



O Nome do Jogo:

“Interesse nacional” – a midiaticização de um conceito ambíguo¹

Ivan BOMFIM²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

RESUMO

O presente artigo busca discutir a questão da midiaticização do interesse nacional. Longe do sentido consensual com o qual aparece na mídia, a noção de interesse nacional é ampla, cambiante e, principalmente, ambígua. Amparados em autores da Economia Política da Comunicação, buscamos explicitar as relações entre empresas midiáticas e a definição dos interesses estatais, além de articularmos áreas como as Ciências Sociais e as Relações Internacionais para observar a relação entre os termos “interesse” e “nacional”. Num segundo momento, faremos alusão à utilização do conceito de Hermenêutica de Profundidade, de Thompson (1995), para a observação da articulação entre diferentes instâncias do processo midiático na construção do referido conceito e sua publicização.

PALAVRAS-CHAVE: midiaticização; interesse nacional; conglomerados midiáticos; identidade nacional; publicização.

Identities, cultures, nations

Como tratar os assuntos relativos ao interesse nacional na mídia? Este conceito, evocado por tantos discursos, não é, de forma alguma, um fundamento *per se*. Pretendemos realizar um estudo conceitual³, indiciando temáticas a serem abordadas na configuração da relação indústrias midiáticas – interesse nacional. Porém, primeiramente, faz-se necessária explanação acerca da natureza dos termos envolvidos na definição do conceito. “Interesse” pode ser definido como a disposição de atender uma necessidade (CARNELUTTI, 2000). Já “nacional” é uma categoria que concerne o que provém da nação – o que intercala um considerável conjunto de definições antropológicas e sociológicas. De acordo com a clássica definição de Anderson (1991, p. 32), “nação é uma comunidade política imaginada”. O autor comenta que ela é

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Curso de Comunicação e Informação da Fabico-UFRGS, email: ivanjornalista@yahoo.com.br.

³ Buscamos este caminho a partir de discussões com a professora Karla Maria Müller, professora adjunta da Faculdade de Comunicação e Informação da UFRGS e orientadora do autor.



imaginada dentro do parâmetro de que, embora seus componentes tenham um senso de comunhão grupal, eles nunca conhecerão a maioria de seus compatriotas, como aconteceria numa comunidade dita “normal”. Sendo política e imaginada, depreende-se que ela tenha origens localizáveis. A partir desta idéia, Hall (1998) comenta que o sentido de nação trabalha com a construção de uma identidade nacional, de maneira com a qual os indivíduos possam se identificar.

Um dos elementos-chave para o conceito de nação está justamente na definição de identidade. De acordo com Hall (1998), a identidade é desenvolvida ao longo do tempo, num processo que não se completa, apesar do sujeito acreditar que possua uma distinção identitária unificada, pronta. Ela, além de contar com elementos de matizes imaginários em sua constituição, “surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de inteireza, que é ‘preenchida’ a partir de nosso exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por outros” (HALL, 1998, p. 39). Assim, a identidade é algo a ser construído, e vários aspectos trespassam esse erigir. Contudo, poder-se-ia pensar que o sujeito, neste processo, fosse desenvolvendo, mesmo que de forma contínua e inacabada, uma identidade única. De acordo com autores como Bauman (2001), Canclini (2000) e Hall (1998), na contemporaneidade pós-moderna, cada indivíduo pode possuir diversas identidades, e evocá-las, de diferentes formas, nos momentos mais diversos.

Se os sujeitos podem possuir múltiplas identidades, qual seria a especificidade distintiva entre a identidade nacional invocada acima e as outras identidades? Para entender tal associação identitária, devemos voltar à acepção de nação. Ela seria um “sistema de representação cultural” (HALL, 1998, p. 49), e os indivíduos que dela participam compartilham uma idéia de nação que terá representação na cultura nacional. Esta é uma forma de organização que surgiu intrinsecamente ligada à modernidade, concebida na edificação do sistema representativo de Estados, e, de maneira marcante, se reproduz como a continuidade da idéia de uma comunidade pré-moderna, visto que as idéias norteadoras da organização hierárquica social - os “laços solidários”, como destaca Guibernau - são percebidas na organização da nação:

Os indivíduos que ingressam numa cultura carregam emocionalmente certos símbolos, valores, crenças e costumes, interiorizando-os e concebendo-os como parte deles próprios. A carga emocional que os indivíduos investem em sua terra, língua, símbolos e crenças, enquanto desenvolvem sua identidade, facilita a difusão do nacionalismo. Assim,



enquanto outras formas de ideologia, como o marxismo ou o liberalismo, requerem a doutrinação de seus seguidores, o nacionalismo emana desse apego emocional básico à terra e à cultura das pessoas. (...) a força do nacionalismo procede não do pensamento racional apenas, mas do poder irracional das emoções que se originam dos sentimentos de pertencer a um grupo determinado. (1997, p. 86)

Guibernau acaba por indiciar questões relativas à organização dos imaginários acerca da comunidade, que refletem na construção da idéia de nação. Lembrando-se que estamos tratando de uma “comunidade política imaginada”, como citado anteriormente, Hall (1998) diz que as culturas nacionais são “discursos”, e busca organizar esta problemática a partir de uma pergunta que nos será relativamente importante em nosso estudo acerca da mediação do conceito nacional: “Que estratégias representacionais são acionadas para construir nosso senso comum sobre o pertencimento ou sobre a identidade nacional?” (HALL, 1998, p. 51). Ele elenca cinco elementos principais: a) narrativa de nação; b) ênfase nas origens, continuidade, tradição e intemporalidade; c) invenção das tradições; d) mitos fundacionais; e) idéia de povo ou *folk* puro, original. Guibernau (1997), comenta que outros dois fatores são extremamente importantes para o erigir da identidade nacional: a utilização de símbolos e a celebração de rituais, pois estes são fatores de identificação entre os membros da nação.

É mister perceber, contudo, que há uma diferenciação entre nação e estado nacional. “Enquanto os membros de uma nação têm consciência de formar uma comunidade, o estado nacional procura criar uma nação e desenvolver um senso de comunidade dela proveniente” (GUIBERNAU, 1997, p. 56). Observe-se que este autor vê os membros de uma nação como herdeiros de mesmas tradições étnicas, e mesmo classifica os estados em “legítimos” (onde a nação seria identificada ao Estado) e “ilegítimos” (que abrigariam diferentes nações). Hall, contudo, desmancha qualquer possibilidade de legitimidade intrínseca. Ele assevera que “as nações modernas são todas híbridos culturais” (HALL, 1998, p. 62), e desconstrói exemplos como a “inglesidade” (*englishness*) aludidos por Guibernau. “Não importa quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca identificá-los numa identidade cultural, para representá-los todos como pertencendo à mesma e grande família nacional” (HALL, 1998, p. 59). Indo contra qualquer conceituação que dê licitude às idéias de uma identificação inerente entre indivíduos e Estados, Hall atesta que “uma cultura nacional nunca foi um simples ponto de lealdade,



união e identificação simbólica. Ela é também uma estrutura de poder cultural” (HALL, 1998, p. 59).

Neste ponto, faz-se adequada a observação das idéias de Thompson (1995). Ele defende que uma concepção estrutural de cultura, que “dê ênfase tanto ao caráter simbólico dos fenômenos culturais como ao fato de tais fenômenos estarem sempre inseridos em contextos sociais estruturados” (p. 181). Se levarmos em consideração a definição de Estado como “invenção humana”, pois são construtos localizados dentro de “espaços morais”, cuja origem é discursiva (CAMPBELL, SHAPIRO, 1999), acabamos por melhor entender a proposta de Hall (1998) de observar as culturas nacionais como “dispositivos discursivos”. As culturas nacionais são “atravessadas por profundas divisões e diferenças internas, sendo ‘unificadas’ apenas através do exercício de diferentes formas de poder cultural” (THOMPSON, 1998, p. 62).

É cabível discutir quais os interesses dispostos na unificação das culturas em uma única, dita “nacional”, sob as asas de uma organização estatal. Contumaz, contudo, é perceber que este aparelho de origem discursiva apóia suas determinações em ambiente externo na denominação de interesse nacional, como se este fora coletivamente decidido. Há um movimento de sacralização do termo, que teria, por vocação, a capacidade de aglutinar as aspirações e desejos dos membros da comunidade imaginada. Faz-se oportuno, aqui, um breve histórico das discussões acerca das doutrinas que envolvem esta designação ambígua.

Interesse nacional

As visões acerca do interesse nacional na área das Relações Internacionais se mostram diversas. As várias correntes teóricas do campo de estudos são discordantes entre o que definiria as “vontades e necessidades” da nação, em especial quando do contato com outras. Uma visão mais tradicionalista nos é apresentada por Viola e Pio):

O interesse nacional em uma sociedade democrática se expressa por meio da adoção de estratégias visando maximizar a prosperidade para a maior parte da população, a posição relativa do país em termos de desenvolvimento econômico e a proteção da economia e da população do país contra ameaças externas. O interesse nacional estará materializado se os ideais de prosperidade e segurança forem alcançados, pouco importando a percepção de liderança em relação a outros países. (2003, p. 163)



Contudo, este conceito nos parece extremamente simplório e reducionista para a análise dos interesses dos países na contemporaneidade. Desta feita, buscamos suporte em autores de vieses pós-modernistas, como Putnam (1988), que desconstrói o conceito de interesse nacional ao afirmar que este é definido numa árdua disputa. Para ele, as políticas interna e externa são imbricadas, mas correspondem a diversos grupos de interesse. A intenção destes grupos é influenciar no processo decisório da política externa e, para tanto, eles precisam funcionar como uma mediação entre cidadãos e governo, pois adquirem legitimidade para tornarem suas reivindicações políticas oficiais do Estado, ascendendo ao posto falacioso de interesse nacional. A lógica dos jogos de dois níveis (*two-level games*) está na habilidade de negociação entre o Nível I, correspondente às negociações em âmbito internacional, e o Nível II, referente às discussões em escala interna das decisões sobre política externa, sendo esta definida pelos chamados “formuladores de decisão” (*decision-makers* ou *strategic thinkers*⁴). Note-se que, de acordo com Putnam, em momentos mais calmos do cenário econômico-político mundial, um número reduzido de grupos estará preocupado em influenciar nas decisões a serem tomadas. Não obstante, em momentos de crise, a significância das decisões aumenta, assim como também cresce o número de grupos de interesse que tenta desempenhar papel de influência.

Valente (2005) traz à tona um fato que se mostra oportuno: o conceito de interesse nacional foi grande tema de discussões nas classes políticas brasileiras, principalmente no concernente à responsabilidade de estabelecer esses interesses. Duas figuras de importância histórica, Santiago Dantas⁵ e Golbery do Couto e Silva⁶, possuíam idéias opostas. Para o primeiro, “o interesse nacional decorre de uma interação democrática com a sociedade e resulta, na verdade, de uma interação política” (VALENTE, 2005, p. 62). Todavia, para Silva, este interesse deve ser decidido pelas elites do país, pois estas se apresentariam como mais capazes para diagnosticar a conjuntura internacional e amoldar os interesses nacionais a este painel.

De fato, a política externa brasileira se equilibrou, em grande parte do século XX, entre aqueles que defendem uma posição mais independente em relação às nações mais poderosas (em especial, aos Estados Unidos) e aqueles que acreditam que uma política de alinhamento seria mais benéfica ao país. Passamos por fases de “Política Externa Independente”, “Alinhamento Automático” e “Doutrina do Interesse Nacional”

⁴ Políticos, militares, administradores públicos, estrategistas e conselheiros governamentais.

⁵ Político carioca (1911-1964).

⁶ Geógrafo e militar gaúcho (1911-1987).



(VIZENTINI, 2003), entre outras. Contudo, dentro da perspectiva pós-moderna de análise das Relações Internacionais, essas doutrinas são muito mais representativas de interesses localizados (e localizáveis) da sociedade do que de preocupações com a entidade abstrata da nação. A investigação destes fatores deverá ser feita a partir da observação do envolvimento cada vez mais significativo entre os interesses de grupos privados e sua junção com as políticas de Estado.

Interesses localizados (e localizáveis)

De acordo com autores como Castells (2000), Ortiz (2000) e Thompson (1998), a visão de um mundo orquestrado apenas por atores estatais já se encontra no limbo do anacronismo. Sendo assim, num sistema mundial sistematizado pela transnacionalização dos processos econômicos, e estando as empresas midiáticas presentes na complexa organização dos grandes conglomerados comerciais – inclusive, com várias empresas de comunicação sendo grandes conglomerados (THOMPSON, 1998), não deve ser ignorada a importância das mensagens produzidas por estas companhias no jogo dos interesses internacionais. Como bem diz Castells (2000, p. 287), “o controle do Estado sobre o espaço e o tempo vem sendo sobrepujado pelos fluxos globais de capital, produtos, serviços, tecnologia, comunicação e informação”.

Vários autores da área da Economia Política da Comunicação nos ajudam a observar este jogo de interesses envolvendo organizações midiáticas e a figura do Estado. Ao trabalhar a questão da propriedade da produção simbólica, Moraes (2003) explicita que a mídia global está em poder de duas dezenas de conglomerados midiático-empresariais, número que se mostra decrescente ancorado nas cada vez mais constantes megafusões. Estas empresas são responsáveis pela difusão de cerca de dois terços das informações e conteúdos culturais atualmente no mundo.

É significativo perceber que estes conglomerados muitas vezes se declaram como “empresas globais”, sem mais corresponder aos ambientes nacionais de onde surgiram (RAMONET, 1999; MORAES, 2003; MCCHESENEY, 2003). Impõe-se um questionamento: estariam essas empresas se tornando autônomas da ingerência estatal? Estaríamos a um passo de concretizar as “fantasias globalizantes” e deixar para trás Westfália⁷? McChesney (2003) avalia que

⁷ A chamada Paz de Westfália (1648) é reconhecida como o momento de surgimento do sistema internacional de Estados, servindo também à consolidação do Estado Moderno e soberano.



seria um erro comprar a idéia de que o sistema de mídia global torna irrelevantes as fronteiras do Estado-nação e o império geopolítico. Grande parte da atividade capitalista contemporânea, claramente a maioria do investimento e do emprego, funciona principalmente dentro dos limites nacionais e seus Estados-nações têm papel fundamental na representação desses interesses (MCCHESENEY, 2003, p. 239).

Encaixa-se nesta visão fato comentado por Ramonet (1999) acerca do empresário da mídia Rupert Murdoch, que, nascido na Austrália, tem cidadania norte-americana e mantém uma significativa rede de negócios também na mídia britânica, tendo sido visto extremamente próximo da ex-primeira ministra da Grã-Bretanha Margaret Thatcher. Atualmente, a Fox News, canal de notícias de sua propriedade nos EUA, é constantemente acusada de ser uma aliada do Partido Republicano norte-americano, com estudos demonstrando que ela se apresenta numa posição política mais à direita do que outras redes de televisão norte-americanas (DELLAVIGNA, KAPLAN, 2006).

Ressalta-se que esta associação entre empresas midiáticas e organizações estatais não é, de maneira alguma, um fato recente. Podemos citar como exemplo histórico desta relação o processo de formação das primeiras agências de notícias, no século XIX. A coleta e distribuição das notícias por parte dessas empresas se organizaram gradativamente até a divisão de áreas mundiais de atuação, com a monopolização do tráfego noticioso pelas três maiores: *Reuters*, da Grã-Bretanha, *Havas*, da França, e *Wolff*, da Alemanha. Thompson (1998) comenta que as empresas desenvolviam seu trabalho com o suporte das elites político-econômicas das nações que lhes serviam como sedes, em muito se aproveitando de redes de comunicação previamente estabelecidas.

Mas como avaliar este sistema se apenas focalizarmos nossa análise em uma das instâncias da comunicação? Mostra-se bastante óbvio que uma percepção mais acurada dos interesses envolvidos na midiática do interesse nacional não podem ser desvelados se fizermos um diagnóstico apenas das empresas envolvidas na publicização de suas demandas, ou se atentarmos só à construção das mensagens veiculadas pela mídia ou mesmo somente à recepção destas. Faz-se necessária uma forma de investigação que consiga contemplar em amplitude o processo de midiática do interesse nacional e tudo o que ele representa. Buscamos, assim, a estrutura metodológica da Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995) para uma melhor avaliação do referido processo.



A Hermenêutica de Profundidade e análise da midiaticização do interesse nacional

A definição da Hermenêutica de Profundidade como viés metodológico de análise se fez em decorrência deste processo buscar um exame amplo e articulado, entre diversos campos de conhecimento, para o entendimento dos fenômenos culturais. Ela é disposta por Thompson (1995) em, inicialmente, três fases: Análise sócio-histórica, interessada nas condições sociais e históricas da produção, circulação e recepção das formas simbólicas; análise formal ou discursiva, visando perceber as formas simbólicas como construções complexas com uma estrutura articulada; e interpretação/reinterpretação, que se propende a considerar a edificação criativa de uma significação num processo de “construção sintética” com as duas etapas anteriores.

Todavia, Thompson afirma que as instâncias de produção e recepção das formas simbólicas são trespassadas por um corte fundamental quando parte da comunicação de massa. Sendo assim, ele defende que devemos realizar um enfoque um pouco diferente em relação aos meios de comunicação, com a distinção entre três “campos-objeto” para a aplicação da metodologia da Hermenêutica de Profundidade. Ele define tal aplicação como “enfoque tríplice”, que compreenderia: “a produção e transmissão, ou difusão, de formas simbólicas mediadas por tais meios; a construção de mensagens comunicativas; e a recepção e apropriação das mensagens da mídia” (THOMPSON, 1995, p. 36).

Todo este processo de investigação deverá ser conjugado em uma análise do caráter ideológico das mensagens, definidas pelo próprio autor como “as maneiras como o significado, mobilizado por mensagens específicas, pode servir, em determinadas circunstâncias, para estabelecer e sustentar relações de dominação” (THOMPSON, 1995, p. 396). Observe-se que Moraes (2003), aludindo ao poder da mídia, diz que ela ocupa “posição destacada no âmbito das relações produtivas e sociais, visto que é no domínio da comunicação que se fixa a síntese político-ideológica da ordem hegemônica” (MORAES, 2003, p. 188). Desta forma, as supracitadas maneiras de observação favoreceriam, significativamente, uma crítica qualificada dos processos produtivos, formas e efeitos dos produtos midiáticos, conquanto nossa mirada diagnóstica, portadores de discursos sobre o interesse nacional.

Publicização dos discursos sobre o interesse nacional

Como vimos, os grupos de interesse buscam tornar suas demandas interesse nacional. Para tanto, partem de representações da nação, abarcadas dentro da articulação



de conceitos de identidade nacional e cultura nacional, apresentando estas, também, como formações pré-determinadas fechadas e completas. Charaudeau (2006), ao analisar o discurso político, comenta que os meios de comunicação, ao tratarem dos assuntos de cunho político, “comentam esses mesmos acontecimentos ao reduzi-los na maior parte do tempo a esquemas de explicação mais ou menos estereotipados, sem perspectiva histórica, mas com aparência de evidência” (2006, p. 284).

Deve-se atentar para o fato que, segundo Rodrigues (2002), o discurso jornalístico tem por caráter ser exotérico, transformando em informação para o público conceitos antes fechados a especialistas e/ou interessados. A publicização destes conceitos, de maneira inequívoca, não é inocente. Rubim nos fornece um panorama interessante da função de publicização desenvolvida pela mídia.

Na sua sempre anunciada pretensão de transparência do social e de todos os seus campos, emergidos na modernidade clássica ou tardia, os media expõem seu próprio cerne, em seu aspecto mais essencial: o ato de publicizar. Dom de tornar as coisas comuns, compartilhadas, públicas. (...) Publicizar ou não, eis então um dos momentos onde se instaura uma relação de poder: um dos poderes dos media para além das mensagens (RUBIM, 1994, p. 68)

Percebe-se que a publicização atende, como vimos, às demandas de indústrias midiáticas, que, como vimos, além de fazerem parte de grandes grupos empresariais, são elas mesmas grandes conglomerados. Estas se enquadram, assim, dentro do sistema que Putnam (1988) define como “jogos de dois níveis”, pois intencionam tornar correntes na sociedade discursos definidos por localizados grupos de interesse.

Conclusão

Neste estudo conceitual, procuramos chegar a um esclarecimento pelo menos inicial acerca da midiaticização de um conceito que, muito antes de explicitar, dissimula interesses. Parece-nos que a midiaticização do interesse nacional, em realidade, seria a transformação dos interesses localizados de grupos privados em reivindicações nacionais (leiam-se estatais) por meio dos produtos midiáticos. É nesta “aparência de evidência” que repousa a visão do interesse nacional, na mídia, como algo já pré-determinado, conciso.

Em nossa concepção, a partir da observação das Relações Internacionais por um viés de pensamento pós-moderno, compreende-se que a designação “interesse nacional”



é ambígua e, na realidade, aquilo que se apresenta como um conceito fechado contém, em realidade, dois grandes domínios de análise. Enquanto a primeira parte, “interesse”, remete a uma problemática econômico-política, a segunda, “nacional”, é ligada a questões de ordem sociocultural. Ressalva-se aqui, contudo, a expressiva colonização do segundo termo pelo primeiro, o que se reflete na utilização do termo “nacional” para a efetivação de interesses específicos. O estudo da mediação do referido conceito nos é significativo para a percepção de um corte substancial entre a comunidade imaginada e os interesses definidos como sendo caros a ela. Providencial paradoxo: aparentemente, quanto mais se tenta fechar esta fissura, mais ela se torna exposta.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

CAMPBELL, David; SHAPIRO, Michael. From Ethical Theory to the Ethical Relation. In: _____ (eds). **Moral spaces, rethinking ethics and world politics**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1999.

CANCLINI, Néstor G. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2000.

CARNELUTTI, Francesco. **Sistema de direito processual civil**. São Paulo: Classic Book, 2000.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2006.

DELLAVIGNA, Stefano; KAPLAN, Ethan. **The Fox News Effect: Media Bias and Voter Behavior**. Berkeley, University of Califórnia, 2006. Disponível em <<http://elsa.berkeley.edu/~sdellavi/wp/foxvote06-03-30.pdf>>. Acessado em: 29 de maio de 2009.

GUIBERNAU, Montserrat. **Nacionalismos: o estado nacional e o nacionalismo no século XX**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.

MCCHESENEY, Robert. Mídia global, neoliberalismo e império. In: MORAES, Dênis de (Org). **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MORAES, Dênis de. In: _____. **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.



ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

PUTNAM, Robert. **Diplomacy and domestic politics: the logic of two-level games. International Organization**. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology, 1988.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1999.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell. **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: UnB, 2002.

RUBIM, Antonio A. C. Dos Poderes dos Media: Comunicação Sociabilidade e Política. In: FAUSTO NETTO, Antônio; BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell (Org.) **Brasil: comunicação Cultura & Política**. Rio de Janeiro, Diadorim: 1994.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

_____. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

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

VIOLA, Eduardo ; PIO, C. R. . **Doutrinarismo e Realismo na Percepção do Interesse Nacional: Política Macroeconômica, Segurança e ALCA na Relação Brasil-EUA**. Brasília: Cena Internacional (UnB), 2003, 162-187.

VIZENTINI, Paulo Fagundes. **Relações internacionais do Brasil: de Vargas a Lula**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.