos indivíduos e empresas transnacionais confirma a necessidade de sua compreensão integrada com os demais atores. A mídia tradicional também se afigura como uma grande empresa da informação e suas interações com as demais empresas é repleta de situações complexas que tornam o exercício do seu poder perante a sociedade internacional bastante comprometido e, conseqüentemente, isso também acaba por afetar sua credibilidade perante o público.

O segundo eixo de desenvolvimento da tese, por sua vez, permitiu a compreensão acerca das teorias elaboradas para estudar os fenômenos da comunicação e, especialmente, fornecer elementos sobre como emergiu a sua relação no âmbito político contemporâneo. A identificação acerca das teorias da comunicação se mostrou essencial para a presente pesquisa tendo em vista que ao se abordar a mídia, sob um viés das Relações Internacionais, não se pode ignorar os estudos específicos já realizados por teóricos da área da comunicação sob

pena de se cometer os mesmos equívocos que os primeiros pesquisadores cometeram. Dentre esses possíveis equívocos citou-se o de conferir um poder absoluto à mídia, ignorando a capacidade dos indivíduos em filtrar as mensagens enviadas pelos *mass media*. Assim, uma possível tendência em se superestimar o *soft power* da mídia já se mostra, com as conclusões advindas desse eixo, como sendo uma atitude imprudente, da mesma forma que ignorar o seu poder, especialmente, em face da sua renovação diante das novas tecnologias da informação, também não se mostra adequado.

Esse ponto também se mostrou importante no intuito de se situar historicamente as pesquisas em comunicação e demonstrar que as primeiras concepções do poder da mídia estiveram por muito tempo atreladas a uma identificação, tão somente, de propaganda política e como instrumento de guerra onde se destaca visivelmente o poder do rádio durante as duas guerras mundiais. Esse segundo eixo também serviu para se identificar dentre as diversas teorias, aquelas julgadas mais adequadas para efetuar a leitura acerca do processo de aquisição do *status* de ator das Relações Internacionais por parte da mídia. Dessa forma, a teoria do agendamento (*agenda setting*) e a teoria do *gatekeeper* apresentaram elementos que, mesmo hoje, com novas alterações nos processos de comunicação, revelam-se essenciais para a compreensão do papel da mídia.

A teoria do *agenda setting*, por exemplo, permitiu concluir que efetivamente a mídia pode não ter a capacidade de influenciar diretamente como as pessoas devem pensar e agir, porém, influencia substancialmente no que elas pensarão diante do agendamento dos temas. Isso ficou evidente na medida em que a pesquisa se desenvolveu e confirmou a hipótese de que a mídia passou a agendar os temas relativos ao meio ambiente e mudanças climáticas como muito mais frequência e maior espaço de cobertura jornalística. Da mesma forma, no que tange ao enquadramento desses temas, restou claro que, mais uma vez, a mídia exerce um papel fundamental na forma como os assuntos incluídos nas agendas midiáticas e políticas serão observados e compreendidos pelos receptores de suas mensagens. Ou seja, a análise da teoria do *gatekeeper* permitiu que se comprovasse que não basta somente incluir ou excluir um assunto da agenda, é necessário dar-lhe o enquadramento adequado. No que tange as mudanças climáticas, conforme visto no último eixo de desenvolvimento da tese, isso ainda não ocorre de forma totalmente satisfatória, pois muitos "olhares" ainda não foram incluídos nas pautas jornalísticas tendo em vista que ainda há uma insistência da mídia em enquadrar o problema sob o ponto de vista do sensacionalismo, superficialidade e tão somente do ponto de vista ambiental. Contudo, apesar desses apontamentos, acredita-se que essas falhas não são

capazes de retirar ou impedir o exercício do poder da mídia na discussão pública das ações necessárias para o enfrentamento das mudanças climáticas.

Por fim, esse segundo eixo de pesquisa permitiu a compreensão acerca do processo de criação das notícias (*newsmaking*) e todas as variáveis presentes durante a seleção dos fatos que serão transformados em notícias. Quanto a esse aspecto foi dada ênfase aos valores-notícia, pois eles permitem uma identificação mais precisa e pontual acerca dos critérios declarados do processo do *newsmaking* e também permitiu uma reflexão acerca dos motivos e critérios não declarados que também se fazem presentes e que influenciam a divulgação ou não de certos acontecimentos.

A partir da compreensão desses elementos teóricos, partiu-se para a construção do terceiro eixo de pesquisa da presente tese no intuito de se analisar como se deu a expansão da comunicação política internacional e a emergência da mídia nas relações internacionais, identificando, ainda, a inserção das novas mídias e dos novos desafios oriundos da era da informação em rede. Esse foi um dos pontos mais ricos da pesquisa que permitiu a identificação das discussões teóricas relativas ao surgimento da comunicação política internacional e sua interação com as relações internacionais. Foi possível consolidar uma parte essencial da pesquisa pautada essencialmente em estudos de autores estrangeiros, que permitiram concluir que a mídia enquanto ator internacional interage com outros atores e também influencia a dinâmica do sistema internacional.

Dentre as contribuições essenciais dadas por esses autores, destaca-se a taxonomia dos diversos *status* da mídia junto ao cenário internacional elaborada por Eytan Gilboa. A partir da identificação da mídia enquanto ator controlador, ator constrangedor, ator interventor e ator instrumental foi possível, após uma identificação pontual de cada uma dessas suas propostas de *status*, entender que a classificação da mídia requer a inclusão de uma infinidade de variáveis, pois seu comportamento é bastante mutável de acordo com o contexto e as forças políticas envolvidas.

Assim, cada uma dessas classificações permitiram uma relação com a construção teórica desenvolvida nas fases anteriores da pesquisa vindo a trazer maior consistência à presente tese. Contudo, por se entender que meras classificações desprovidas de exemplificações não seriam suficientes para a comprovação das hipóteses, partiu-se em busca de situações concretas em que essas propostas de Gilboa poderiam se identificadas. Por essa razão, a identificação do chamado *CNN Effect* e de todas as diversas manifestações midiáticas em períodos de conflitos, tal como as guerras no Iraque, serviram para ilustrar, com situações bem pontuais, que os acontecimentos políticos internacionais, se não são totalmente

dependentes do comportamento da mídia, ao menos sua percepção pela sociedade, restam bastante comprometidos pela forma como a mídia age em situações de tensão. Outro exemplo, trazido no intuito de permitir a confirmação das hipóteses da presente pesquisa, foi a influência dos meios de comunicação na chamada diplomacia midiática onde, em especial, os casos da TeleSUR e da rede de TV árabe Al-Jazeera, ilustram muito bem os movimentos de reação política exercidos *na* mídia e *pela* mídia.

Além dessas identificações relevantes, mostrou-se necessário pontuar que, dentro desse cenário, a mídia, por vezes, age de forma irresponsável ao criar um clima de tensão ou se omitir no seu dever informativo, a exemplo do que foi referido sobre o papel da mídia no genocídio em Ruanda. Por essa razão, também se mostrou necessário para se atingir os objetivos da presente pesquisa se questionar sobre a influência da mídia sobre os conflitos por meio da criação de quadros interpretativos sobre os mesmos (*framing*). Essa abordagem permitiu se concluir que a mídia age em certas situações definindo como alguns assuntos serão interpretados pelo público e dessa forma consegue influenciar na percepção de certos acontecimentos a partir do que ela assim enquadrar. Portanto, nota-se que em certos conflitos, é a imagem criada pela mídia que prevalece em detrimento de qualquer outra imagem, ainda que seja a verdadeira (real), se os interesses próprios ou políticos assim se mostrarem necessários para ocultar essa realidade. Nesse ponto fica clara a inexistência da objetividade jornalística, fator que confirma que a mídia não é apenas um meio de publicação dos acontecimentos tal como eles se deram, mas sim, um agente que participa do processo de construção dos quadros interpretativos da realidade de acordo com certos interesses.

Da mesma forma, identificou-se que os conflitos internacionais também exercem influência sobre a mídia (*newsmaking*) permitindo que se conclua haver uma relação bastante estreita entre os fatos políticos internacionais e o processo de criação das notícias, razão pela qual não se pode ignorar essa interação e o papel que a mídia possui dentro do cenário internacional especialmente em face das novas tecnologias da informação e comunicação. Nesse ponto, cabe destacar, foram identificadas diversas pesquisas na literatura estrangeira dedicando um espaço considerável a atuação da mídia em guerras, tendo em vista que a cobertura da imprensa internacional geralmente se focaliza em acontecimentos extraordinários e, por isso, normalmente, situações como conflitos internacionais envolvendo países de expressão internacional, acabam ganhando espaço nos meios de comunicação. Percebeu-se, também, que a análise da cobertura midiática em situações de guerra começa a se destacar dentro do estudo da comunicação internacional. No Brasil e em outros países, esse tipo de estudo já apresenta seus primeiros resultados com análises que vão desde a cobertura da

Guerra do Golfo até a Guerra no Afeganistão. Por outro lado, novos conflitos, ou conflitos emergentes sob novas perspectivas, tais como aqueles originários por disputas de recursos naturais e a própria luta mundial contra as mudanças climáticas, começaram a ganhar espaço na mídia internacional recentemente. Com isso, a sistematização dessa cobertura e o exato papel dos meios de comunicação de massa, nesse contexto, ainda seguem incertos e pouco explorados, em especial, pelos estudiosos das Relações Internacionais.

Também foi possível perceber que grande parte dos estudos sobre o papel dos *mass media* em âmbito internacional são realizados por pesquisadores de comunicação internacional, sem haver uma ligação e teorização sob a ótica das Relações Internacionais. Da mesma forma, quando se percebe que esses estudos afirmam que os meios de comunicação de massa possuem um forte poder ao cobrir tais eventos (guerras, desastres, eleições, etc.) não se analisa com profundidade sobre qual o tipo de poder que se está falando. Analisando-se sob a ótica das relações internacionais também não se identifica exatamente qual a categorização que os *mass media* ocupam, ou seja, se são mero instrumento comunicativo ou se podem ser considerados como atores, tal como proposto e identificado com a presente tese.

Diante dessas constatações, na parte final desse terceiro eixo de pesquisa, identificou-se a necessidade de partir para uma perspectiva diferenciada acerca da mídia tendo em vista que todas as teorias e exemplos até então analisados pressupunham uma mídia construída em bases tradicionais (jornal, TV e rádio), sem incluir dentre as suas variáveis as expressões tecnológicas emergentes (*online*).

Assim, diante do inegável processo de transformação que a mídia passa atualmente, partiu-se em busca da compreensão do seu papel na sociedade em rede e dos seus desafios diante das novas dimensões da comunicação global. Essa parte, apesar de desafiadora, foi a que permitiu maior crescimento investigativo ao propor uma análise ainda mais inusitada acerca da mídia, a partir de então chamada de nova mídia, junto a um contexto onde a política internacional também se virtualizou exigindo, dessa forma, uma rápida absorção e identificação das novas bases de sustentação das novas discussões e revelações que a mídia apresentará a partir de agora.

Nesse ponto, mostrou-se necessário também frisar que grande parte das mídias analisadas nessa seção da pesquisa sequer existia quando essa tese começou a ser estruturada no ano de 2006, razão pela qual, ainda persistem muitas dúvidas sobre a sua utilização junto às relações internacionais e quais suas exatas implicações para a mídia tradicional. De qualquer forma, foi possível perceber que, especialmente o jornalismo, sofreu grandes modificações e acréscimos de novos valores-notícias que foram agregados a sua prática em

face da emergência de novas tecnologias e novas relações que a conjunção das novas mídias propiciam.

Dentro desse contexto foi analisada a figura do *gatewatcher* como indicador de informação em oposição à figura isolada do *gatekeeper* como mero selecionador. Nesse ponto também foi possível observar a ampliação da participação social junto à *Internet* não mais como simples receptora das informações, mas como produtora ativa por meio dos *blogs* que se popularizaram e também passaram a ganhar credibilidade, ainda que gradual e de forma diferenciada de país a país. A conclusão que se chega com relação ao surgimento da *blogosfera* é a de que, efetivamente, as novas mídias propiciam uma interação e um novo olhar sobre certos acontecimentos que antes ficavam adstritos ao olhar que a mídia conferia dentro dos seus valores-notícia e de seus interesses enquanto empresa. Ao lado do crescimento dos *blogs*, as redes sociais também foram analisadas no terceiro eixo da pesquisa e propiciaram a identificação de situações curiosas envolvendo a sua utilização em circunstâncias políticas internacionais onde o resultado foi afetado sensivelmente pela utilização desse tipo de nova mídia. Assim, foi possível concluir que as redes sociais como *Facebook*, *Orkut* e *Twitter*, apesar de recentemente criadas, já propiciaram o estabelecimento de novas relações de poder e influência por meio da rede, tal como observado durante os protestos por meio do *Twitter* no Irã, e toda a campanha eleitoral de Barack Obama em que todas essas mídias sociais mostraram grande força.

Ao se chegar ao quarto e último eixo da tese houve a necessidade de se avançar na pesquisa e identificar, exatamente, as noções de *soft power* aplicadas à mídia, associada a todas as discussões anteriormente travadas, e focalizando a atuação para a cobertura acerca das discussões sobre as mudanças climáticas. Nesse ponto, foi possível concluir que as novas tecnologias da informação e comunicação ganham cada vez mais expressão, ao mesmo tempo em que também precisam enfrentar novos desafios. Dentre eles, analisou-se o fenômeno de se lidar com o aumento no fluxo da informação e o surgimento do paradoxo da abundância. Também foi possível confirmar a hipótese de que a mídia é um importante ator das Relações Internacionais na medida em que ela passou a ser um dos focos intrínsecos das atenções dos demais atores que desejam atingir a opinião pública mundial e influenciar a política internacional, tendo em vista que, conforme ficou demonstrado diante do excesso de informação, fica muito difícil saber no que se concentrar. Porém, é justamente nesse momento que se confirma o *soft power* da(s) mídia(s) ao se estabelecer como um ator capaz de filtrar o excessivo fluxo de informações contemporâneas e apontar em qual informação se deve concentrar a atenção. Como lembra Joseph Nye, o poder na era da informação global é de

quem consegue exercer com habilidade a tarefa de filtrar o que é relevante e validar essa informação segundo seu entendimento e, dessa forma, expor essa sua visão aos demais, convencendo-os de segui-la também. Essa é a essência do *soft power* que, em especial nessa seção ficou demonstrada que é muito bem exercida pela mídia em sua concepção tradicional e com uma crescente vocação em sua concepção virtual. Uma dessas explicações para tal afirmação se deve ao fato de a mídia, apesar de alguns percalços, ainda gozar de uma credibilidade significativa junto à sociedade, sendo responsável pela formação da própria opinião pública nacional e, por vezes, até internacional. Conforme identificado na tese, a *Internet* começa a se abrir também como uma nova arena para novos atores também adquirirem credibilidade e passarem influenciar a tomada de decisões políticas, apesar de se constatar que esse processo ainda não se encontra plenamente consolidado.

Avançando na pesquisa junto a essa parte do trabalho foi possível identificar também o processo de envolvimento da mídia com as questões ambientais. Dessa forma, mostrou-se necessário apontar como ocorreram as primeiras conferências organizadas pela ONU e as implicações delas decorrentes. Isso se justificou na medida em que foi possível perceber o grande avanço na participação social e midiática decorrente da realização da Eco-92. Foi a partir desse momento que, inegavelmente, a mídia despertou sua atenção para os problemas ambientais e começou o processo de especialização do *newsmaking* com vistas à obtenção de maior qualidade durante esse processo. Por outro lado, também se constatou que ainda existem muitos pontos que necessitam de maior cuidado nas coberturas midiáticas, pois muitas impropriedades e confusões, apesar de terminológicas, ainda ocorrem no exercício do jornalismo ligado aos temas ambientais. Por essa razão, nessa seção também se partiu em busca de elementos concretos dessa relação da mídia com as discussões sobre as mudanças climáticas onde se confirmaram as hipóteses iniciais da pesquisa, principalmente a de que o seu envolvimento é crescente em praticamente todas as mídias analisadas, quer sejam tradicionais ou novas, nacionais ou estrangeiras. A variação entre elas é mais de quantidade de informações e no enquadramento conferido ao tema.

Foi ainda nesse ponto que se pôde confirmar a estreita relação entre o interesse da mídia com as questões ambientais vinculadas a acontecimentos não convencionais sobre as mudanças climáticas. Assim, tornou-se possível concluir que as informações e discussões ganharam ênfase na medida em que fatos não cotidianos puderam ser revelados ou reuniões internacionais foram realizadas para tratar do assunto. Dessa forma, os estudos do IPCC e as Conferências das Partes mostraram um significado especial para potencializar a cobertura da mídia e, ao mesmo tempo, serviu para tornar o tema mais conhecido da sociedade.

Para uma demonstração efetiva de toda a pesquisa teórica realizada também se buscou quantificar essa ampliação da cobertura midiática relativa às mudanças climáticas. Assim, por meio da análise direta em *sites* de jornais, revistas e mediante utilização de pesquisas produzidas por diversos autores, foi possível traçar um diagnóstico, ainda que não exaustivo e definitivo, acerca da recente cobertura da mídia sobre a temática das mudanças climáticas. Assim, por meio da utilização de pesquisas realizadas no Brasil, Estados Unidos e Itália, bem como, por meio da busca direta em alguns *sites* tanto de jornais como em redes sociais e *blogs*, foi possível verificar a clara participação da mídia e de todos os demais atores das Relações Internacionais nas discussões ambientais globais.

Além dos desafios identificados, também foi possível concluir que a mídia se encontra em constante transformação pelas novas tecnologias disponíveis na *Internet* e isso ainda causará muitas mudanças nos processos políticos. Da mesma forma, constatou-se que a virtualização da política internacional é um fenômeno que está apenas no começo. Por essa razão, torna-se necessário investir em identificação sobre quais as consequências que esse tipo de comportamento pode trazer para as relações internacionais, porém, antes de tudo, é necessário admitir que a mídia conquistou o *status* de ator emergente e, atualmente, pode figurar ao lado de todos aqueles outros já reconhecidos pelos teóricos da área.

REFERÊNCIAS

10 anos da *Internet* no país. **Rede Nacional de Ensino e Pesquisa**. Disponível em: <<http://www.rnp.br/noticias/2002/not-020607e.html>> Acesso em: 5 abr.2010.

A história das conferências da ONU sobre mudanças climáticas. Disponível em: <<http://blog.planalto.gov.br/a-historia-das-conferencias-da-onu-sobre-mudancas-climaticas>> Acesso: em 4 abr.2010.

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Tradução de Julia Elisabeth Levy. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AGUIAR, Sonia. Mídia & Mudança climática: a responsabilidade dos jornalistas. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=419IMQ005>> Acesso em: 30 dez. 2009.

ALAOUI, Hicham Mhammedi. **Dishing U.S. Foreign Policy**: The Impact of Arab Satellite News Channels on Perceptions of the U.S. in the Middle East. Disponível em: <<http://knol.google.com/k/hicham-mhammedi-alaoui/dishing-u-s-foreign-policy-the-impact/1p9718dcuolb1/2>> Acesso em: 7 fev.2010.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel Recuero; MONTARDO, Sandra Portella. *Blogs: mapeando um objeto*. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com**: estudos sobre *blogs* e Comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 27-53

ANDERS, Jaroslaw. **Unesco pode difundir a boa governança, diz Negroponte**. Disponível em: <<http://embaixada-americana.org.br/index.php?action=materia&id=5621&submenu=press.inc.php&itemmenu=21>> Acesso em: 2 fev.2010.

ANDERSON, Peter J. **Política global do poder, justiça e morte**: uma introdução às Relações Internacionais. Lisboa: Piaget, 1996.

ANTHONSEN, Mette. Decisions on Participation in UN operations: do media matter? In: **Göteborg Studies**. Politics 80, Göteborg University, 2003.

APÓS tumultos, cúpula de Copenhague decide restringir acesso de ONGs. **Folha Online**. <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ambiente/ult10007u665575.shtml>> Acesso em 12 dez.2009.

ARBEX JUNIOR, José. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

ARON, Raymond. **Paz e Guerra entre as Nações**. Tradução de Sérgio Bath. 2. ed. Brasília: UNB, 1986.

BARBÉ, Esther. **Relaciones internacionales**. 3. ed. Madri: Tecnos, 2007.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo online, dos sites noticiosos aos portais locais. **Anais do 24 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Campo Grande/MS, setembro 2001 [cd-rom]. São Paulo, Intercom/Portcom: Intercom, 2001.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1994.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. In: **Australian Journalism Review**. v. 23, n.2, 2001. p. 91-103.

BARNET, Richard J.; MÜLLER, Ronald E. **Poder global**: a força incontrolável das multinacionais. Tradução de Ruy Jungmann. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1974.

BARONE, Victor. Twitter: política em 140 caracteres. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=559ENO001>> Acesso em: 12 out.2009.

BARROS-PLATIAU, Ana Flávia. **Novos atores, governança global e o direito internacional ambiental**. Disponível em: <http://www.esmpu.gov.br/publicacoes/meioambiente/pdf/AnaFlaviaBarrosPlatiau_Novos_atores.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2006.

BARTH, Fernanda. Mídia, política e pesquisas de opinião pública. Revista Debates, Porto Alegre, v.1, n. 1, p. 26-48, jul.-dez., 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BEDIN, Gilmar Antonio *et. al.* **Paradigmas das relações internacionais**: realismo – idealismo – dependência – interdependência. 2. ed. Ijuí: UNIJUÍ, 2004.

BEDIN, Gilmar Antonio. **A sociedade internacional e o século XXI**: em busca da construção de uma ordem social justa e solidária. Ijuí: Unijuí, 2001.

BEDIN, Gilmar Antônio. Globalização e suas conseqüências estruturais: potencialidades e desafios. In: **Revista de Integração Latino-Americana**. ano 1. n. 2. Santa Maria: Pallotti, 2005.

BELL, Allan. Climate of opinion: public and media discourse on the global environment. **Discourse Society**, v. 5, n. 1, p. 33-64, 1994.

BELL, Allan. Media (mis)communication on the science of climate change. **Public Understanding of Science**, v. 3, p. 259- 275, 1994.

BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Tradução de Maria Leonor Loureiro. Bauru: EDUSC, 1999.

BLOG do Planalto. Disponível em: <<http://www.blog.planalto.gov.br>> Acesso em: 2 abr.2010.

BLOGGER. Disponível em: <<http://www.blogger.com/home>> Acesso em: 2 abr.2010.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. Tradução de Carmen C. Varriale et. al. 4. ed. Brasília: UnB, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOYKOFF, Maxwell T.; BOYKOFF, Jules M. Balance as bias: global warming and the US prestige press. **Global Environmental Change**, v. 14, p. 125-136, 2004.

BOYKOFF, Maxwell T.; ROBERTS, J. Timmons. Media Coverage of Climate Change: Current Trends, Strengths, Weaknesses. In: **United Nations Development Programme: Human Development Report 2007/2008**. Disponível em: <<http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2007-2008/papers/boykoff,%20maxwell%20and%20roberts,%20j.%20timmons.pdf>> Acesso em: 30 abr.2010.

BOYKOFF, Maxwell. Indian media representations of climate change in a threatened journalistic ecosystem. **Climatic Change**, v. 99, springer, 2010, p.17–25.

BOYKOFF, Maxwell. Media and scientific communication: a case of climate change. **Geological Society**, London, Special Publications 2008, v. 305. p. 11-18.

BOYKOFF, Maxwell; BOYKOFF, Jules. M. Balance as bias: global warming and the US prestige press. **Global Environmental Change**, n. 14, 2004.

BOYKOFF, Maxwell. T.; BOYKOFF, Jules M. **Climate Change and Journalistic Norms: a Case Study of U.S. Mass-Media Coverage**. Geoforum, 2007. Disponível em: <<http://www.eci.ox.ac.uk/publications/downloads/boykoff07-geoforum.pdf>> Acesso em: 30 abr.2010

BRETON, Philippe; PROULX, Serge. **Sociologia da comunicação**. Tradução de Ana Paula Castellani. São Paulo: Loyola, 2002.

BRIGGS, Mark. Jornalismo 2.0: Como sobreviver e prosperar – Um Guia da Cultura na Era Digital e na Era da Informação. **J-Lab e Knight Citizen News Network**. 2007. Disponível em: <http://www.knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf> Acesso em: 25 nov. 2009.

BRULLE, Robert J. **2008's Year-Long Fall-off in Climate Coverage: Tracking the Trends, and the Reasons Behind Them**. Disponível em: <<http://www.yaleclimatemediaforum.org/2008/12/2008-year-long-fall-off-nclimate-coverage>> Acesso em: 18 maio. 2009.

BRUNS, Axel. Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News. **Media International Australia, Incorporating Culture & Policy**. v. 107, may 2003, p. 31-44.

BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. Nova York: Peter Lang, 2005.

BUDÓ, Marília Denardin Budó. As novas tecnologias de informação frente à ditadura do pensamento único: o mercado. In: **Anais do IV FoMerco**, 2003, Maringá - PR, 2003.

BULL, Hedley. **The Anarchical Society: a study of Order in World Politics**. New York, Columbia University Press, 1977.

BUNZ, Mercedes. How social networking is changing journalism. **The Guardian**. Disponível em: <<http://www.guardian.co.uk/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs>> Acesso em: 20 set.2009.

CAMARGO, Julia Faria Camargo. **Mídia e Relações Internacionais: Lições da Invasão do Iraque em 2003**. Curitiba: Juruá, 2009.

CAMARGO, Julia Faria. **Ecossistema do Frigor: a invasão do Iraque em 2003 - Mídia internacional e a imprensa brasileira**. Brasília: UnB, 2008. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília - IREL-UnB, Brasília, 2008.

CANÁRIO, Duarte. **E se as Primárias Americanas se decidissem na Web 2.0?** Disponível em: <<http://www.marketingtecnologico.com/marketingtecnologico/artigos/default.asp?id=47>> Acesso em: 3 abr.2010

CANDELORI, Roberto. Atualidades: *USA Patriotic Act* e o fim da privacidade. **Folha Online**. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/educacao/ult305u13850.shtml> Acesso em: 15 jan.2009.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida**: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. Tradução de Newton Roberval Eicheberg. São Paulo: cultrix, 2006.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede**: filtros, vitrines, notícias. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CARR, Edward. **Vinte Anos de Crise**: 1919-1939. Tradução de Luiz Alberto Figueiredo Machado. Brasília: UnB, 1981.

CARROS elétricos se destacam no Salão de Detroit. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,carros-eletricos-se-destacam-no-salao-de-detroit,500166,0.htm>> Acesso em 22 jan.2010.

CASTELLS, Manuel. A era da intercomunicação. **Le Monde Diplomatique Brasil**. Disponível em: <<http://diplo.uol.com.br/2006-08,a1379>> Acesso em: 21 jan.2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**: a era da informação – economia, sociedade e cultura. v. 1. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. v. 3. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

CASTRO, Paulo Jorge Canelas de. Mutações e constâncias do Direito Internacional do Ambiente. In: **Revista Jurídica do Urbanismo e do Ambiente**, Lisboa: Instituto de Direito do Urbanismo e do Ambiente, n.2, p.146, dez, 1994.

CENTER for Science and Technology Policy Research. **University of Colorado-Boulder**. Disponível em: <http://sciencepolicy.colorado.edu/media_coverage/march_2010.jpg> Acesso em: 30 abr.2010.

CENTRO Estudantil de Relações Internacionais. Disponível em: <<http://ceriufgrs.blogspot.com/>> Acesso em: 2 abr.2010.

CHAPARRO, Manuel. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística: São Paulo: Summus, 1994.

CHELI, Enrico. **La realtà mediata**: l'influenza dei mass media tra persuasione e costruzione sociale della realtà. 6. ed. Milano: Franco Angeli, 2009.

CHESNAIS, François. **A mundialização do capital**. Tradução de Silvana Finzi Foá. São Paulo: Xamã, 1996.

CHOMSKY, Noam. A nova guerra contra o terror. **Estud. av.**, São Paulo, v. 16, n. 44, Abr. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142002000100002&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 3 fev.2010.

CIDADE japonesa critica documentário "The Cove", vencedor de Oscar. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo/2010/03/08/cidade+japonesa+critica+documentario+the+cove+vencedor+de+oscar+9420566.html>> Acesso em: 10 mar.2010.

CLIMATE change data dumped. **The Sunday Times**. Disponível em: <<http://www.timesonline.co.uk/tol/news/environment/article6936328.ece>> Acesso em: 8 jan.2010

CLONE do Blog do Planalto. Disponível em: <<http://planalto.blog.br/>> Acesso em: 2 abr.2010.

COBB, Roger W.; ELDER, Charles D. Communication and public policy. In: NIMMO, Dan D.; SANDERS, Keith R (Orgs.) **Handbook at Political Communication**. Beverly Hills, L.A.: Sage Publications, 1981. p. 391-416.

COHEN, Bernard. **The press and Foreign Policy**. Princeton, Nova Jersey: Princeton University Press, 1963.

COHEN, Yoel. **Media Diplomacy**: The Foreign Office in the Mass Communications Age. London: Frank Cass and Company Ltd, 1986.

COMISSÃO Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. **Nosso futuro comum**. [Relatório Brundtland]. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1988.

CONVENÇÃO sobre a Poluição Atmosférica Transfronteiriça a Longa Distância. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31981D0462:PT:HTML> Acesso em: 2 abr.2010

CORREIO da Cidadania. Disponível em: <<http://www.correiocidadania.com.br/content/view/12/26/>> Acesso em: 5 fev.2010.

COSTA, Luciana Miranda. O esverdeamento da imprensa. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. III, n. 2, 2006. p. 41-54.

COSTA, Luciano Martins. Mídia e sustentabilidade: o essencial está fora da pauta. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=430IMQ002>> Acesso em: 28 dez.2009.

CRIADORA de clone do 'Blog do Planalto' critica falta de comentário no original. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Politica/0,,MUL1293150-5601,00.html>> Acesso em: 02 abr.2010.

CUBA's aid ignored by the media? Disponível em: <<http://english.aljazeera.net/focus/2010/01/201013195514870782.html>> Acesso em: 3 fev.2010.

D'ORFEUIL, Henri Rouillé; DURÃO, Jorge Eduardo. **Papel das ONGs no debate público e nas negociações internacionais**: elementos para a definição de uma diplomacia não governamental: Disponível em: <http://coordinationsud.org/IMG/doc/TRADUCAO_FINAL.doc> Acesso em: 15 mar.2008.

DADOS demográficos. **Orkut**. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#MembersAll>> Acesso em: 3 abr.2010.

DAVISON , W. Phillips; GEORGE, Alexander L. An Outline for the Study of International Political Communications. **Public Opinion Quarterly**, v. 16, n. 4, p. 501, 1952-53.

DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. **Media events**: The live broadcasting of history. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1992.

DEBATE jornalismo, política e clima. Disponível em: <<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/1019>> Acesso em: 15 abr.2010.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DERIAN, James Der. As guerras dos EUA diante do "efeito al-Jazeera". **Observatório da Imprensa**. Disponível em:
<<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=405DSF001>> Acesso em: 6 fev.2010.

DEUTSCH, Karl Wolfgang. **Análise das relações internacionais**. 2. ed. Tradução de Maria Rosinda Ramos da Silva. Brasília: UnB, 1982.

DINES, Alberto. Aquecimento global, jornalismo desaquecido: todos são culpados, inclusive a mídia. **Observatório da imprensa**. Disponível em:
<<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=419IMQ001>> Acesso em: 28 dez.2009.

DIODATO, Emideo. **Introduzione alla comunicazione politica internazionale**. Perugia: Guerra, 2003.

DIODATO, Emidio. (Org.). **Comunicazione e politica internazionale**: mutamenti strutturali e nuove strategie. Rubbettino: Soveria Mannelli (CZ), 2004.

DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. 2 ed. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

DOWNS, Anthony. Up and dows with ecology: the 'issue-attention cycle'. **The Public Interest**, n. 28, 1972, p. 38-50.

DUPAS, Gilberto. **Atores e Poderes na Nova Ordem Global**: assimetrias, instabilidades e imperativos de legitimação. São Paulo: UNESP, 2005.

EBO, Bosah. Media diplomacy and foreign policy: toward a theoretical framework. In: MALEK, Abbas. (Org.). **News media and foreign relations**. Norwood, NJ: Ablex. 1996. p. 43-57.

EDITORIAL. Uma escolha para a história. **Zero Hora**. Disponível em:
<<http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default2.jsp?uf=1&local=1&source=a2740776.xml&template=3898.dwt&edition=13671§ion=1058>> Acesso em: 7 dez.2009.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1994.

EL-NAWAWY, Mohammed; ISKANDAR, Adel. **Al Jazeera**: The story of the network that is rattling governments and redefining modern journalism. Boulder, CO: Westview, 2003.

ENTMAN, Robert M. Framing: toward clarification of a fractured paradigm. In: **Journal of Communication**, v. 43, n. 4, Autumn, New York: Oxford University, 1993, p. 1- 8.

ESCOBAR, Juliana. Blogs como nova categoria de webjornalismo. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 217-235.

ESPAÑA. Ministerio de medio ambiente y medio ambiente rural y marino. **El cambio climático en España: estado de situación**. Disponível em: <http://www.mma.es/portal/secciones/cambio_climatico/documentacion_cc/divulgacion/pdf/ad_hoc_resumen.pdf> Acesso em: 1 maio.2010.

ESPAÑA. Ministerio de medio ambiente y medio ambiente rural y marino. **Guía para periodistas sobre cambio climático y negociación internacional**. Disponível em: <http://www.mma.es/portal/secciones/cambio_climatico/pdf/periodistas_ante_inf.pdf> Acesso em: 1 maio.2010.

ESPAÑA. Ministerio de medio ambiente y medio ambiente rural y marino. **Guía para periodistas sobre cambio climático y negociación internacional**. Disponível em: <http://www.mma.es/portal/secciones/cambio_climatico/pdf/periodistas_ante_inf.pdf> Acesso em: 1 maio.2010.

FAGEN, Richard R. **Política e comunicação**. Tradução de Edmond Jorge. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1971.

FALK, Richard. **La globalización depredadora: una crítica**. Buenos Aires: Siglo XXI, 2002.

FALSA guerra transmitida na Geórgia foi provocação, diz Rússia: emissora provocou pânico ao mostrar imagens de uma suposta invasão russa em rede nacional. Disponível em <http://area51.estadao.com.br/noticia_imp.php?req=internacional,falsa-guerra-transmitida-na-georgia-foi-provocacao-diz-russia,524533,0.htm> Acesso em: 15.mar.2010.

FALSA invasão causa pânico na Geórgia: programa de TV leva ao ar imagens de tanques e notícia de morte de presidente do país. **BBC Brasil**. Disponível em: <http://area51.estadao.com.br/noticia_imp.php?req=internacional,falsa-invasao-causa-panico-na-georgia,524136,0.htm> Acesso em: 14 mar.2010

FERNÁNDEZ, Luciana Moretti. **Hiperterrorismo e mídia: o terrorismo no processo de comunicação política**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - ECA/USP, São Paulo, 2005. 225 f.

FIORI, José Luis. **O poder global e a nova geopolítica das nações**. São Paulo: Boitempo, 2007.

FLAGG, James Montgomery. I want you for U.S. Army: nearest recruiting station. Garden City, N.Y. **UNT Digital Library**. Disponível em:
<http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc451/> Acesso em: 22 jan.2010.

FOLETTTO, Leonardo. Blogosfera X Campo Jornalístico: aproximação e conseqüências. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 199-215.

FONSECA JÚNIOR, Gelson. Aspectos da multipolaridade contemporânea (notas preliminares). In: **Contexto internacional**. Rio de Janeiro, n 11, jan-jun, 1990. p.7-32.

FREITAS, Fabiana Paschoal de. Interdependência e Opinião Pública. In. OLIVEIRA, Odete Maria de; DAL RI JUNIOR, Arno. (Orgs.). **Relações internacionais: interdependência e sociedade global**. Ijuí: UNIJUÍ, 2003. p. 393-425.

GALTUNG, Johan; RUGE, Mari Holmboe. The Structure of Foreign News: the presentation of the Congo, Cuba, and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. In: **Journal of Peace Research**. v. 2, n. 1, p. 64-91, 1965

GALVÃO, Marcos Bezerra Abbott. O realismo de cada um: interdependência e relações políticas entre os Estados no mundo pós -guerra fria. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1993, número 12. p. 155.

GANS, Herbert J. **Deciding What's news: a study of CBS Evening News, NB Nightly News, Newsweek and Time**. New York: Pantheon, 1979.

GANZ Deutschland hört den Führer mit dem Volksempfänger" Disponível em
 <http://www.wdr.de/themen/kultur/rundfunk/oeffentl_rechtl_rundfunk/drittes_reich/_img/volksempfaenger_420x300.jpg> Acesso em: 22 jan.2010.

GEORGE Monbiot's Blog. Disponível em:
 <<http://www.guardian.co.uk/environment/georgemonbiot>> Acesso em: 2 maio.2010.

GERMAN, Christiano. As conseqüências das novas leis de segurança sobre a comunicação local e global. **Sociedade e Cultura**, v. 5, n. 2, jul./dez. 2002, p. 117-126.

GEYER, Georgie. Journalists: The new targets, the new diplomats, the new intermediary people. In: Schmuhl, Robert (Org.). **The responsibilities of journalism**. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1984. p. 71-73.

GHAREEB, Edmund. New Media and the Information Revolution in the Arab World: An Assessment. **The Middle East Journal**. v. 54, n. 03, 2000, p.395-418.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GILBOA, Eytan. Global Communication and Foreign Policy. **Journal of Communication**; dez., 2002; v. 52, n. 4; p. 731-748.

GILBOA, Eytan. Global Television News and Foreign Policy: debating the CNN Effect. **International Studies Perspectives**. v. 6, n. 3, 2005, p. 325-341.

GILBOA, Eytan. Media Diplomacy: Conceptual Divergence and Applications. **The Harvard International Journal of Press/Politics**, v. 3, n. 3, 1988, p. 56-75.

GILBOA, Eytan. Media-Broker Diplomacy: When Journalists Become Mediators. **Critical Studies in Media Communication**, v. 22, n. 2, 2005, p.99-120.

GLOBAL Media Forum ends by urging people to learn to live with less. Disponível em: <<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5724306,00.html>> Acesso em: 23 jun.2010.

GOLDEMBERG, José. Energia. In: TRIGUEIRO, André (Org.). **Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

GONÇALVES, Carlos Walter Porto. **O desafio ambiental**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GOOGLE acaba com a censura na China. Disponível em: <<http://pt.euronews.net/2010/03/22/google-acaba-com-a-censura-na-china>> Acesso em: 22 mar.2010.

GOOGLE Helps Battle Deforestation With The Cloud. **The Washington Post**. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2009/12/10/AR2009121002147.html>> Acesso em: 12.dez.2009.

GOWING, Nik. Real-Time TV Coverage from War: Does it Make or Break Government Policy?. In: GOW, James; PETERSON, Richard; PRESTON, Alison (Orgs.). **Bosnia by Television**. London: British Film Institute, 1996. p. 81-91.

GREENPEACE. **Quem somos** – no mundo. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org.br/quemsomos/mundo.php>> Acesso em: 22 jul. 2009.

GUAZINA, Liziane. O conceito de mídia na Comunicação e na Ciência Política: desafios interdisciplinares. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 1., n. 1, p. 49-64, jul-dez, 2007.

HALL, Stuart. The determinations of news photographs. In: COHEN, Stanley; YOUNG, Jock. (Orgs.). **The manufacture of news: social problems, deviance and the mass media**. London: Constable; Beverly Hills (CA): Sage, 1973. p. 226-243.

HALLIN, Daniel. **The uncensored war**. Berkeley, CA: University of California Press, 1986.

HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing consense: The Political Economy Of The Mass Media**. Pantheon Books, 1988.

HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia**. Tradução de Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Futura, 2003.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

HOCKING, Brian; SMITH, Michael. **World Politics**. New York: Harvester Wheatsheaf, 1990.

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas, tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

HOLZ, Josephine R.; WRIGHT, Charles R. Sociology of mass communications. **Annual Review of Sociology**. v. 5, 1979, p. 193-217.

HUDSON, Valerie M. **Foreign Policy Analysis: Classic and Contemporary Theory**. Lanham: Rowman e Littlefield Publisher, 2007.

IANNI, Octavio. **A era do globalismo**. 9. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

IDÉIA socioambiental. Disponível em:
<http://www.ideiasocioambiental.com.br/nota.php?id=60> Acesso em 2. maio.2010.

INDEPENDENT Media Center. Disponível em: <http://www.indymedia.org> Acesso em: 15 mar.2010.

INGLISA, Maria. **La rappresentazione dei cambiamenti climatici nei media italiani**. Raporto di ricerca: analisi dei principali quotidiani nazionali e dei telegiornali di prima serata Rai e Mediaset. Pavia: Ibis, 2008.

INKELES, Alex. The Soviet Characterization of the Voice of America. **American Slavic and East European Review**, v. 12, n. 3, out. 1953, p. 319-342.

INTERACTIVE advertising bureau – IAB Brasil. **Indicadores de mercado 2010**. Disponível em: <http://www.iabbrasil.org.br/indicadores/Indicadores%20IAB%20Brasil_mar2010.pdf> Acesso em: 28 mar.2010.

INTERNATIONAL Relations. **Facebook**. Disponível em: <<http://www.Facebook.com/album.php?profile=1&id=127213105680>> Acesso em: 8 abr.2010.

INTERNET - WWW. Disponível em: <<http://www.ufpa.br/dicas/net1/int-www.htm>> Acesso em 22 mar.2010.

IPCC- The Intergovernmental Panel of Climate Change. **Organization**. Disponível em: <<http://www.ipcc.ch/organization/organization.htm>> Acesso em: 18 nov.2009.

IPCC. **Climate Change 2007: Impacts, Adaptation and Vulnerability**. Contribution of Working Group II to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change Disponível em: http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_ipcc_fourth_assessment_report_wg2_report_impacts_adaptation_and_vulnerability.htm Acesso em: 2 abr.2010

IPCC. **Climate Change 2007: Mitigation of Climate Change**. Contribution of Working Group III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, 2007. Disponível em: http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_ipcc_fourth_assessment_report_wg3_report_mitigation_of_climate_change.htm Acesso em: 2 abr.2010.

IPCC. **Climate Change 2007: Synthesis Report**. Contribution of Working Groups I, II and III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Disponível em: http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/syr/ar4_syr.pdf Acesso em: 2 abr.2010.

IPCC. **Climate Change 2007: The Physical Science Basis**. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Disponível em: http://www.ipcc.ch/publications_and_data/publications_ipcc_fourth_assessment_report_wg1_report_the_physical_science_basis.htm Acesso em: 2 abr.2010

IPCC. **Mudança do Clima 2007: a Base das Ciências Físicas**. Sumário para os Formuladores de Políticas Quarto Relatório de Avaliação do GT1 do IPCC. Disponível em <http://www.natbrasil.org.br/Docs/ipcc_2007.pdf> Acesso em: 20 abr.2008. (versão em português do Relatório do Grupo I)

IPCC. **Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima.** Quarto Relatório de Avaliação do IPCC, Grupo de Trabalho III. Mitigação da Mudança do Clima. Disponível em: <http://www.mct.gov.br/upd_blob/0024/24520.pdf> Acesso em: 20 abr.2008.

IPCC. **Summary for Policymakers.** In: Climate Change 2007: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Fourth Assessment Report. <http://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar4/wg1/ar4-wg1-spm.pdf> Acesso em: 20 abr.2008.

IRÃ: Nova onda de prisões de blogueiros. Disponível em: <http://pt.globalvoicesonline.org/2010/03/24/ira-nova-onda-de-prisoos-de-blogueiros/> Acesso em: 25 mar.2010.

IUCN - International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources. Disponível em: <<http://www.iucn.org/>> Acesso em: 23 JUL.2009.

JORNALISTAS são condenados por genocídio. **Folha de S. Paulo.** 4/12/2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp091220037.htm>> Acesso em: 20 fev.2010.

KATZ, Elihu; LAZARFELD, Paul. **Personal influence:** the Part Played by People in the Flow of Mass Communications. Nova Iorque: Free Press, 1955.

KEGLEY, Charles W; WITTKOPF, Eugene. **World Politics:** Trend and Transformation. 9. ed. Belmont: Wadsworth, 2004.

KEOHANE, Robert O.; NYE, Joseph S. **Poder e Interdependencia:** la política mundial en transición. Tradução de Herbert Cardoso. Buenos Aires: Grupo Editorial Latino-americano, 1988.

KEOHANE, Robert O.; NYE, Joseph S. **Power and Interdependence.** 3. ed. New York: Longman, 2001.

KEOHANE, Robert.O.; NYE, Joseph S. (Orgs). **Transnational Relations and World Politics.** Cambridge: Harvard University Press, 1971.

KIRTZ, Bill. Should journalists be crusaders? **The Quill**, v. 85, n. 4, 1997, p. 10-11.

KOLK, Ans. Multinational Enterprises and International Climate Policy. In: ARTS, Bas; NOORTMANN, Math; REINALDA, Bob (Eds.). **Non-State Actors in International Relations.** Aldershot (USA): Ashgate, 2001. p.211-225.

KRIPPENDORFF, Klaus. **Metodología de análisis de contenido**: teoría y práctica. Barcelona: Paidós, 1990.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LASSWEL, Harold. **A linguagem política**. Brasília: Universidade de Brasília, 1979.

LASSWELL, Harold D. The Theory of Political Propaganda. **The American Political Science Review**, v, 21, n. 03, 1927, p. 627-631.

LAURANO, Patrizia. **Fondamenti di Comunicazione Política Internazionale**. Roma: Bonanno Editore, 2006.

LAZARSELD, Paul F. ; MERTON, Roberto. Mezzi di comunicazioni di massa, gusti popolari e azione sociale organizzata. In: LIVOLSI, Marino (Org.). **Comunicazione e cultura di massa**. Milão: Hoepli, 1969. p. 77-93.

LAZARSELD, Paul F. The prognosis for international communication: Special Issue on International Communications Research. **The Public Opinion Quarterly**, v. 16, n. 4, p 481-490, winter 1952-1953.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. 2. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001.

LEÃO, Lúcia. O Labirinto e a Arquitetura do Ciberespaço. In: NOJOSA, Urbano; GARCIA, Wilton (Orgs.) **Comunicação e Tecnologia**. São Paulo: Nojosa, 2003.

LEÃO, Márcia Brandão Carneiro. Sociedade Civil e Meio Ambiente Internacional: o papel das ONGs no desenvolvimento do DIMA – Direito Internacional do Meio Ambiente. In: NASSER, Salem Hikmat; REI, Fernando (Org.) **Direito internacional do meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2006.

LEIS, Héctor Ricardo. As desventuras teórico crítico do ambientalismo na sociedade globalizada. **Contexto Internacional**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 349-384. jul/dez. 1998.

LEIS, Héctor Ricardo. **O labirinto**: ensaio sobre ambientalismo e globalização. São Paulo: Gaia; Blumenau: FURB, 1996.

LEMOINE, Maurice. Os laboratórios da mentira. **Le Monde Diplomatique**. Agosto, 2002. Disponível em: <<http://diplo.uol.com.br/imprima401>> Acesso em 26 fev.2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed.34, 1996.

LIMA, Thiago. O contencioso do algodão: cenários para mudança na política de subsídios dos EUA. **Revista Brasileira de Política Internacional**. v. 49, n.1, p.139-158, 2006.

LIMA, Venício A. de. A *Internet* e os novos "formadores de opinião". **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=476JDB002>> Acesso em: 28 mar.2008.

LIMA, Venicio Artur de. **Mídia: crise política e poder no Brasil**: São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

LINDORFF, David. O apagão informativo sobre a ajuda cubana no Haiti. **Correio da Cidadania**. Disponível em: <<http://www.correiocidadania.com.br/content/view/4293/9/>> Acesso em: 5 fev.2010.

LIPPMANN, Walter. **L'opinione pubblica**. Tradução de Cesare Mannucci. 3. ed. Roma: Donzelli Editore, 2004.

LIVINGSTON, Steven. **Clarifying the CNN Effect**. Research Paper R-18. Cambridge, MA: Harvard University John F. Kennedy School of Government, June 1997.

LIVINGSTON, Steven; EACHUS, Todd. Humanitarian Crisis and Foreign Policy. **Political Communication**, 12, 1995, p. 413-429.

LOWENTHAL, Leo. Introduction: Special Issue On International Communications Research. **The Public Opinion Quarterly**. v.16, n.4,p. v-x, winter 1952-1953

LUBETKIN, Mario **Al Jazeera**: Do mundo árabe para todo o mundo. Disponível em: <<http://www.mwglobal.org/ipsbrasil.net/nota.php?idnews=1571>> Acesso em: 17 fev.2010.

LYNCH, Marc. **Voices of the New Arab Public**: Iraq, Al-Jazeera, and Middle East Politics Today. New York: Columbia University Press, 2006.

LYNCH, Mark. Watching Al-Jazeera. **Wilson Quarterly**, v. 29, summer, 2005, p. 36- 45.

MAGALHÃES, José Carlos de. **Direito Internacional Econômico**. Curitiba: Juruá, 2005.

MAIA, Rousiley C. M. Redes cívicas e *Internet*: do ambiente informativo denso às condições de deliberação pública. In: EISENBERG, José; CEPIK, Marco (Orgs.). **Internet e política**: teoria e prática da democracia eletrônica. Belo Horizonte: UFMG, 2002. p. 46-72.

MANN, Michael. **O império da incoerência**. Tradução de Maria Beatriz de Medida. Rio de Janeiro: Record, 2006.

MANSBACH, Richard W.; VASQUEZ, John A. **In Search of Theory**: A New Paradigm for Global Politics. New York: Columbia University Press, 1981.

MANSBACH, Richard; FERGUSON, Yale H.; LAMPERT, Donald E. **The Web of World Politics**: Non-State Actors in the Global System. New Jersey: Prentice Hall, 1976.

MARCHISIO, Sergio. Il Diritto Internazionale Ambientale da Rio a Johannesburg. In: In: DEL VECCHIO, Angela; DAL RI JÚNIOR, Arno (Org.) **Il Diritto Internazionale dell'ambiente dopo il vertice di Johannesburg**. Napoli: Editoriale Scientifica, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. 2. ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1986.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Sociedade tecnológica**. São Paulo: Scipione, 1994.

MARINGONI, Gilberto. **A Venezuela que se inventa**: Poder, petróleo e intriga nos tempos de Chávez. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

MARINI, Rolando. **Mass media e discussione pubblica**: le teorie dell'agenda setting. 2. Ed. Roma-Bari: Laterza, 2008.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MARTINO, Luiz C. Contribuições para o estudo dos meios de comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre: PUC-RS, 2000, n. 13, p. 103-104.

MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo**: história das idéias e das estratégias. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MATTELART, Armand. **La mundialización de la comunicación**. Tradução de Orlando Carreño. Barcelona: Paidós, 1998.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação**. Trad. Luiz Paulo Rouanet. 10. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

MAZZOLENI, Giampero. **La comunicazione politica**. Bologna: Il Mulino, 2004.

McCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. The Agenda-Setting Function of Mass Media. In: **The Public Opinion Quarterly**, v. 36, n. 2, 1972, p.176-187.

McCOMBS, Maxwell. **Estableciendo la agenda**: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Tradução de Óscar Fontrodona. Barcelona: Paidós, 2006.

McCORMICK, Jonh. **Rumo ao Paraíso**: a história do movimento ambientalista. Tradução de Marco Antonio Esteves da Rocha e Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Relumê-Dumerá, 1992.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1999.

McNAIR, Brian. **An Introduction to Political Communication**. Londres: Routledge, 1995.

MEDEIROS, Antonio Paulo Cachapuz de. As organizações internacionais e a cooperação técnica. In: MARCOVITCH, Jacques (Org.). **Cooperação internacional**: estratégia e gestão. São Paulo: USP, 1994.

MEDLER, Jerry F.; MEDLER, Michael J. Media images as environmental policy. In: SPITZER, Robert J. (Org.). **Media and public policy**. Westport: Praeger, 1993. p. 121-132.

MENEZES, Wagner. **Ordem global e transnormatividade**. Ijuí: UNIJUÍ, 2005.

MERLE, Marcel. **Sociologia das relações internacionais**. Tradução de Ivone Jean. Brasília: Universidade de Brasília, 1981.

MERMIN, Jonathan. Television. News and American Intervention in Somalia. **Political Science Quarterly**, v. 112, n.3, 1997, p. 385-403.

MERTON, Robert K.; LAZARFELD, Paul. F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

MERTON, Robert K.; LAZARFELD, Paul. F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. In: LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 109-131.

MÍDIA do ódio em Ruanda é condenada. **O Globo**. 4/12/2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp091220037.htm>> Acesso em: 20 fev.2010.

MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, n. 55-56, 2002.

MILANI, Carlos R. S. Governança global e meio ambiente: como compatibilizar economia, política e ecologia. In: Fundação Konrad Adenauer. (Org.). **Governança Global: reorganização da política em todos os níveis de ação**. São Paulo: Fundação Konrad-Adenauer-Stiftung, 1999, v. 16.

MILANI, Carlos. O Meio Ambiente e a Regulação da Ordem Mundial. In: **Contexto Internacional**. jul./dez. v. 20 – n.2. PUC-Rio, 1998.

MILES, Hugh. **Al-Jazeera: How Arab TV News Challenged the World**. London: Abacus, 2005.

MOCELLIM, Alan. *Internet e Identidade: um estudo sobre o website Orkut*. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**. Vol. 3 n. 2 (2), janeiro-julho/2007, p. 100-121. Disponível em: <http://www.emtese.ufsc.br/vol3_2art1.pdf> Acesso em: 5 abr.2010.

MOLION, Luiz Carlos. Aquecimento global: uma visão crítica. In: VEIGA, José Eli da (Org.). **Aquecimento global: frias contendidas científicas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

MONBIOT, George. **A era do consenso**. Tradução de Renato Bittencourt. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MONBIOT, George. **Heat: How to Stop the Planet Burning**. London: Allen Lane, 2006.

MORAES, Denis de. A lógica da mídia no sistema de poder mundial. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. v. VI, n. 2, 2004 . p. 21

MORAES, Dênis de. **O ativismo digital**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>> Acesso em: 2.jan.2010.

MORAES, Denis de. O capital da mídia na lógica da globalização. In: MORAES, Denis de. O capital da mídia na lógica da globalização. In: MORAES, Denis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MOREIRA, Adriano. **Teoria das Relações Internacionais**. Coimbra: Almedina, 1996.

MORETZSOHN, Silvia. **Jornalismo em tempo real: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MORGENTHAU, Hans J. **A política entre as nações: a luta pela guerra e pela paz**. Tradução de Kenneth W. Thompson. Brasília: UnB/ IPRI; São Paulo: IMESP, 2003.

MoveON.org: Democracy in action. Disponível em: <http://www.moveon.org>

Mudanças Climáticas na Imprensa Brasileira – julho de 2005 a junho de 2007 e julho de 2007 a dezembro de 2008. Disponível em:
<http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/download_interno.php?path=analise_midia_160410.pdf> Acesso em: 30 abr.2010.

MUDANÇA de slogan tem o objetivo de marcar novo momento do Twitter. Disponível em:
<<http://www.logicadigital.com.br/noticia44.asp>> Acesso em: 23 nov. 2009.

NEW Simulation War in Georgia by Imedi TV news according of Putin's bloody plans 13/03/10. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=y_j5JI8T_0k&NR=1> Acesso em: 15 mar.2010.

NOBEL PRIZE. **Al Gore - Biography**. Disponível em:
<http://nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2007/gore-bio.html> Acesso em: 2.jan.2010.

NOBEL PRIZE. **The Nobel Peace Prize 2007**. Disponível em:
<http://nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2007/index.html> Acesso em: 3.jan.2010.

NOVAS mídias - comunicação global (Sem Fronteiras) 1 de 3. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=LNP0oascfZM>. Acesso em: 10 jul.2009.

NOVAS mídias - comunicação global (Sem Fronteiras) 2 de 3. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=40OffjLHS5M>. Acesso em: 10 jul.2009.

NOVAS mídias - comunicação global (Sem Fronteiras) 3 de 3. Disponível em:
<http://www.youtube.com/watch?v=SU6x9ekDVak>. Acesso em: 10 jul.2010.

NOVAS mídias. **Wikipédia, a enciclopédia livre.** http://pt.wikipedia.org/wiki/Novas_mídias
Acesso em: 20 mar.2010

NYE Jr, Joseph S. **Compreender os conflitos internacionais:** uma introdução à Teoria e à História. Tradução de Tiago Araújo. Lisboa, Portugal: Gradiva, 2002.

NYE Jr., Joseph S. **Leadership e potere:** Hard, soft, smart power. Roma: Laterza, 2009.

NYE Jr., Joseph S. **O paradoxo do poder americano:** por que a única superpotência do mundo não pode prosseguir isolada. Tradução de Luiz Antônio Oliveira de Araújo. São Paulo: UNESP, 2002.

NYE Jr, Joseph S. **Soft Power:** The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs, 2004.

NYE Jr., Joseph S. **The Powers to lead.** New York: Oxford, 2008.

OLIVEIRA, Maria Odete de. **Relações internacionais:** estudos de introdução. 2. ed. Curitiba: Juruá, 2004.

OLIVEIRA, Odete Maria de. Organizações internacionais e a ONU: o paradoxo do poder de veto do Conselho de Segurança. In: MERCADANTE, Araminta de Azevedo; MAGALHÃES, José Carlos de (Orgs.). **Reflexões sobre os 60 anos da ONU.** Ijuí: Unijuí, 2005.

OLIVEIRA, Odete Maria de. **Teorias Globais e suas revoluções:** fragmentações do mundo. v. 3. Ijuí: UNIJUÍ, 2005.

OLIVEIRA, Rafael Santos de. **Direito Ambiental Internacional:** o papel da *soft law* em sua efetivação. Ijuí: UNIJUÍ, 2007.

OLIVEIRA, Rafael Santos de. WEBER, Catiane Trevisan. Atuação das organizações não-governamentais ambientalistas: uma perspectiva internacional. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, v. 40. Disponível em <http://www.ambitouridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1733> Acesso em: 15 dez. 2009.

OLSSON, Giovanni. **Relações internacionais e seus atores na era da globalização.** Curitiba: Juruá, 2003.

OLSSON, Giovanni. **Poder político e sociedade internacional contemporânea: governança global com e sem governo e seus desafios e possibilidades.** Florianópolis: UFSC, 2006. 400 p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Direito, Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

ONU: e-mails não afetam negociação em Copenhague. **Agência Estado.** Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultnot/cienciaesaude/ultnot/estado/2009/12/07/onu-e-mails-nao-afetam-negociacao-em-copenhague.jhtm?action=print>> Acesso em: 7 dez.2009.

ORIHUELA, José Luis. *Blogs e blogosfera: o meio e a comunidade.* In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação.** Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007. p. 1-20.

PANEBIANCO, Angelo. **Relazioni internazionali.** Milano: Editorialie Jaca Book spa, 1992.

PAPISCA, Antonio. **Introduzione allo Studio delle Relazioni Internazionali.** Torino: Giappichelli Editore, 1973.

PEARCE, Fred. **Turning Up the Heat: Our Perilous Future in the Global Greenhouse.** London: The Bodley Head, 1989.

PECEQUILO, Cristina Soreanu. **Introdução às relações internacionais: temas, atores e visões.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2005.

PENTEADO, Cláudio; SANTOS, Marcelo dos; ARAÚJO, Rafael Araújo. O movimento Cansei na *blogosfera*: o debate nos *blogs* de política. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (Orgs.) **Blogs.com: estudos sobre blogs e Comunicação.**São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 135-159.

PEREIRA, Murilo Alves. A mídia em tempos quentes. **Agência FAPESP.** Disponível em: <http://www.agencia.fapesp.br/materia/7894/especiais/a-midia-em-tempos-quentes.htm> acesso em 8 jan.2010.

PNUD BRASIL. **Campanha ambiental tem ativismo digital.** Disponível em: <http://www.pnud.org.br/meio_ambiente/reportagens/index.php?id01=3221&lay=mam> Acesso em: 28 dez.2009.

POLÍTICOS buscam aproximação do eleitorado por meio da *Internet*. Disponível em: <http://www.jornalcomunicacao.ufpr.br/node/7842> Acesso em: 31 mar.2010.

POPPER, Karl. **A Lógica da Pesquisa Científica**. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1972.

PRUDENCIO, Kelly Cristina de Souza. **Mídia ativista**: a comunicação dos movimentos por justiça global na *Internet*. Florianópolis: UFSC, 2006. 207 p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Sociologia Política, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. p.128.

RAMONET, Ignacio. **A mídia do ódio**. Disponível em:
<http://www.cartamaior.com.br/templates/materiaImprimir.cfm?materia_id=14303> Acesso em: 25 fev.2010.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

RAMONET, Ignácio. **Guerras do Século XXI**: Novos Temores e Novas Ameaças. Petrópolis: Vozes, 2003.

RAMONET, Ignacio. Mentiras de Estado. **Le Monde Diplomatique Brasil**. Disponível em:
<<http://diplomatique.uol.com.br/acervo.php?id=925&PHPSESSID=2992afb2cd65c8594faad2ff286459fc>> Acesso em: 3 fev.2010.

RAMOS, Luís Fernando Angerani. **Meio ambiente e meios de comunicação**. São Paulo: ANNBLUME, 1995.

RCTV Mundo transmitirá 71% producción internacional y 29% nacional. Disponível em
<http://www.elnacional.com/www/site/p_contenido.php?q=nodo/124071/Medios%20bajo%20ataque/Marcel-Granier-anuncia-creaci%C3%B3n-del-canal-internacional-RCTV-Mundo>
Acesso em: 23 fev. 2010

RCTV se inscreverá como emissora nacional na Venezuela. Disponível em
<<http://www.band.com.br/jornalismo/mundo/ conteudo.asp?ID=268050>> Acesso em: 22 fev.2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REQUIÃO defende parceria da TV Educativa com Telesur de Chávez. **O Estado de S. Paulo**. 12.10.2007. Disponível em:
<http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20071012/not_imp64091,0.php> Acesso em: 5 fev.2010.

REZEK, José Francisco. **Direito internacional público**: curso elementar. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 1996.

REZENDE, Pedro Antonio Dourado de. **Sobre o uso do termo "hacker"**. Disponível em: <<http://www.cic.unb.br/~pedro/trabs/hackers.htm>> Acesso em: 8 jan.2010.

RIBAS, Beatriz. Características da notícia na web: considerações sobre modelos narrativos. **Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Florianópolis: SBPJOR/UFSC, 2005.

ROBINSON, Piers. **The CNN effect: the myth of news, foreign policy, and intervention**. London: Routledge, 2002.

ROBINSON, Piers. The policy-media interaction model: Measuring media power during humanitarian crisis. **Journal of Peace Research**, v. 37, n.5, set, 2000, p.613-633.

ROCHA, Antônio Jorge Ramalho da. Por uma compreensão crítica das teorias das relações internacionais. **Revista Cena Internacional**. v. 3, n.1, 2001. p. 79-116

RODRIGUES, Gilberto Marcos Antonio. **O que são relações internacionais?** São Paulo: Brasiliense, 1994.

ROLLEMBERG, Marcello. Ética de papel. Revista USP, São Paulo, n. 59, p. 258-263, setembro/novembro, 2003.

ROSENAU, James N. Studying Structures: The Two Worlds of World Politics. In: ROSENAU, James N. Turbulence. **World Politics: a theory of chance and continuity**. Princeton: Princeton University Press, 1990.

ROSENGREN, Karl Erik. Notícias internacionais: tempo e tipo de informação. In: FISCHER, Heinz-Dietrich; MERRIL, John Calhoun (Org.) **Comunicação internacional: meios, canais, funções**. Tradução de Edilson Alkmin Cunha. São Paulo: Cultrix, 1970.

ROVAI, Renato. **Midiático Poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa**. São Paulo: Publisher Brasil, 2007.

RUANDA: TPI condena por genocídio. **Jornal do Brasil**. 4/12/2003. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp091220037.htm>> Acesso em: 20 fev.2010.

RUGH, William A. **Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television in Arab Politics**. Westport, CT: Praeger Publishers, 2004.

RUSSETT, Bruce; STARR, Harvey. **World Politics: The menu for choice**. New York: W. H. Freeman and Co., 1981.

SALATIEL, José Renato. Comunicação e evolução no ciberespaço. In: SILVA, Rafael Souza (Org.) **Discursos simbólicos da mídia**. São Paulo: Loyola, 2005.p. 125-137.

SANTOS JUNIOR, Raimundo Batista dos. **A globalização ou o mito do fim do Estado**. Ijuí: UNIJUÍ, 2007.

SANTOS JUNIOR, Raimundo Batista dos. Diversificação das relações internacionais e teoria da interdependência. In: BEDIN, Gilmar Antonio *et. al.* **Paradigmas das relações internacionais: realismo – idealismo – dependência – interdependência**. 2. ed. Ijuí: UNIJUÍ, 2004.

SANTOS JUNIOR, Raimundo Batista dos. Relazioni internazionali e ambiente: contrasti e negoziati tra crescita econômica e sviluppo sostenibile. In: DEL VECCHIO, Angela; DAL RI JÚNIOR, Arno (Org.) **Il Diritto Internazionale dell'ambiente dopo il vertice di Johannesburg**. Napoli: Editoriale Scientifica, 2005.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 13. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SARKOZY põe foto no Facebook e diz que ajudou a derrubar Muro. Folha Online. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/bbc/ult272u649736.shtml> Acesso em: 2 abr.2010.

SATO, Eiiti. **A Ordem Internacional Hoje: Globalização, Papel do Estado e bens Públicos Internacionais**. Disponível em: <http://www.cedep.ifch.ufrgs.br/Textos_Elet/pdf/A%20ORDEM%20INTERNACIONAL%20HOJE%20MAR%C7O%202001%20%281%29.pdf> Acesso em: 9 ago.2009.

SCHATZ, Roland. Widening the Perspective: Al Jazeera International enriches Media landscape. **Arab Media Center**, March 8, 2007.

SCHMITT, Valdenise; OLIVEIRA, Leonardo Gomes de. Personalização de Notícias: Uma edição de jornal para cada leitor. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. v. XI, n. 1, jan.–abr., 2009.

SEITENFUS, Ricardo Antônio Silva. **Manual das organizações internacionais**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1997.

SEITENFUS, Ricardo. **Relações internacionais**. Barueri, SP: Manole, 2004. p. xxiv.

SHAW, Eugene F.. Agenda setting and mass communication theory. **International Journal for Mass Communication Studies**, v. XXV, n. 2, p. 96-105, 1979.

SILVA JUNIOR, José Afonso da. Do Hipertexto ao algo mais: Usos e abusos do conceito de hipermídia pelo jornalismo on-line. In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.) **Janelas do Ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

SILVA, Geraldo Eulálio do Nascimento e. **Direito ambiental internacional**. 2. ed. Rio de Janeiro: Thex, 2002.

SIMÕES, Marcos. Comentário ao artigo de Venício A. de Lima. In: LIMA, Venício A. de. *A Internet e os novos "formadores de opinião"*. **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=476JDB002>> Acesso em: 28 mar.2008.

SMITH, Lawrence Beall. Don't let that shadow touch them: buy war bonds. [Washington, D.C.]. **UNT Digital Library**. Disponível em: <<http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc205>> Acesso em: 22 jan.2010.

SOARES, Guido Fernando Silva. **A proteção internacional do meio ambiente**. Barueri: Manole, 2003.

SOBRE o Centro de Mídia Independente. Disponível: <<http://www.midiaindependente.org/pt/blue/static/about.shtml>> Acesso em 15 mar.2010.

SOBRE o Google Notícias. Disponível em: <http://news.google.com.br/intl/pt-BR_br/about_google_news.html> Acesso em 26 mar.2010.

SOBRE o Orkut. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#About>> Acesso em: 03 abr.2010.

SORICE, Michele. **Sociologia dei mass media**. Roma: Carocci, 2009.

SOUZA, Luiz Antônio Araújo de. Contorno jurídico da liberdade de expressão nos sistemas regionais de proteção. In: PIOVESAN, Flávia; IKAWA, Daniela. (Coords.) **Direitos humanos: fundamento, proteção e implementação**. v. 2. Curitiba: Juruá, 2007. p. 347-362.

SPERTUS, Ellen. **A Comunidade Global**. Disponível em: <<http://blog.orkut.com/2008/03/comunidade-global.html>> Acesso em: 4 abr.2010.

SREBERNY-MOHAMMADI, Annabelle; WINSECK, Dwayne; McKENNA, Jim; BOYD-BARRETT, Oliver (Orgs.). **Media in global context: a reader**. London: Arnold, 1997.

STAMM, Keith R.; CLARK, Fiona; EBLACAS, Paula Reynolds. Mass communication and public understanding of environmental problems: the case of global warming. **Public Understanding of Science**, v. 9, p. 219-237, 2000.

STEINBERGER, Margareth Born. **Discursos geopolíticos da mídia: jornalismo e imaginário internacional**. São Paulo: Cortez, 2005.

STELZER, Joana. O fenômeno da transnacionalização da dimensão jurídica. In: CRUZ, Paulo; STELZER, Joana (Coords.). **Direito e Transnacionalidade**. Curitiba: Juruá, 2009.

STELZER, Joana. Relações Internacionais e Corporações Transnacionais: um estudo de interdependência à luz da globalização. In: OLIVEIRA, Odete Maria de. (Coord.) **Relações Internacionais & Globalização: grandes desafios**. Ijuí: Unijuí, 1997. p. 95-121.

STERN, Nicholas. **The economics of climate change**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2006.

TELESUR. **El canal**. Disponível em: <<http://www.telesurtv.net/noticias/canal/>> Acesso em: 4 fev.2010.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 5. ed. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

TOFFLER, Alvin. **Powershift: as mudanças do poder**. 6. ed. Tradução de Luiz Carlos do Nascimento Silva. Rio de Janeiro: Record, 2003.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. O Paradigma do “Agenda Setting”. Redescoberta do poder do jornalismo. **Revista de Comunicações e Linguagens - Comunicação e Política**. Lisboa: Edições Cosmos, ed. 21/22, dezembro de 1995. p. 189-221

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

TRIGUEIRO, André (Org.). **Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

TRIGUEIRO, André. Meio Ambiente na Idade Mídia. In: TRIGUEIRO, André (COORD.). **Meio ambiente no século 21: especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento.** Rio de Janeiro: Sextante, 2003. p. 81-82.

TRUMBO, Craig; SHANAHAN, James. Social research on climate change: where we have been, where we are, and where we might go. **Public Understanding of Science**, v. 9, p. 199-204, 2000.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de La noticia: estúdios sobre La construcción de La realidad.** Tradução de Héctor Borrat. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.

UMA rede global com elementos locais. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/tecnologia,uma-rede-global-com-elementos-locais,2861,0.shtm>> Acesso em: 3 mar.2010.

UNCTAD - United Nations Conference On Trade And Development. **Scope and definition.** Disponível em: <<http://www.unctad.org/en/docs/psiteiid11v2.en.pdf>> Acesso em: 3 jan.2010.

UNCTAD - United Nations Conference On Trade And Development. **The World's top 100 non-financial TNCs, ranked by foreign assets, 2007** Disponível em: <http://www.unctad.org/sections/dite_dir/docs/wir2009top100_en.pdf> Acesso em: 3 jan.2010.

UNCTAD - United Nations Conference On Trade And Development. **Word Investment Report 2009: Transnational Corporations, Agricultural Production and Development.** Disponível em: <http://www.unctad.org/sections/dite_dir/docs/wir2009top50_geospread_en.pdf> Acesso em: 3 jan.2010.

UNESCO. **Communication and Society Today and Tomorrow, Many Voices One World, Towards a new more just and more efficient world information and communication order.** Kogan Page, London/Uniput, New York/Unesco, Paris: Unesco, 1980.

UNESCO. Declaração sobre os Princípios Fundamentais Relativos à Contribuição dos Meios de Comunicação de Massa para o Fortalecimento da Paz e da Compreensão Internacional para a promoção dos Direitos Humanos e a Luta contra o Racismo, o Apartheid e o Incitamento à guerra. Disponível em <<http://www2.camara.gov.br/comissoes/cdhm/ComBrasDirHumPolExt/DecPrinFundRelContMeiComuni.html>> Acesso em: 2 fev.2010.

UNESCO. **Knowledge versus information societies: UNESCO report takes stock of the difference.** <http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=30586&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html> Acesso em: 20 jan.2010

UNESCO. Um Mundo e Muitas Vozes – comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1983.

UNGAR, Sheldon. The rise and (relative) decline of global warming as a social problem. **The Sociological Quarterly**, v. 33, n. 4, p. 483-501, 1992.

VALENTE, Leonardo. **Política externa na era da informação: o novo jogo do poder, as novas diplomacias e a mídia como instrumentos de Estado nas Relações Internacionais**. Rio de Janeiro: Revan, 2007. (p. 21-22)

VALENTE, Leonardo; SANTORO, Maurício. A diplomacia midiática do governo Hugo Chávez. **Carta Internacional**. v. 2, n. 1, mar.2007.

VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0 In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas; ALONSO, Alonso; ANTÚNEZ, José Luis; ORIHUELA, José Luis; VARELA, Juan. **Blogs: revolucionando os meios de comunicação**. Tradução de Vertice Translate. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

VARELLA, Marcelo Dias. **Direito internacional econômico ambiental**. Belo Horizonte: Del Rey, 2003.

VAZ, Paulo. Esperança e excesso. In: PARENTE, André (Org). **Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 189-208.

VELASCO, Manuel Diez de. Las organizaciones internacionales. 7. ed. Madrid: Tecnos, 1990.

VIEIRA, Carlos Alberto Adi. A face oculta da globalização: o trabalho mundial das ONGs. In: OLIVEIRA, Odete Maria de (Coord.). **Relações Internacionais & Globalização: grandes desafios**. Ijuí: Unijuí, 1997.

VILAR, José Antonio García. Las empresas multinacionales como actores autonomos de las relaciones internacionales. **Revista de Estudios Internacionales**, Madri, Centro de Estudios Constitucionales. v. 1, n. 2, 1980.

VILLA, Rafael Duarte. A construção de um sistema internacional policêntrico: atores estatais e não estatais societais no pós-guerra fria. **Revista Cena Internacional**, Brasília, n. 2, dez. 2001. Disponível em: <<http://www.relnet.com.br/cgi-bin/WebObjects/RelNet.woa/2/wr?wodata=-4128797474198373134>> Acesso em: 6 jun. 2006.

VILLA, Rafael Duarte. Formas de influência das ONGs na política internacional contemporânea. **Revista de sociologia e política**, Curitiba, n. 12, jun. 1999. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/238/23801202.pdf>> Acesso em: 7 jun. 2006.

VILLA, Rafael Duarte. Venezuela: mudanças políticas na era Chávez. **Estud. av.**, São Paulo, v. 19, n. 55, Dec. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142005000300011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 fev. 2010.

VIOLA, Eduardo. As complexas negociações internacionais para atenuar as mudanças climáticas. In: TRIGUEIRO, André (COORD.). **Meio ambiente no século 21: especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. Rio de Janeiro: Sextante, 2003.

VIOLA, Eduardo Viola. **Debate jornalismo, política e clima**. <Disponível em: <http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/1021>> Acesso em 10 abr.2010.

VIOTTI, Paul R.; KAUPPI, Mark V. **International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism**. New York: Basic Books, 1987.

VIRILIO, Paul. **Velocidade e política**. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

VIVES, Tomás Mestre. **La política internacional como política de poder**. Barcelona: Labor Universitaria, 1979.

WALTZ, Kenneth. **Theory of International Politics**. New York: McGraw-Hill, 1979.

WARAT, Luis Alberto. **Por quem cantam as sereias**. Tradução Julieta Rodrigues Sabóia Cordeiro. Porto Alegre: Síntese, 2000.

WEBER, Catiane Trevisan. **A influência das organizações não-governamentais no Direito Internacional Ambiental**. Santa Maria: UNIFRA, 2006. Monografia (Graduação). Curso de Direito, Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, 2006.

WEINGART, Peter; ENGELS, Anita; PANSEGRAU, Petra. Risks of communication: discourses on climate change in science, politics, and the mass media. **Public Understanding of Science**, v. 9, p. 261-283, 2000.

WEISSHEIMER, Marco Aurélio. **Estados Unidos aprovam medida para interferir no sinal da TV Sul**. Disponível em: <http://www.adital.com.br/site/noticia2.asp?lang=PT&cod=17955> Acesso em: 5 fev.2010.

WHITE, David Manning. O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993. p. 142-151.

WIKIPEDIA. **Sobre a Wikipédia**. <Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Sobre>> Acesso em: 20 mar.2010

WILLIAMS, Jerry. The phenomenology of global warming: the role of proposed solutions as competitive factors in the public arenas of discourse. **Human Ecology Review**, v.7, n. 2, 2000. p. 63–72.

WOLF, Mauro. **Gli effetti social dei media**. 10. ed. Milano: Bompiani, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorie delle comunicazioni di massa**. 22. ed. Milano: Bompiani, 2006.

WRISTON, Walter B. Bits, Bytes, and Diplomacy. **Foreign Affairs**, v.76, n. 5, set/out., 1997, p. 172-182.

WRISTON, Walter B. **O crepúsculo da soberania**. São Paulo: Makron Books, 1994. p. XXII.

WWF-BRASIL. **Hora do planeta**. Disponível em: <http://www.wwf.org.br/informacoes/especiais/horadoplaneta/> Acesso em: 3 maio.2010.

WWF-BRASIL. **Quem somos?** Disponível em: <http://www.wwf.org.br/wwf_brasil> Acesso em: 7 jun.2006.

WWF-BRASIL. **Seminário sobre mudanças climáticas**. Disponível em: <http://www.wwf.org.br/informacoes/biblioteca/mudancas_climaticas> Acesso em: 27 dez.2009.

YOUNG, Oran R. A eficácia das instituições internacionais: alguns casos difíceis algumas variáveis críticas. In: ROSENAU, James N.; CZEMPIEL, Ernst-Otto. **Governança sem governo: ordem e transformação na política mundial**. Tradução de Sérgio Bath. Brasília: UnB; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2000.

ZAYANI, Mohamed. Al-Jazeera and the Vicissitudes of the New Arab Mediascape. In: ZAYANI, Mohamed (Org.). **The Al-Jazeera Phenomenon: Critical Perspectives on New Arab Media**. Boulder, CO: Paradigm Publisher, 2005. p. 1-46.